

SAMSUNG FIRE & MARINE INSURANCE

Sustainability Report 2009-2010



보고서 개요

-

보고서의 의의

본 보고서는 삼성화재에서 발간하는 첫번째 지속가능경영보고서로 경제, 사회, 환경에 대한 삼성화재의 지속 가능한 추진노력과 성과를 담았습니다. 부문별 성과에 대해서는 제3자 검증을 통해 보고서의 신뢰도를 제고하였습니다.

보고 범위와 기간

본 보고서는 2008년 1월 1일부터 2009년 12월 31일까지 2개년의 삼성화재 지속가능경영 주요 현황 및 성과를 중심으로 담고 있으며, 보고서 내 통화단위는 한국원화를 기준으로 작성하였습니다.(단, 의미가 있다고 판단되는 긍정적인 성과의 경우 2010년 활동도 포함되어 있습니다.) 보고범위는 본사, 지사(28개), 연수원(유성), 배구단 합숙소의 경영활동을 포함하나, 출자 및 투자 회사의 경영활동은 포함하지 않습니다. 또한, 보고서 작성일 기준, 데이터 수집이 불가능한 경우에는 사유를 명시하였습니다. 보고서는 격년으로 발행할 예정입니다.

보고서의 작성원칙

삼성화재의 지속가능경영보고서 2009-2010의 보고항목은 GRI G3 가이드라인 및 GRI 금융산업 부가지표(FSSS : Financial Services Sector Supplement)를 기준으로 작성되었습니다. GRI가 권장하는 항목 중 삼성화재 해당항목은 부록의 GRI 공개 지표를 통해서 확인할 수 있습니다.

보고서 문의

삼성화재 지속가능경영보고서 2009-2010에 대해서 궁금하신 사항이나 추가적인 정보가 필요하신 분은 삼성화재 경영기획팀 기획파트(전화 : 02-758-4036, 팩스 : 0505-161-3164, 이메일 : csr@samsungfire.com)로 연락 주시기 바랍니다.

보고서의 특징

-

보고내용의 균형성과 신뢰성 확보

본 보고서는 삼성화재의 우수성과는 물론 취약점과 개선노력을 담아 보고 내용의 균형성을 확보하였습니다. 또한 이해관계자 여러분이 중요하게 생각하는 이슈에 대해 중점적인 정보를 드리고자 중요도 평가를 실시하였으며, 해당 결과에 대해서는 주요 현황 및 계획을 별도로 보고하였습니다.

이슈 중심의 보고서 구성

보고기간 동안의 삼성화재 지속가능경영 이슈를 선정하고, 이에 대한 삼성화재의 방향성 및 이행 활동을 Core Issue로 구성함으로써 삼성화재의 지속가능경영 핵심 활동이 보고서에 반영될 수 있도록 하였습니다.

이해관계자 커뮤니케이션 강화

이해관계자 설문 및 인터뷰 프로세스, 주요 결과 등을 보고서에 반영하였으며 이를 통해 이해관계자 분석의 객관성을 높였습니다.

GRI G3 Guideline 적용 수준

-



삼성화재 지속가능경영보고서 2009-2010는 GRI G3 보고서 적용 수준 기준표에서 'A+' 수준에서 요구하는 사항을 모두 충족하는 방향으로 작성되었음을 공시합니다. 보고서 제3자 검증기관은 본 보고서가 G3 Guideline 적용 수준 중 'A+'에 적합함을 확인하였습니다.

Contents

-

010

CEO Message

012

기업정보

028

삼성화재의 지속가능경영

046

Core Issues

066

Our Stakeholders

110

Performance

113

Appendix

외부기관의 평가

- A.M. Best사 재무건전성 평가 8년 연속 A+ 등급 획득

삼성화재는 2009년 세계 최대 보험회사 전문 신용평가기관인 미국 A.M Best사로부터 국내 보험사로는 유일하게 『A+』신용등급을 8년 연속 획득 하였습니다. 신용등급 A+는 총 16단계의 등급 중 상위 두 번째에 해당하며, 국내 보험사 중 최고의 신용등급입니다.

S&P 신용등급평가 7년 연속 A+ 등급 획득

삼성화재는 세계 최고의 신용평가회사인 미국의 Standard & Poor's사가 실시한 신용평가에서 재무건전성 및 신용에 대해 『A+』등급을 획득하였습니다. 신용등급 A+는 총 22단계의 등급 중 상위 다섯 번째로 대한민국 정부와 동일하며 국내 민간기업 중 최고의 신용등급입니다. 삼성화재는 A+ 신용등급을 획득함으로써 세계적 유수 보험 회사들과 어깨를 나란히 하게 됨은 물론, 국내외 투자자와 고객에게 더 큰 신뢰와 믿음을 줄 수 있는 계기를 마련 하였습니다.

대외수상 및 인증

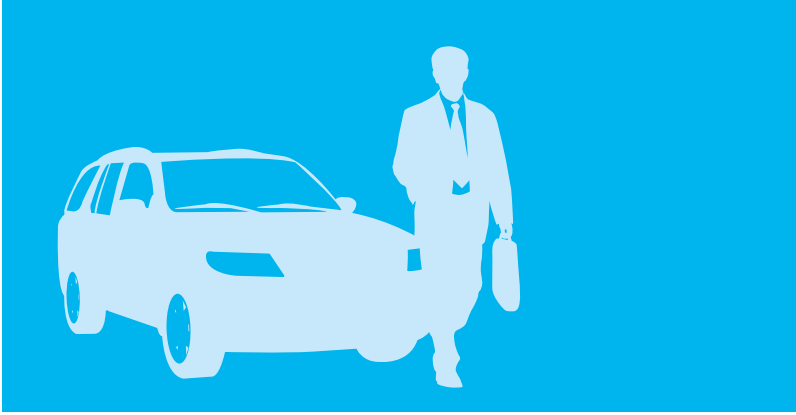
- | 부문 | 주관 | 수상명 |
|-----|---|--|
| 경영 | 한국경제신문, 재정경제부장관 | 제 19회 환경 다산금융상 보험부문상 |
| | 싱가포르 Asia Insurance Review | 아시아보험산업 대상수상 |
| 서비스 | 공정거래위원회, 소비자피해 자율관리위원회 | 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS) 인증기업 선정 |
| | 금융감독원 | 금융감독원 소비자보호 우수금융회사 선정 |
| | 한국생산성본부, 조선일보, 미시간대학교 | 국가고객만족도(NCIS) 손해보험부문 9년 연속 1위 |
| | 한국능률협회컨설팅 | 고객만족경영대상 5년연속 '대상' 선정 |
| | | 한국산업의 고객만족도(KCSI) 자동차보험부문 13년 연속 1위 선정 |
| | | 한국산업의 서비스 품질지수(KSQI) 우수콜센터 1위 선정 |
| | 한국표준협회 | 한국서비스품질지수(KS-SQI) 자동차보험부문 9년 연속 1위 선정(장기보험 2010년 1위) |
| | | 한국서비스대상 7년 연속 '대상' 수상 |
| | 보험소비자연맹 | 보험소비자연맹 '좋은보험사' 1위 선정 |
| | 산업자원부 | 서비스품질 우수기업 인증 획득 |
| 인터넷 | 한국정보통신산업협회 | 개인정보보호(ePRIVACY) 우수 사이트 선정(2002~2010) |
| | | 인터넷사이트안전(i-Safe) 우수 사이트 선정(2000~2010) |
| | 웹어워드 코리아 | 2009 웹어워드 코리아 서비스 이노베이션 & 보험부문 대상 수상 |
| | 산업자원부 주최 매일경제신문사, 중소기업청 등 후원 | 대한민국 디지털 경쟁력 상거래부문 대상 수상 |
| | 한국능률협회 매니지먼트 | 대한민국 1위 웹사이트 인증 획득 |
| | DNV | 세계 유일의 국제공인 정보보안 표준규격인 'BS7799' 인증 획득 |
| | (사)한국커머스넷, 매일경제, 조선일보사 주최 정보통신부, 월간 CEO, 한국 IT 중소벤처기업연합회 후원 | 대한민국 전자상거래 대상 정보통신부장관상 수상 |
| | | |
| | | |

주요연혁

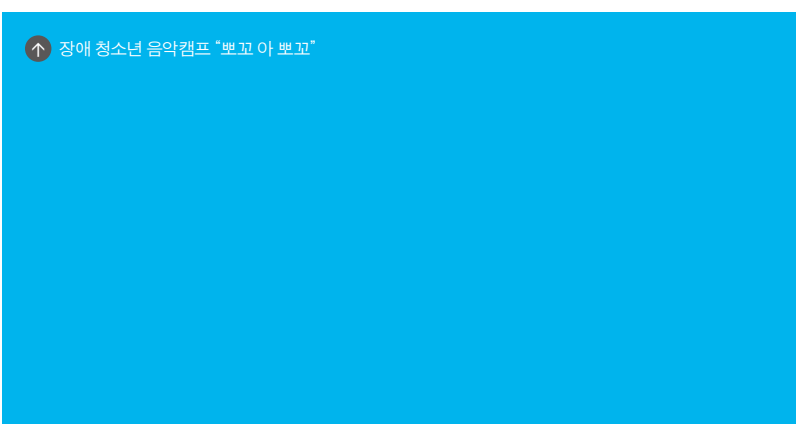
- | 1950s | | |
|--------------|------------------------|--|
| 1952. 01. 26 | 안보화재해상재보험주식회사 설립 | |
| | | |
| 1960s | | |
| 1963. 01. 31 | 안국화재해상보험주식회사 흡수 합병 | |
| 1963. 03. 02 | 안국화재해상보험주식회사로 상호 변경 | |
| | | |
| 1970s | | |
| 1975. 06. 01 | 기업 공개 | |
| 1978. 05. 25 | 런던 사무소 개설 | |
| 1979. 02. 04 | 위험관리연구소 설립 | |
| | | |
| 1980s | | |
| 1983. 10. 01 | 자동차보험 판매 실시 | |
| 1985. 09. 01 | 뉴욕사무소 개설 | |
| 1987. 10. 17 | 본사 사옥 준공 | |
| 1988. 03. 14 | 평의원협의회 탄생 | |
| | | |
| 1990s | | |
| 1990. 04. 01 | 미국뉴욕지점 개설 | |
| 1993. 12. 06 | 삼성화재해상보험주식회사로 상호 변경 | |
| 1994. 01. 10 | 일본 동경 사무소 개설 | |
| 1994. 05. 09 | 유성연수원 개원 | |
| 1994. 10. 20 | 삼성화재 사회봉사단 발대 | |
| 1995. 04. 20 | 중국 북경 사무소 개설 | |
| 1995. 07. 15 | 베트남 호치민 사무소 개설 | |
| 1995. 11. 11 | 삼성화재 배구단 창단 | |
| 1996. 06. 17 | 삼성화재배 세계바둑오픈 선수권 대회 창설 | |
| 1996. 08. 27 | 베트남 하노이 사무소 개설 | |
| 1997. 02. 18 | 인도네시아법인 설립 | |
| 1998. 10. 15 | 삼성화재손해사정서서비스주식회사 설립 | |
- | 2000s | | |
|--------------|--|--|
| 2001. 04. 26 | 중국 상해지점 개설 | |
| 2001. 07. 24 | 삼성교통안전문화연구소 설립 | |
| 2002. 01. 18 | '삼성화재 윤리경영 원년' 선포 | |
| 2002. 01. 26 | 창립50주년 기념, 타임캡슐 제막 | |
| 2002. 04. 02 | 자동차보험 대표브랜드 '삼성애니카' 출시 | |
| 2002. 04. 26 | 한국조폐공사 주최, 'The First in Korea' 손해보험 부문 '한국인이 존경하는 기업상' 수상 | |
| 2002. 05. 28 | 애니카자동차손해사정서서비스(주) 설립 | |
| 2003. 03. 26 | 공정거래협회 주관, '공정거래 자율준수 우수기업' 선정 | |
| 2003. 08. 27 | 베트남 합작법인 '삼성비나보험' 설립 | |
| 2003. 09. 30 | 중국 청도 사무소 개설 | |
| 2003. 12. 30 | 중국 태평양재산보험공사(CPIC)와 MOU 체결 | |
| 2005. 02. 03 | 삼성방재연구소 확대 개편 | |
| 2005. 06. 01 | 업계 최초 '고객패널제도' 도입 | |
| 2005. 06. 23 | 삼성화재해상보험(중국)유한공사 단독법인 세계 최초로 설립 | |
| 2005. 07. 01 | '500원의 희망선물' 캠페인 전개 | |
| 2005. 09. 30 | 장기보험 대표브랜드 '올라이프' 출시 | |
| 2006. 07. 27 | 중국법인 북경지점 개설 | |
| 2006. 10. 20 | 소비자불만 자율관리 시스템 도입 | |
| 2006. 11. 27 | 네온 조형물 '메트로 폴 50' 점등식 | |
| 2006. 11. 29 | 대한민국 브랜드 대상 '대통령상' 수상 | |
| 2006. 12. 01 | '장애인 인권상' 수상 | |
| 2006. 12. 12 | 장애인 먼저 실천상 '대통령상' 수상 | |
| 2006. 12. 20 | 디지털 지식경영대상 '대통령상' 수상 | |
| 2007. 01. 09 | 교통안전문화연구소 '자랑스런 삼성인상' 수상 | |
| 2007. 01. 18 | 포브스(Forbes) 선정 '아시아·태평양 50대 우량기업' 선정 | |
| 2007. 12. 21 | 중국법인 심천지점 개설 | |
| 2008. 07. 10 | 중국법인 소주지점 개설 | |
| 2008. 06. 09 | 지대섭 대표이사 사장 취임 | |
| 2008. 11. 20 | 업계 최초 FP센터 오픈 | |
| 2008. 12. 12 | 싱가포르 사무소 개설 | |
| 2009. 02. 26 | 중국법인 청도지점 개설 | |
| 2009. 03. 03 | 인터넷자동차보험 '마이애니카' 판매 개시 | |
| 2009. 04. 23 | 인도사무소 개설 | |
| 2009. 07. 01 | 애니홈 종합보험 출시 | |
| 2009. 09. 15 | 브라질 법인 개설 | |
| 2010. 04. 16 | 500원의 희망선물 100호점 입주식 | |
| 2010. 06. 21 | 중국 화태보험사와 포괄적 업무 제휴 체결 | |
| 2010. 07. 14 | 해피스쿨 1호 기증식 | |

삼성화재는 교통문화사업, 장애인 지원사업, 삼성애니카봉사단 등을 통해
지속적이고 일관성 있는 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.
모두가 함께 성장할 수 있는 다음 세상을 생각하는 것

이것이 바로 삼성화재의
약속입니다.



장애이해 드라마 "굿프렌즈" [↑](#)
삼성화재안내견학교 [→](#)
삼성방재연구소 고객사 리스크 컨설팅 [↓](#)



삼성화재는 2009년 3월부터 에코-오피스(Eco-Office)를 실천하고 있습니다.
이는 자연 그대로를 보존하기 위해 도시 속에서 할 수 있는 합리적인 환경 실천활동입니다.
세계 인류를 위한 맑은 세상을 만들어 가는 것

이것이 바로 삼성화재의
희망입니다.

삼성화재안내견학교 "퍼피데이" →
삼성방재연구소 고객사 리스크 컨설팅 ↓



지속가능 교통정책 국제 심포지엄 ↑
애니카랜드 →
신종플루 예방활동 ↓



↑ 우수고객 자녀 경제봉사 캠프
← 삼성화재와 함께하는 신나는 여름방학 캠프(공부방, 보육시설)



삼성화재는 고객의 소리를 능동적으로 듣고, 실천하기 위한 <고객참여경영>제도를 운영합니다.
고객의 일상 구석구석 삼성화재가 함께 함으로써 든든한 믿음을 드립니다.
고객 모두의 성공적인 미래를 만들어 가는 것

이것이 바로 삼성화재의
힘입니다.



- ← 임직원 소통 배구대회
- ↓ 소방관 직업 체험(키자니아*)

※ 키자니아는 어린이를 대상으로 하는 독특한 가족오락 공간으로 어린이들이 스스로 본인이 원하는 현실세계의 직업을 체험하며, 주인이 되는 어린이 직업체험 테마파크입니다.



- ↑ 시민 안전의식 향상을 위한 "Safe Seoul 한마당" 축제
- ← 삼성방재연구소 고객사 리스크 컨설팅



- ↑ 주니어 글로벌 리더스 포럼
- ← 장애인 생활환경 개선 프로젝트 "500원의 희망선물"
- ↓ 어린이 교통 및 안전사고 예방 Project "해피스쿨"



삼성화재는 각 부문에서 많은 상을 수상하였고, 국내외 기관으로부터 높은 평가를 받고 있습니다.
그러나 삼성화재가 가장 자랑스러워 하는 상은 고객이 주시는 상입니다.
고객이 늘 웃을 수 있는 내일까지 생각하는 것

이것이 바로 삼성화재의
마음입니다.

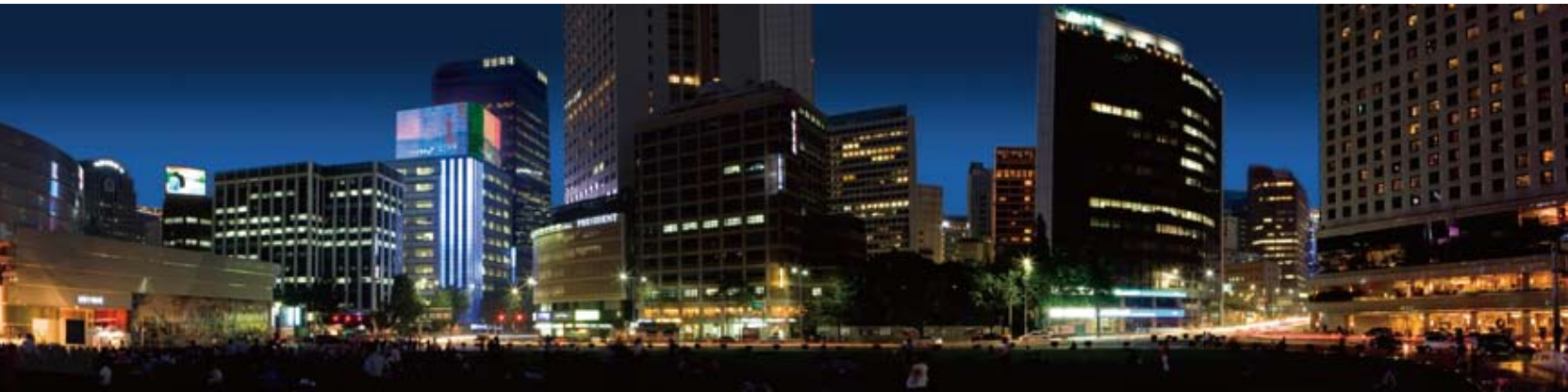
현열캠페인 →



- ↑ 직장 내 보육시설(동탄 어린이집)
- ↓ 서울 시청광장에서 바라본 삼성화재 네온 조형물 "Metro Pole 50"



- ↑ 삼성화재교통박물관
- ← 블루팡스 배구단



CEO Message



2010을 지속가능경영의 원년으로 삼아,
향후 10년 후, Global Top 10으로 성장하겠습니다.

존경하는

고객, 주주, 임직원, 지역사회, 파트너

여러분

●

급변하는 경영환경과 금융위기 속에서도 저희 삼성화재는 국내 손해보험업계 1위로서 높은 성장성과 안정성을 동시에 실현하여 S&P, A.M.Best 등 글로벌 평가기관으로부터 국내 최고의 신용등급을 받음으로써 국내외 투자자로부터 최고의 보험사로서 인정받고 있습니다.

삼성화재는 올해 국내에서의 성과에 만족하지 않고 글로벌 시장 진출을 통해 2020년 국내의 사업에서 30조 원의 매출을 달성하여 손해보험사 Global Top10으로 성장하겠다는 Vision 2020을 제시하였습니다.

저희는 이러한 성과가 고객과 사회의 신뢰와 사랑을 바탕으로 이룬 것임을 잘 알고 있기에 단순히 재무적 성과를 내는 것에 그치지 않고, 사회의 구성원으로서 교통문화 개선, 교통사고 유가족 지원, 시각장애인 안내견 사업, 장애인 주거환경 개선사업, 애니카봉사단을 통한 임직원 사회봉사 등의 사회공헌 활동을 꾸준히 실천해 왔습니다.

또한, 고객만족을 위한 경영활동을 꾸준히 실천하여 국가고객만족지수(NCSI) 손해보험 부문 9년 연속 1위, 한국산업의 고객만족도(KCSI) 13년 연속 1위, 한국서비스대상 7년 연속 대상 수상 등 그 성과를 인정 받은 바 있습니다.

2008년 글로벌 금융위기는 기업의 목적과 사회적 책임에 대해서 다시 한 번 생각하게 하는 계기가 되었습니다. 탁월한 경영성과 시현 뿐만 아니라 사회가 필요로 하는 책임을 이행하는 것도 궁극적으로 기업의 가치를 높이는 방법이라는 점을 잘 알기에 2010년을 지속가능경영의 원년으로 삼아 그 동안의 사회공헌 활동을 보다 체계적으로 수행하고 환경 및 경제분야의 글로벌 이슈에 대해서도 적극적으로 참여하는 글로벌 기업으로 발돋움하기 위해 그 첫걸음으로 지속가능보고서를 발간하게 되었습니다.

삼성화재는 고객, 주주, 임직원, 지역사회, 파트너 등 주요 이해관계자와의 소통을 강화하고, 지속가능보고서를 통해 전략과 활동을 공유하여 사회 안에서 함께 성장하는 기업이 되도록 하겠습니다. 또한 여러분의 신뢰와 협조를 바탕으로 2020년 Global Top 10의 Vision을 꼭 이룰 수 있도록 노력하겠습니다.

저희의 도전과 성과를 관심을 갖고 지켜봐 주시기를 바라며 지속적인 성원 부탁드립니다.

감사합니다.

2010년 10월 4일

대표이사 사장 지대섭

D. S. Chi

01

SAMSUNG FIRE & MARINE INSURANCE

● 기업정보

사람이 아름다운 이유는 꿈이 있기 때문이며,
세상이 아름다운 이유는 사람들이 있기 때문입니다.
삼성화재는 그 누구보다 따뜻하고 올곧은 꿈으로
이 세상을 아름답게 채우고 있습니다.

- 014 _____ 기업개요
- 017 _____ 기업지배구조
- 020 _____ 리스크관리 체계
- 024 _____ 윤리경영 및 내부통제



01.01 기업개요

삼성화재는 1952년 1월 26일 한국안보화재해상재보험(주)로 설립되어 1993년 12월 삼성화재해상보험 주식회사로 사명을 변경, 현재에 이르고 있습니다. 규모나 재무구조, 경영 측면에서 국내 최고의 손해보험 회사가 된 삼성화재는 국내는 물론 미국과 유럽, 중국, 인도네시아, 일본, 베트남 등 아시아 지역에서 의욕적인 활동을 전개하고 있으며, 각국 선진 보험사들과의 업무제휴를 통해 영업망을 확충하고 세계적인 종합 금융서비스사를 향해 착실하게 성장을 거듭하고 있습니다. 삼성화재는 선진금융기법 도입, 상품개발력 강화, 보험 마케팅의 혁신 및 언더라이팅 기법의 육성, 전 임직원의 프로화, 효율적인 보상서비스 체계 구축, 지속가능경영 이슈 대응 등으로 경쟁력을 확보하여 고객만족과 주주가치를 높여갈 것입니다.

기업현황

기업명	삼성화재해상보험 주식회사
본사소재	서울 중구 을지로1가 87 삼성화재빌딩
설립일	1952년 1월 26일
업종	손해보험업
CEO	지대섭
총자산	26조 6,559억원
자본금	265억원
매출액	10조 8,951억원
임직원	5,321명(정규직 : 5,146명, 계약직 : 175명)
신용등급	AM.Best(8년 연속 A+), S&P(7년 연속 A+)
부속기관	교통안전문화연구소, 삼성방재연구소, 유성연수원, 삼성화재교통박물관, 삼성화재안전내건 학교
자회사	P.T.Asuransi Samsung Tugu, Samsung Vina Insurance Co.,LTD, 삼성화재해상보험(중국)유한공사, 삼성화재손해사정서비스 주식회사, 애니카자동차 손해사정서비스 주식회사
주요 주주기관	외국인 49.53%, 국내기관 18.71%, 특수관계인 18.64%, 자사주 7.88%, 기타 5.24%

자회사 현황

(2009년 12월 31일 기준)

회사명	소재지	자본금	지분율(%)
P.T.Asuransi Samsung Tugu	인도네시아 자카르타	18.5억(Rp 150억)원	70
Samsung Vina Insurance Co.,LTD	베트남 호치민	30.3억(\$2,500,000)원	50
삼성화재해상보험(중국)유한공사	중국 상하이	483억(\$29,210,000)원	100
삼성화재손해사정서비스 주식회사	한국 서울	11억원	96.79
애니카자동차 손해사정서비스 주식회사	한국 서울	5,000만원	100

삼성화재 경영원칙

삼성화재는 인재와 기술을 바탕으로 최고의 상품과 서비스를 창출하여 인류사회에 공헌하는 '세계에서 가장 존경 받는 초일류 보험회사'를 지향합니다. 이를 위해 인재제일, 최고지향, 변화선도, 정도경영, 상생추구를 핵심가치로 삼고 있습니다. 나아가 법과 윤리를 준수하고 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 5가지 경영원칙을 제정해 운영하고 있으며, 이를 실천해 나가기 위한 행동지침을 마련하였습니다.

경영원칙

-

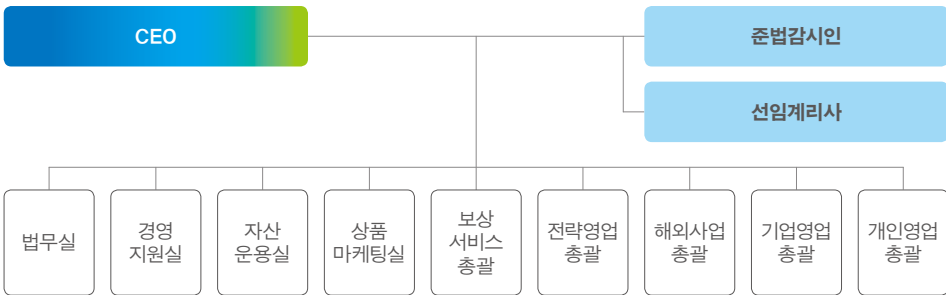
원칙 1	원칙 2	원칙 3	원칙 4	원칙 5
법과 윤리를 준수한다.	깨끗한 조직문화를 유지한다.	고객, 주주, 종업원을 존중한다.	환경, 안전, 건강을 중시한다.	글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 다한다.
- 개인의 존엄성과 다양성을 존중 - 법과 상도의에 따라 공정하게 경쟁 - 정확한 회계기록을 통한 투명성 유지 - 정치에 개입하지 않으며 중립을 유지	- 모든 업무활동에서 공과 사를 엄격히 구분 - 회사와 타인의 지적 재산을 보호하고 존중 - 건전한 조직 분위기를 조성	- 고객만족을 경영활동을 우선적 가치화 - 주주가치 중심의 경영을 추구 - 종업원의 삶의 질 향상을 위해 노력	- 환경친화적 경영을 추구 - 인류의 안전과 건강을 중시	- 기업시민으로서 지켜야 할 기본적 책무 수행 - 현지의 사회, 문화적 특성을 존중, 상생 실천 - 사업 파트너와 공존공영의 관계를 구축

조직구조

삼성화재는 신속한 의사결정과 권한위임이 용이한 유연한 조직구조를 가지고 있습니다. 삼성화재는 크게 5 총괄, 4실, 19사업부, 5담당, 15팀으로 구성되어 있으며, 삼성방재연구소, 교통안전문화연구소, 삼성화재교통박물관 등 3개의 교육/연구기관을 보유하고 있습니다.

조직도 (2009년 기준)

-



- 애니카레이디 자동차보험
- 애니비즈 종합보험



상품 및 서비스

삼성화재는 판매조직의 경쟁력 강화 및 고객별 최적의 맞춤형 상품을 제시할 수 있도록 다양하고 차별화된 상품 및 최상의 서비스를 제공하고 있습니다.

삼성화재 상품 및 서비스 포트폴리오

-

상품 및 서비스	구분	내용
보험 상품	자동차/운전	애니카자동차보험
	건강/자녀	통합보험 Super V, 자녀보험 엄마사랑, 자녀보험 아빠사랑, 건강보험 새시대 건강파트너, 건강보험 S케어, 새희망보장보험
	연금/저축	연금보험 아름다운 생활, 저축보험 슈퍼세이브
	여행/레저	해외여행보험, 국내여행보험, 글로벌케어보험, 골프보험, 녹색자전거보험
	화재/재물	가정종합 행복한우리집, 재물보험 뉴비즈니스, 애니홈종합보험
	Biz보험	애니비즈종합보험, 적하보험, PL보험
대출/금융	보험계약대출	보험계약대출
	담보대출	아파트 담보대출, 아파트 경락 잔금대출, 주택금융공사 보증자리론
	퇴직연금	이율보증형, 금리연동형, 배당주 혼합형, INDEX 혼합형
	펀드상품	삼성스트라이크증권투자신탁제1호[주식], 삼성당신을위한삼성그룹밸류인덱스증권투자신탁제1호[주식] 외 56종
서비스	상품/제휴서비스	차량관리 서비스, 건강검진 예약대행서비스, 골프 예약대행서비스, 해충방제할인서비스, 어학캠프 할인서비스
	애니카서비스	긴급출동서비스, 차량진단 서비스, 카크린 서비스, 검사대행 서비스, 폐차대행 서비스
	회원 부가서비스	허니빈포인트, 바이러스백신, 도서요약서비스

01.02

기업지배구조

삼성화재는 이사회를 중심으로 투명경영을 실천하고 있습니다. 이사회는 전체 이사수의 과반수를 사외이사로 구성하여 경영진에 대한 견제와 균형의 기능을 충실히 이행, 주주가치를 제고하는 한편 경제, 사회, 환경 등 회사 내 모든 분야의 주요 의사결정이 이해관계자들의 이익을 극대화하는 방향으로 이루어지도록 노력하고 있습니다.

이사회 구성 및 역할

이사회 구성

이사회는 주요 경영정책을 의결하는 사내 최고 의사결정 기구로서 투명하고 독립적인 이사회 운영과 책임경영을 통해 주주의 이익에 부합되고, 사회적 책임을 존중하는 경영 의사결정이 이루어 질 수 있도록 하고 있습니다. 이사회는 사외이사후보추천위원회 규정 10조에 의거하여 전문성 기준을 제시하고 있으며 이에 따라 사내이사 3명과 법률, 회계, 경영 등에 대해 전문 지식 및 풍부한 경험을 가진 사외이사 4명으로 구성되어 있습니다. 사외이사는 전체 이사수의 57%를 차지하고 있으며, 이를 통해 이사회 운영의 투명성을 제고하고 있습니다. 또한, 사내이사와 사외이사는 주주총회의 의결을 거쳐 선임되고 있습니다. 삼성화재는 대표이사 CEO와 이사회 의장을 겸임하지 않고 분리 선임함으로써 CEO의 전문성 강화와 책임경영을 구현하는 한편, 경영투명성을 확보할 수 있는 체계를 구축하였습니다.

이사회 현황

-

구분	성명	현직위	전문분야	성별
상근	지대섭	대표이사 사장/ 회사업무 총괄	경영	남자
	이종성	전무/경영지원실장	경영	남자
	이재식	감사위원	경영	남자
비상근	김영철	사외이사/이사회 의장	법률	남자
	김강정	사외이사	언론	남자
	이원창	사외이사/감사위원장	회계	남자
	신현철	사외이사/감사위원	경영	남자

이사회 운영 및 역할

이사회는 매분기 정기이사회, 필요시 임시이사회를 개최하여 법령 또는 정관에서 정한 사항과 회사 경영에 관한 중요한 사항을 심의·결정하고 있습니다. 또한 이사회에서는 퇴직연금 가입, 내부통제 평가, 윤리·준법 모니터링 계획 보고, 준법감사인(공정거래자율준수관리자) 선임 등의 지속가능경영 관련 이슈에 대하여도 의결함으로써 삼성화재 지속가능경영 방향을 제시하고 있습니다. 경제, 사회, 환경 등의 주요 사안에 대한 사외이사 활동결과를 보고하고 있으며, 이사회는 사외이사의 이사회 참석률로 사외이사 활동결과를 체크하고 있습니다. 2009년 이사회 참석율은 100%입니다.

삼성화재는 지배구조의 개선과 전문성 및 공정성을 제고하기 위해 이사회 내에 경영위원회, 리스크관리위원회, 내부거래위원회, 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 보상위원회 등 6개 위원회를 설치 운영하고 있습니다. 경영위원회는 이사회가 위임한 회사의 주요 경영현안 및 지속가능경영 관련 현안을 결정하는 역할을 하고 있으며, 리스크관리위원회는 회사 경영상 발생할 수 있는 위험의 효율적 관리, 감독, 정책수립 및 평가 등 리스크 관리업무를 총괄하고 있습니다. 내부거래위원회는 계열회사간 중요한 내부거래를 점검하고 관리하며, 감사위원회는 분기별 결산내역 및 회계관리 실태 등에 대한 감사를 수행하고 있습니다. 그리고, 사외이사 후보 추천위원회는 사외이사 후보를 주주총회에 추천하는 역할을 하고 있으며, 보상위원회는 경영진에 대한 성과보상제도의 설계, 운영, 지급결정 등의 업무를 리스크와 연계하여 관리하는 업무를 수행하고 있습니다.

한편 이사의 보수는 관련 법규와 정관이 정하는 바에 따라 주주총회의 결의로 승인하고 있습니다.

이사회 내의 이해관계상의 충돌을 방지하기 위해 이사회규정 11조에 의거하여 이사회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사하지 못하도록 규정하고 있습니다.

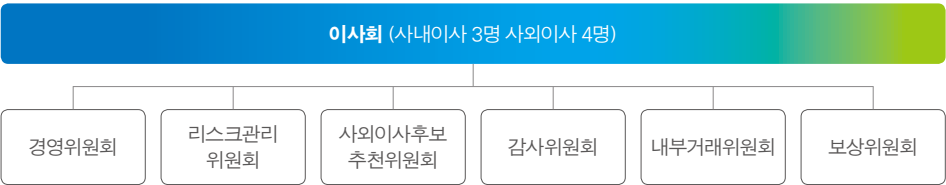
이사회 운영 성과 : 이사회 주요 의결사항

-

개최 일자	주요 활동 내용	사외이사 참석율(%)
2009. 2. 24	- '08년 경영실적 및 '09년 경영계획보고 - 감사업무 주요결과 보고 - 해외법인(베트남) 출자의 건 - 해외법인(브라질) 설립의 건 - 퇴직연금 가입의 건 - 휴면예금관리재단 출연의 건	100
2009. 4. 17	- 제 59기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건 - 내부회계관리규정 개정의 건 - 내부통제 평가 결과 보고	100
2009. 5. 8	- 제 59기 정기주주총회 소집의 건 - 제 59기 정기주주총회 의안 부의의 건 - 내부회계관리제도 운영실태 보고 - 내부회계관리제도 운영실태 평가 보고 - 제 59기 결산에 관한 선임계리사 보고	100
2009. 6. 4	- 이사회 의장 선임의 건 - 이사회 내 위원회 위원 선임의 건 - 이사보수 책정의 건	100
2009. 9. 2	- '09년 1~7월 경영실적 보고 - 내부통제 평가 결과 보고 - 퇴직연금 가입의 건	100
2009. 12. 9	- '09년 1~10월 경영실적 보고 - 채권자산 위탁운용 승인의 건 - 퇴직연금 가입의 건 - 내부통제기준 개정의 건	100

이사회 조직도

-



삼성화재는 최고경영자와 주요 임원에 대한 성과 평가 체계를 구축하여 평가를 진행하고 있습니다. 전사 목표 및 평가방향과 연계하여 임원별 평가 KPI를 선정하고, 이를 기준으로 주기적인 피드백과 과정관리를 수행하여 최종 결과를 평가에 반영합니다. 부문간 시너지 및 평가투명성, 공정성을 기하기 위해 공통목표를 설정하고 명확한 목표 설정을 통해 평가를 이행하고 있습니다.

주주의 권익 보호

삼성화재는 경영상의 주요한 결정사항에 대해 즉각 공시함으로써 주주 및 이해관계자들에게 신속한 경영정보를 제공하고 있습니다. 주주의 자본참여에 대한 경영성과 배분인 배당에 대해서는 FY2007 이후 꾸준한 현금배당 300%를 실시해오고 있으며, 특히 FY2007에는 2,600억원 규모의 이익소각을 실시하는 등 주주가치 제고를 위해 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 또한 신규 투자자산의 경우 업종 내 최상수준의 방법론을 통해 적격 심사하고 있습니다. 최근 시장 참여자들의 권리의식 신장으로 인한 주주 및 소비자의 소송 제기 가능성, 증권관련 집단소송제 시행 등 경영자의 경영활동에 대한 제반 리스크가 증가하고 있어 삼성화재는 경영진의 자율적인 의사결정 및 업무집행을 보장하기 위하여 1997년부터 임원배상책임보험을 가입하고 있습니다. 한편 일정 요건을 갖춘 주주의 경우 이사회에 주주총회 의안을 제안할 수 있으며, 주주총회에서 의안에 대한 질의 및 설명을 요구할 수 있습니다.

지배구조 시스템의 유지 및 개선

삼성화재는 경영정보의 공시 및 투명성 확보를 위해 내부회계관리 제도와 Global Standard 내부통제관리시스템 DC&P(Disclose Controls and Procedures)를 도입해 운영하고 있으며, 공시 자료에 대한 사전 검증 및 사업보고서에 대한 CEO, CFO인증을 실시하고 있습니다. 재무정보의 경우에는 SAP 재무정보를 도입해 결산데이터의 적합성을 확보하고 체계적인 이력관리를 추진하고 있습니다. 통합인터페이스시스템을 통해 데이터 통합관리를 진행함으로써 재무정보에 대한 투명성을 확보하고 있으며, 내부 통제체제의 건실화를 통해 회사의 지속성장에 기여하고자 내부 감사제도를 운영하고 있습니다. 내부감사는 재무적 측면 뿐만 아니라 비재무적 측면도 포괄하는 것으로, 삼성화재는 이를 투명경영, 윤리경영을 실현하기 위한 중요한 활동으로 인식하고 있습니다. 특히 기업의 투명성 확보는 기업의 생존을 위한 필수 요소로 이사회, 감사위원회, 최고경영진 등 각자의 기능을 책임 있게 수행할 수 있도록 하고 있습니다. 주요 내부 감사제도는 내부통제 자율규제 평가(Self Regulation), 리스크 평가 제도(Risk Assessment and Application System), 공시이행실태 자체 점검 등이 있습니다.

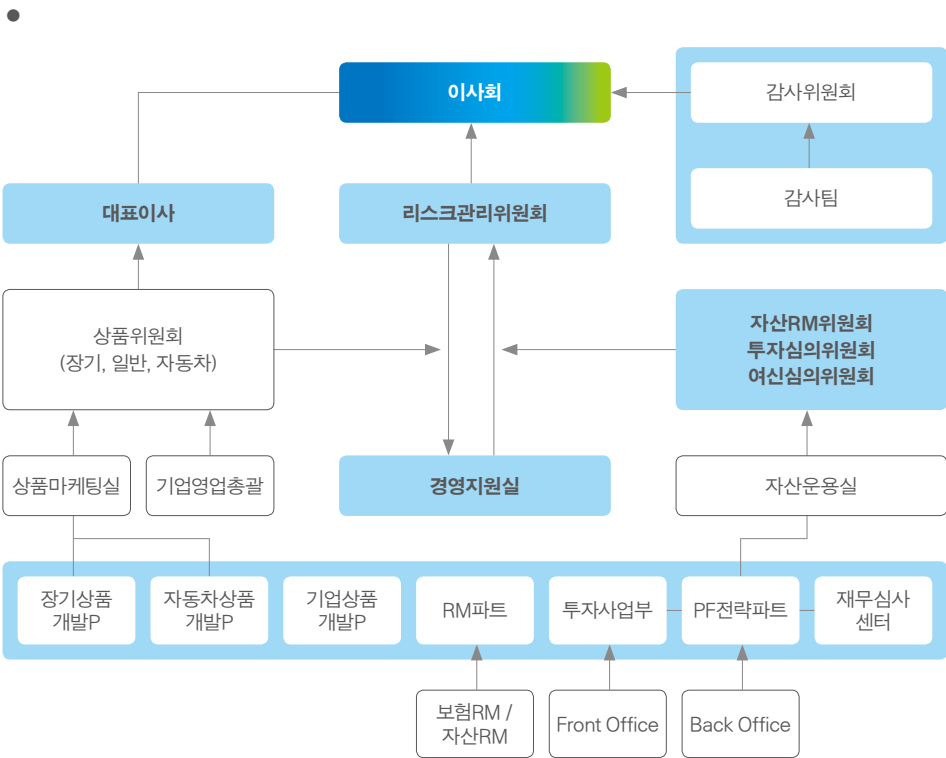
삼성화재는 기업의 성장과 수익성 확보 등 경영활동 전반에 존재하는 위험요소를 사전에 점검, 예방함으로써 회사가 건전하고 안정적으로 운영될 수 있도록 리스크관리 업무를 수행하고 있습니다. 리스크관리 활동을 통해 사전적 손실방지 및 위기상황시 손실을 최소화함으로써 삼성화재의 지속 가능성을 확보하고자 노력하고 있습니다.

리스크관리위원회

삼성화재는 변화하는 금융시장에 대응하고, 효율적인 리스크관리 업무를 수행하기 위해 1999년 리스크관리규정 제정과 더불어 리스크관리위원회를 설치하였으며, 리스크 중심 경영의 활성화를 위해 매년 5회 이상(5~9회)의 리스크관리위원회를 개최하고 있습니다. 리스크관리위원회는 이사회 내 소 위원회로서 리스크관리 규정을 제·개정하고, 적정 투자 및 손실한도를 결정하는 등 부담 가능한 리스크 수준을 결정하며, 리스크에 대한 모니터링 및 관리 대책을 마련하는 역할을 수행합니다.

리스크관리위원회를 보좌하기 위한 리스크관리 전담조직으로 RM파트를 설치하고 리스크관리 지침 및 기준 마련 등을 통해 체계적인 리스크관리 프로세스를 구축하고 있습니다. 또한 리스크관리 문화가 정착될 수 있도록 관련 시스템 및 리스크관리 인력의 전문성을 확보하는데 많은 지원 및 역할을 하고 있으며, 리스크관리 협의체 운영 등 리스크관리 문화를 공유하기 위한 활동도 적극적으로 추진하고 있습니다.

리스크관리위원회 조직도



전사적 리스크관리
(ERM : Enterprise Risk Management)

국내·외 경영환경의 급격한 변화와 불확실성의 증가에 따라 리스크관리의 중요성이 확대되고 있으며 삼성화재는 이러한 점을 잘 인식하고 있습니다. 이에 따라 부문별 리스크관리에서 벗어나 전사적 차원에서 통합 관리할 수 있는 전사적 리스크관리(ERM : Enterprise Risk Management) 시스템을 구축하였고, 환경변화에 따라 상시 보완하고 있습니다. 삼성화재는 리스크관리 문화가 자산운용 및 보험사업 등 모든 부문에서 정착 되는 중이며, 향후 모든 사업부문을 대상으로 통합된 리스크관리 체계를 구축해 나갈 예정입니다.

리스크 관리 프로세스

삼성화재의 리스크 관리는 리스크 인식, 리스크 측정, 유관부서 협의, 내부 보고, 대책 실행의 5단계 프로세스에 걸쳐 진행됩니다.

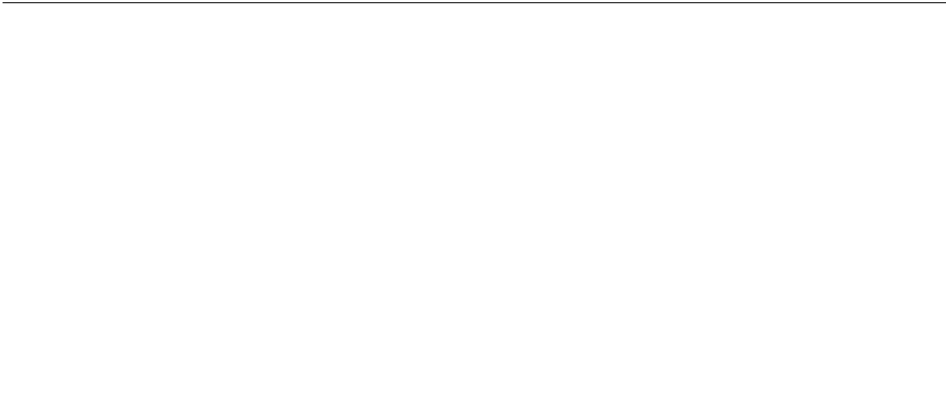
이 프로세스에 따라 리스크관리 부서는 상품개발, 보험심사, 영업, 자산운용 등 제반 프로세스 상에서 발생하는 리스크를 인식하고, 리스크 계량화 및 수익성 평가를 수행합니다. 특히 상품개발 심사 시에는 재무적 리스크, 윤리적 리스크, 법률적 리스크 등에 대한 관리가 선행되고 있습니다. 이를 통해 얻은 리스크 측정 결과에 대해 유관부서와 협의하여 관리 전략을 수립하며, 각 부문은 리스크관리 대책을 실행하고 관리 부서는 전략 수행 결과를 모니터링 및 피드백하는 프로세스로 운영됩니다.

리스크 관리 프로세스 5단계



리스크 분석 및 관리

삼성화재는 업계 최초로 리스크 측정 시스템을 구축하는 등 선도적인 IT 인프라를 기반으로 시장 리스크, 신용 리스크, ALM(Asset Liability Management) 리스크, 보험 리스크를 관리하고 있습니다. 리스크 측정 시스템을 통해 시나리오 분석 및 회사 수익구조에 미칠 영향 등을 분석하고, 리스크 분석결과를 신상품의 가격 결정, 보험상품 수익성 가이드라인, 투자상품 위험 및 손실 분석, 듀레이션 관리 등에 활용되고 있습니다.



리스크 측정 시스템

-



리스크 정의 및 관리

-

유형	정의
금리리스크 (ALM리스크)	- 자산과 부채의 만기 및 금리구조의 불일치로 금리변동 시 회사의 순자산가치가 감소할 위험 - 전략적 자산배분(SAA : Strategic Asset Allocation) 및 상품믹스전략(Product Mix Strategy)을 통해 자산/부채 구조의 최적화를 도모
보험리스크	- 보험회사의 고유업무인 보험계약의 인수 및 보험금 지급과 관련하여 발생하는 위험 - 보험리스크에 노출될 가능성과 관련 이슈를 모니터링하고, 부담가능한 리스크 수준을 고려한 재보험 전략을 수립, 운영
시장리스크	- 추가, 금리, 환율 등 시장가격 변동으로 인해 포트폴리오의 가치가 변동함으로써 발생할 수 있는 손실 위험 - 시나리오 및 민감성 분석을 통해 경제시장요소의 즉각적인 변동에 따른 예상 수익의 잠재적 변화를 측정, 관리
신용리스크	- 파산, 채무재조정 등 차주의 신용악화로 인해 보유 자산의 원금 또는 이자 미상환 등의 손실을 입을 위험 - 산업별, 차주별 신용등급의 변동을 모니터링하고 전체 포트폴리오의 신용리스크를 측정, 관리
운영리스크	- 회사 내부통제제도의 미흡, 임직원의 실수 및 시스템의 오류 등으로 인하여 손실이 발생할 위험

- BCM 인증획득
- ● BCM 모의훈련



리스크 자본 배분

삼성화재는 매년 리스크관리위원회를 통해 리스크별 경제적 자본(Economic Capital) 한도를 설정하고, 매 월 한도 초과여부를 모니터링하고 있습니다. 아울러 매년 내재가치(EV : Embedded Value) 측정 및 발표를 통해 회사의 장기적 가치 평가를 하고 있습니다.

전략적 의사결정 프로세스

삼성화재는 전략적 자산배분(SAA : Strategic Asset Allocation), 보유/재보험 전략 등 중요한 리스크관리 전략을 수립·운영하고 있습니다. 예를 들어, 자산운용의 경우 매년 초 리스크관리위원회를 통해 SAA전략을 수립하고, 자산운용부서는 SAA전략 하에서 초과 성과를 달성하기 위한 TAA(Tactical Asset Allocation)를 실행하며, 리스크관리위원회는 자산운용성과에 대해 SAA 목표대비 달성 정도를 Feedback 평가하는 프로 세스로 운영됩니다.

자산운용 프로세스

-

1단계 : SAA 전략수립 (리스크관리위원회)	2단계 : TAA 전략수립 (자산운용부서)	3단계 : Feedback (리스크관리위원회)
- 부채 구조를 감안한 자산 배분전략 수립 - 자산포트폴리오 G/L, 목표 듀레이션 등의 수준 설정	- 설정된 SAA 전략 하에서 초과 성과를 달성하기 위한 세부 자산 배분 전략 수립 - 자산유형별 수익 및 듀레이션 평가	- SAA 목표대비 성과 평가

위기상황관리 시스템

화재, 가스, 폭우 등의 재해로 IT 시스템이 손상되어 기업경영 및 이해관계자의 중요 비즈니스 기능이 중단될 경우, 즉각적인 채널을 공급하는 솔루션이 요구됩니다. 삼성화재는 이러한 위기상황에 대처하기 위하여 위기 상황관리 시스템 BCM(Business Continuity Management)을 운영하고 있으며, 이를 통하여 위기상황에 대응하는 역량을 강화하고 있습니다. 특히 2010년 6월 국내 손해보험업계로는 처음으로 BCM국제인증을 획득함으로써 삼성화재의 우수한 사고대응 관리체계뿐만 아니라 보험사업의 안전성을 인정받는 계기가 되었 습니다. 한편 바젤협약의회는 BCM을 새로운 BIS(Bank for International Settlements) 기준에서 리스크관리 원칙으로 제시하고 있습니다.

윤리경영 추진

삼성화재는 윤리경영에 대한 사회와 고객의 기대에 부응하기 위해 2000년 준법감시인 선임을 시작으로 윤리 경영을 도입하였습니다. 2001년 보험업계 최초로 공정거래 자율준수 의지를 대내외에 선포한 데 이어 2002 년을 윤리경영의 원년으로 정하고 윤리강령 및 행동지침을 개정하였습니다. 그 후 지금까지 윤리경영을 정착, 발전시키고자 임직원 행동수칙을 선포하고 경영원칙과 실천강령을 제정해 운영하고 있습니다. 이러한 노력 을 통해 임직원의 인식전환과 각종 제도를 개선해나가고 있으며, 리딩컴퍼니로서의 역할과 사명을 다함은 물 론 클린 컴퍼니로서 글로벌 스탠다드를 갖추기 위해 노력하고 있습니다. 한편 삼성화재는 2011년부터 실시될 ISO 26000(사회적책임 국제 표준)에 대비하여 윤리경영을 비롯한 인권, 지배구조, 공정한 업무 관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여 등의 이슈에 대한 모니터링을 강화하고 있습니다.

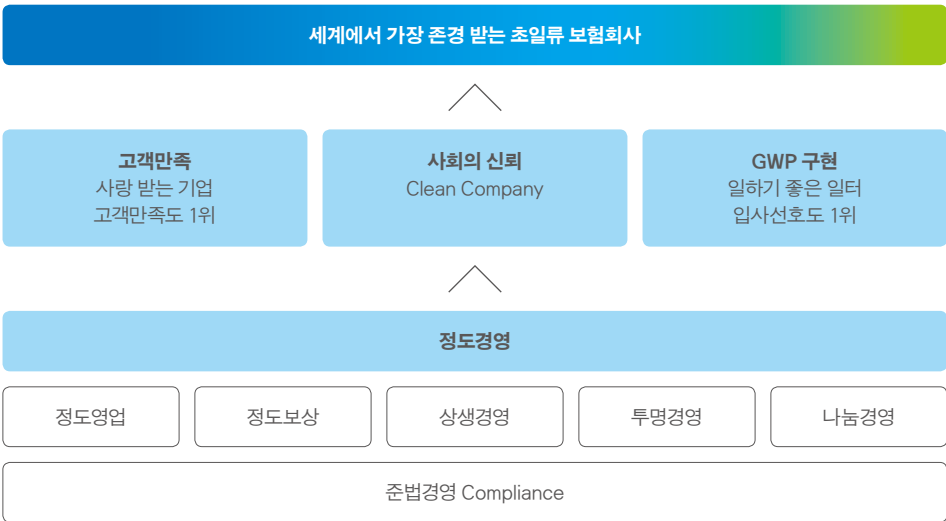
윤리경영 추진 경과

-

1단계 윤리경영도입	2단계 윤리경영 체계 확립	3단계 윤리경영 정착 / 발전
준법감시인 선임('00년) - 준법감시팀 설치 - 내부통제 기준 제정 - 준법감시 담당자 지정	윤리강령 및 행동지침 개정('01년) - 윤리경영 홈페이지 오픈 - 사이버 윤리경영 교육 등 윤리경영 선포('02년) - 윤리행동지침 개정 - 내부통제기준 개정 - 윤리위원회 발족 - 윤리경영 서약서	윤리강령 개정('03~'04년) - 윤리위원회 개편 - 실천사무국 발족 - 윤리준법 모니터링 - 윤리경영 서약서 경영원칙 선언('05~'09년) - 경영원칙 / 핵심가치 제정 및 선포 - 경영원칙 실천서약 - 경영원칙 실천위원회 발족

윤리경영 전략

-



임직원 행동수칙 선포

삼성화재는 회사 내 윤리경영 문화의 정착을 위해 2009년 회사 창립 제 57주년 기념식에서 임직원 행동수칙 을 선포하였습니다. 모든 임직원들은 서명을 통해 윤리경영의 가치를 인정하고, 윤리경영을 수행하고자 하는 의지를 밝혔습니다. 임직원 행동수칙은 고객중시, 주인의식, 도전정신, 전문성, 준법정신 등 5개 항목으로 구 성되어 있습니다.

임직원 5대 행동 수칙

-

고객중시	진정성을 가지고 고객의 입장에서 생각하고 일한다.
주인의식	회사의 변화는 나로부터, 내가 먼저 실행한다.
도전정신	열정과 패기의 뉴 파이오니어 정신으로 세계에 도전한다.
전문성	내 분야에 최고가 되기 위해 항상 생각하고, 공부하고, 실천한다.
준법정신	모든 일에 정도와 윤리를 준수한다.

윤리경영 추진 조직

삼성화재는 윤리경영 방침과 실행 역량을 일치시키고자 윤리경영 추진 조직을 구성해 운영하고 있습니다. 정 도 경영 방침에 따른 정도영업, 정도보상, 상생경영, 투명경영, 나눔경영 실천에 앞장서고 있으며, 윤리교육, 일상감시 활동, 내부통제 활동, 내부제보/사전감사 시스템 운용 등의 활동을 추진하고 있습니다.

윤리경영 추진 조직

-



- e-공유 가치 온라인 교육



-

윤리교육

삼성화재는 임직원의 윤리경영에 대한 인식을 고취하고 실천력을 강화하기 위해 온/오프라인 윤리교육을 전개하고 있습니다. 2009년 온라인 교육 2개 과정에 9,184명이, 총 35개 과정으로 구성된 오프라인 교육에는 1,376명의 임직원과 RC가 참여하였습니다.

윤리교육 현황

-

구분	교육내용	교육대상	비고
e-공유가치	경영원칙, 고객중시, 주인의식, 도전정신, 전문성, 준법 정신	전 임직원	온라인
알기 쉬운 Compliance Risk	Compliance Risk 기초	RC	온라인
공통과정	Compliance기초, 경영원칙 등	신입사원/승격(급)	오프라인
개인총괄	3대 CR, 고객만족판매 프로세스	영업관리자/RC	오프라인
자동차보상총괄	금융사고예방, 내부통제, 불공정행위금지	보상담당/특수조사	오프라인
상품/기업총괄	공정거래자율준수, 자금세탁방지	직급영업/Underwriter/텔러	오프라인

또한 삼성화재는 전 임직원을 대상으로 ‘e-공유가치’ 교육 프로그램을 실시하고 있습니다. ‘e-공유가치’ 과정은 경영원칙, 고객중시, 주인의식, 도전정신, 전문성, 준법정신에 대한 내용으로 이루어져 있으며, 준법정신 과정에 가장 많은 시간을 배정하고 있습니다. 교육은 내부통제제도와 자금세탁방지, 개인정보보호, 공정거래 준수 및 보험사기 방지, 부정방지 등에 대해 진행되며, 이를 통해 임직원의 법규 준수에 대한 인식을 고취 시킴으로써 삼성화재의 윤리와 투명성이 강화된 경영활동 추진 기반을 마련하고 있습니다.

내부통제

공정경쟁 내부 감시 기구 운영

내부거래의 투명성을 제고하고 부당내부거래로 인한 컴플라이언스 리스크를 제거하고자 공정경쟁 내부 감시 기구인 내부거래위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 총 3명의 사외의사로 구성되어 있으며, 계열회사 간 중요한 내부거래 보고를 청취하고 이에 대한 심의와 의결을 진행합니다. 100억원 이상의 경우 내부거래에 대한 심의가 이루어지며, 미만인 경우에도 간사가 중요하다고 판단하는 건에 대해서는 의결을 진행하고 있습니다. 또한 직원이 부패행위로 적발 시 공정하고 적절한 징계규정 및 절차에 따라 심사 후 조치를 취하고 있습니다.

- 공정거래 자율준수 선포식

- ● 호루라기 사이트



-

- ●

삼성화재는 2007년~2009년 동안 공정거래위반 등으로 관련법에 의거하여 147.05억원의 과징금을 부과 받았으며, 이러한 불공정거래를 근절하기 위한 후속조치로 '공정거래 자율 준수 프로그램'을 적극적으로 운영하고 있습니다. 한편 부적절한 광고 및 마케팅은 법적으로 금지되어 있으며, 삼성화재는 별도 내부규정을 제정하여 운영하고 있습니다.

공정거래위원회 심사 현황

-

구분	심사 건수	심사결과
2007	5건	- 무혐의, 심사불개시 등 3건 - 확정후 조치 2건
2008	6건	- 무혐의, 심의절차종료 등 4건 - 확정 후 조치 2건
2009	5건	- 무혐의, 심의절차종료 등 5건

공정거래 자율준수 선포

삼성화재는 2001년 금융권 최초로 ‘공정거래 자율준수 선포식’을 개최하여 금융권 공정거래 문화 정착을 선도하고자 하는 의지를 적극 표명하였습니다. 공정거래질서 자율준수 위원회의 공청회를 통해 마련된 ‘공정거래 자율준수 규범안’을 기초로 ‘공정거래 자율준수 프로그램’을 제정하였으며, 이는 공정거래 윤리강령, 행동준칙, 처리규정, 체크리스트, 내부제보제도를 주요 내용으로 하고 있습니다. 이를 바탕으로 공정거래 자율준수 편람을 제작, 배포하였으며, 공정거래법 위반 가능성이 높은 부서 및 직책에 있는 임직원을 중심으로 교육 프로그램을 단계적으로 시행하고 있습니다. 향후 지속적인 프로그램의 개발 및 운영에 주력하여 기업경영에 기본과 원칙을 정착시키고 구성원 모두가 준법문화를 체질화할 수 있도록 하겠습니다.

삼성화재는 경영원칙에 따라 정당 및 특정후보에 대한 개인의 참정권과 정치적 의사를 존중하되, 회사 내에서는 정치에 개입하지 않으며 중립을 유지하도록 규정하고 있습니다. 또한 회사의 자금, 인력, 시설 등을 정치적 목적으로 사용하고, 불법적인 기부금 등 금품을 제공하는 것을 금지하고 있습니다.

내부 제보채널 운영

삼성화재는 기업경영활동에 있어 비윤리적인 행위나 기타 개선건의 사항에 대한 내부신고를 받고 모니터링을 진행하기 위한 내부 제보채널 ‘호루라기(前 정도지킴이)’를 운영하고 있습니다. ‘호루라기’는 신고자가 윤리경영 실천사무국과 직접 접촉할 수 있는 채널이며, 윤리강령위반행위, 임직원 부정행위, 공정거래 자율준수 프로그램 위반행위, 보험모집질서위반 행위, 기타 제안사항 등에 대한 제보를 할 수 있습니다. 회사 홈페이지 내에서 운영되고 있으며 전화를 통해서도 접수 가능합니다. ‘호루라기’를 통한 제보 건수는 월 평균 2~3건입니다. 신고자 및 신고내용은 내부신고제도 운영지침에 의거해 철저히 비밀이 보장되며, 이를 누설할 경우 제재를 명시하고 있습니다.

02

SAMSUNG FIRE & MARINE INSURANCE

● 삼성화재의 지속가능경영

우리들의 마음을 가장 벅차 오르게 하는 것이 무엇입니까?
우리들의 마음을 가장 강하게 만드는 것은 무엇입니까?
또 우리들의 마음을 가장 부드럽게 만드는 것은 무엇입니까? 바로 '희망'입니다.
삼성화재는 바로 그 '희망'을 가슴에 품고, 당신과 함께 이 세상의 미래를 이끌어 나갑니다.

- 030 _____ 지속가능경영 추진 전략
- 034 _____ 이해관계자 커뮤니케이션



02.01

지속가능경영 추진 전략

지속가능경영 추진 체계

삼성화재는 글로벌 시장에서의 경쟁심화, 불확실한 경영환경 속에서 2020년까지 손해보험산업 분야 세계 10위권으로 성장하고자 ‘2020 Global Top 10’ 비전과 지속가능경영 전략을 수립하였으며, 경영위원회와 경영원칙실천위원회, 5개 주관부서를 중심으로 지속가능경영 전략과제를 이행하고 있습니다.

신뢰경영은 고객 중심의 상품개발, 고객 커뮤니케이션 강화를 전략과제로 도출하였으며, 이를 통해 고객만족 서비스 역량을 확충하여 삼성화재의 기업문화로 정착시켜 나갈 예정입니다.

윤리경영은 투명성을 확보하기 위한 전략으로 지배구조 투명성 강화, 윤리경영 내실화, 글로벌 수준의 리스크 관리를 이행함으로써 투명한 지배구조가 정착될 수 있도록 추진해나갈 계획입니다.

혁신경영은 시장경쟁력을 강화하고 선진 조직문화를 구축함으로써 삼성화재의 기업가치를 제고하는 전략입니다.

미래경영은 미래 신사업 추진을 위한 전략으로 환경, 안전, 교통, 건강, 문화 5대 R&D를 개발하여 추진하고, 기후변화 대응 활동을 강화함으로써 미래 신성장 동력을 개발하고자 합니다.

나눔경영은 업의 본질을 살린 전략적 봉사활동을 지속적으로 강화하고, 국내 뿐만 아니라 국외 봉사활동을 확대함으로써 삼성화재의 사회공헌 활동을 강화하기 위한 전략입니다.

기본과 원칙에 충실한 기업문화를 정립해 나감으로써 경제, 사회, 환경의 전 영역에서 사회와 함께 공존, 성장하고, 고객에게 신뢰 받는 좋은 보험회사가 되겠습니다.

삼성화재 지속가능경영 전략

-

Vision

2020 Global Top 10 가장 존경받는 초일류 보험회사

Mission

이해관계자 가치창출을 통한 지속가능성장 추구

전략 방향

신뢰경영

- 고객 중심의 상품 개발(맞춤, 편리, 안전, 정확)
- 고객 커뮤니케이션 강화

윤리경영

- 지배구조 투명성 강화
- 윤리경영 내실화
- 글로벌 수준의 리스크 관리

혁신경영

- 시장 경쟁력 강화
- 선진 조직문화 구축

미래경영

- 5대 R&D 개발 (환경, 안전, 교통, 건강, 문화)
- 기후변화 대응 활동 강화

나눔경영

- 전략적 봉사활동 지속 전개 강화 (교통문화 지원사업, 장애인 지원사업, 생활안전 실천캠페인)
- 글로벌 봉사활동 지원 확대

지속가능경영

주요 추진 성과 및 계획

중장기 지속가능경영 전략 로드맵

-

1단계(~'12) 지속가능경영 기반구축	2단계(~'15) 지속가능경영 정착	3단계(~'20) 지속가능경영 리더십 확보
- 지속가능경영 보고서 발간 - 5대 R&D 기반 구축 - 창조적, 혁신적 조직문화 강화 - 대외 커뮤니케이션 강화	- 기후 변화 대응 선도 - 5대 R&D 본격 사업화 - 통합 리스크 관리 체계 구축 - 글로벌 이니셔티브 참여	- 글로벌 사회공헌 강화 - 지속가능 금융상품 및 서비스 제공 확대 - 글로벌 경영역량 완성

지속가능경영 추진 조직

-



지속가능경영을 위한 연구 활동

삼성화재는 급변하는 시장에서 위험에 대처하고 기회를 획득하기 위해 ‘삼성화재 5대 R&D’를 개발하고 있습니다. 환경, 안전, 교통, 건강, 문화로 이루어진 ‘삼성화재 5대 R&D’는 삼성화재의 신성장 동력을 확보함으로써 미래 삼성화재의 기업가치 제고에 기여할 것으로 기대됩니다.

삼성화재 5대 R&D

-

환경	- 신재생에너지 및 녹색산업 연구 - 지구 온난화 및 기상 이변 등 재해 연구
안전	- 산업 및 생활 안전 연구 & 기반 구축(기업/공공안전 → 가정/생활안전)
교통	- 선진 교통문화 연구 및 정책 방향 제시 - 사고예방 및 손해관리 연구기능 강화
건강	- 의료제도 및 기술발달 분석 기능 강화 - 고령화 대비 사회현황 연구 및 대응상품 개발
문화	- 세대별 행동 양식 및 소비 Trend 분석 - 사회 변화요인에 따른 마케팅 연구



지속가능경영 지수

최근 글로벌 금융기관 및 금융정보 제공기관은 기업가치 평가에 있어 지속가능경영을 고려하고 있으며, 평가 결과는 기업 투자의 중요한 기준으로 활용되고 있습니다. 즉 기업의 가치를 매출액이나 영업이익률 등 재무적인 측면 뿐만 아니라 비재무적인 측면, 즉 기업이 환경적으로(Environmental), 사회적으로(Social) 얼마나 책임 있는 비즈니스를 수행했고, 또 얼마나 투명하고 건전한 거버넌스(Governance)를 구축하고 있느냐 등을 고려하여 종합적으로 평가합니다. 삼성화재는 KRX SRI Indexes, DJSI, ERISS Sustainability Index 등의 지속가능경영 평가에서 우수한 평가를 받음으로써 보험산업의 선도기업으로서의 의무와 책임을 다하는 글로벌 비즈니스 리더의 자질을 인정받았습니다.

삼성화재는 향후 지속적인 ESG 경영활동을 통해 책임투자, ESG투자, 장기투자를 지향하는 선순환 자본시장 형성에 기여하고자 합니다.

KRX SRI Index | KRX SRI Index(Korea Exchange Socially Responsible Investment Index, 한국거래소 사회책임투자지수)는 기업지배구조센터의 평가결과 사회적 책임을 다한다고 여겨지는 우수기업 70개 종목을 선정해 산출한 국내 최초의 사회책임투자지수입니다. 삼성화재는 2009년 KRX SRI Index에 선정되었습니다.

DJSI(Dow Jones Sustainability Indexes) | DJSI(Dow Jones Sustainability Indexes)는 세계 최대 금융정보회사인 미국의 다우존스와 세계적인 자산관리회사인 스위스의 SAM이 기업의 경제·사회·환경적 가치를 종합적으로 평가하는 지속가능경영 평가 지수로 전 세계적으로 권위를 인정받고 있으며, 기업 투자의 중요한 기준으로 활용됩니다. 삼성화재는 2009년, 2010년 DJSI KOREA에 선정되었습니다.

ERISS Sustainability Index | 삼성화재는 ERISS(Economic Research Institute for Sustainable Society, 지속가능 사회를 위한 경제연구소)가 발표한 '2009 대한민국 손해보험 지속가능지수 평가'에서 1위를 차지하였습니다. 지속가능지수는 전 세계적으로 지속가능 경영에 대한 관심이 높아지는 가운데 경제, 환경, 사회 분야의 전문가로 구성된 심사위원이 국내 손해보험사의 지속가능성을 '계량화 지수'와 '명성 지수'로 평가하여 산정되었습니다.

지속가능경영 이니셔티브



UNEP FI(United Nations Environment Programme Finance Initiative)

유엔환경계획 금융이니셔티브인 UNEP FI(United Nations Environment Programme Finance Initiative)는 금융기관들이 환경과 지속가능한 발전을 위해 어떠한 역할을 하고, 무엇을 해야 하는지에 대한 방법론을 제시하기 위해 설립된 UN산하기관으로서, 현재 세계 40개국 180여 개 금융기관들이 참여하여 기후변화, 보험, 투자, 부동산 및 지속가능경영과 관련된 활동을 수행하고 있습니다. 삼성화재는 2010년 1월 UNEP FI에 가입한 이래 활발한 활동을 펼치고 있습니다.

UNEP FI는 2010년 9월 The Geneva Association, The Munich Climate Insurance Initiative, ClimateWise의 3개 보험관련 이니셔티브와 함께 'The global insurance industry statement on adapting to climate change in developing countries'를 발표하였습니다. 이는 개발도상국의 기후변화 적응을 위한 매커니즘을 소개하고, 보험산업에 미치는 기후변화 영향에 대한 논의를 통해 개발도상국 보험산업의 기후변화 대응을 촉구하는 성명입니다.

보험산업의 선도기업인 삼성화재는 UNEP FI 동참에 이어 글로벌 이니셔티브의 지속가능 성명을 지지함으로써 보험산업에서의 기후변화대응이 강화, 확산될 수 있도록 노력할 것입니다.

UN Global Compact

UN Global Compact은 1999년 스위스 다보스에서 개최된 세계경제포럼에서 코피아난 전 UN사무총장이 국제 사회의 윤리와 환경을 위해 제안하여 2000년 7월 뉴욕 UN본부에서 출범한 이니셔티브입니다.

삼성화재는 2011년 UN Global Compact 가입을 통해 그간 지속적으로 추진해온 윤리경영, 환경경영, 사회공헌 활동을 바탕으로 인권, 환경, 반부패 등의 'UN 글로벌 콤팩트 10대 원칙'을 준수하고자 노력할 것이며, 삼성화재 뿐만 아니라 파트너에 이르기까지 인권, 환경, 반부패에 대한 고려가 이루어질 수 있는 방안을 마련하여 기업의 사회적 책임을 완수하겠습니다.

삼성화재는 고객, 주주/투자자, 임직원, 지역사회, 파트너 등의 이해관계자와 사회적으로 밀접한 관계가 있습니다. 삼성화재의 이해관계자들은 삼성화재의 주인(owner)이자, 이용자(user)이자, 통제자(controller)로서 삼성화재와 특별한 사회적 지속가능 이슈를 공유하고 있습니다. 삼성화재는 이들 각각의 이해관계자와 사회적 지속가능 이슈를 공유하고 대처해 나가기 위해 지속적인 대화와 피드백을 실시하고 있습니다.

고객

기업에 가치를 부여하는 것은 고객입니다. 매력적인 상품과 서비스로 고객의 선택을 받을 때 기업의 가치가 창출됩니다. 금융 상품인 보험을 판매하는 삼성화재는 폭넓은 고객층을 보유하고 있으며, 고객과의 끊임없는 소통을 시도하며 고객 만족도를 높이고자 합니다.

주주/투자자

기업의 경영활동은 기업의 가치와 가능성을 믿고 투자한 주주와 투자자가 있음으로 가능합니다. 주요 주주기관은 삼성화재의 주요 의사결정에 참여하고 삼성화재는 경영성과에 대한 배당금을 지급합니다. 삼성화재는 지속적으로 기업의 경쟁력을 높이는 한편, 적시에 적합한 정보를 이해관계자들에게 제공함으로써 효율과 견제가 적절하게 이루어지는 기업지배구조를 구축하고자 노력하고 있습니다.

임직원

임직원은 기업의 가치를 만들어내는 주체입니다. 임직원의 역량은 삼성화재의 역량이며, 임직원의 만족도를 높이기 위한 노력이 이루어질 때 임직원은 개인의 잠재력을 최대한 발휘할 수 있습니다. 삼성화재는 지속적으로 역량을 키워갈 수 있는 건강한 근무 환경을 제공함으로써 보다 행복한 삶을 영위하는데 기여하고 있습니다.

지역사회

지역사회는 지역주민, 지자체, 지역 환경단체 등의 NGO가 포함되며 특히 NGO는 기업의 환경, 사회 문제에 주목하며 적극적으로 의견을 제시하고 있습니다. 삼성화재는 지역사회 커뮤니케이션에 적극 참여하는 한편, 현지인원 고용과 기반시설 제공을 통한 지역경제 활성화를 통해 신뢰받는 기업으로 자리매김하고자 노력하고 있습니다.

파트너

삼성화재 서비스의 기반이라고 할 수 있는 영업서비스와 보상서비스 파트너와 긴밀한 협조체계 구축은 삼성화재 경쟁력에 중요한 역할을 합니다. 이에 삼성화재는 공정한 관계 구축과 파트너와 지속가능한 발전을 위한 다각도의 지원이 가능하도록 노력할 것입니다.

이해관계자와의 커뮤니케이션

고객, 주주/투자자, 임직원, 지역사회, 파트너 등 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 공유하는 이해관계자들의 관심사는 경영활동에 많은 영향을 미치고 있습니다. 삼성화재는 파트너와의 협조체제를 긴밀히 유지하기 위해 파트너와 간담회 등의 의견수렴 활동을 수행하고 있으며, 영업역량 향상을 위한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 2010년 발간되는 ‘삼성화재 지속가능경영보고서 2009-2010’는 향후 이해관계자 커뮤니케이션의 주요 매개체로 활용될 것입니다. 이러한 커뮤니케이션 활동은 삼성화재의 안정적인 영업기반을 조성함으로써 보다 나은 서비스와 상품으로 고객에게 다가가는데 기여할 것이며, 기업운영의 터전인 지역사회에 이바지하고 친환경경영을 통해 신뢰받는 기업으로 성장하는 원동력이 될 것입니다.

이해관계자 분석

이해관계자 의견 반영

삼성화재는 이해관계자들의 의견을 충분히 반영하기 위해 보고서 기획 단계에서부터 내·외부 이해관계자의 인터뷰와 설문조사를 진행하였으며, 결과와 함께 이를 분석한 내용으로 보고서를 구성하였습니다. 삼성화재는 기업이 장기적이고 지속적으로 성장하기 위해서는 이해관계자와 밀접한 관계를 맺고 신뢰를 구축하는 것이 무엇보다 중요하다는 것을 알고 이해관계자의 기대에 부응하고자 항상 노력하고 있습니다.

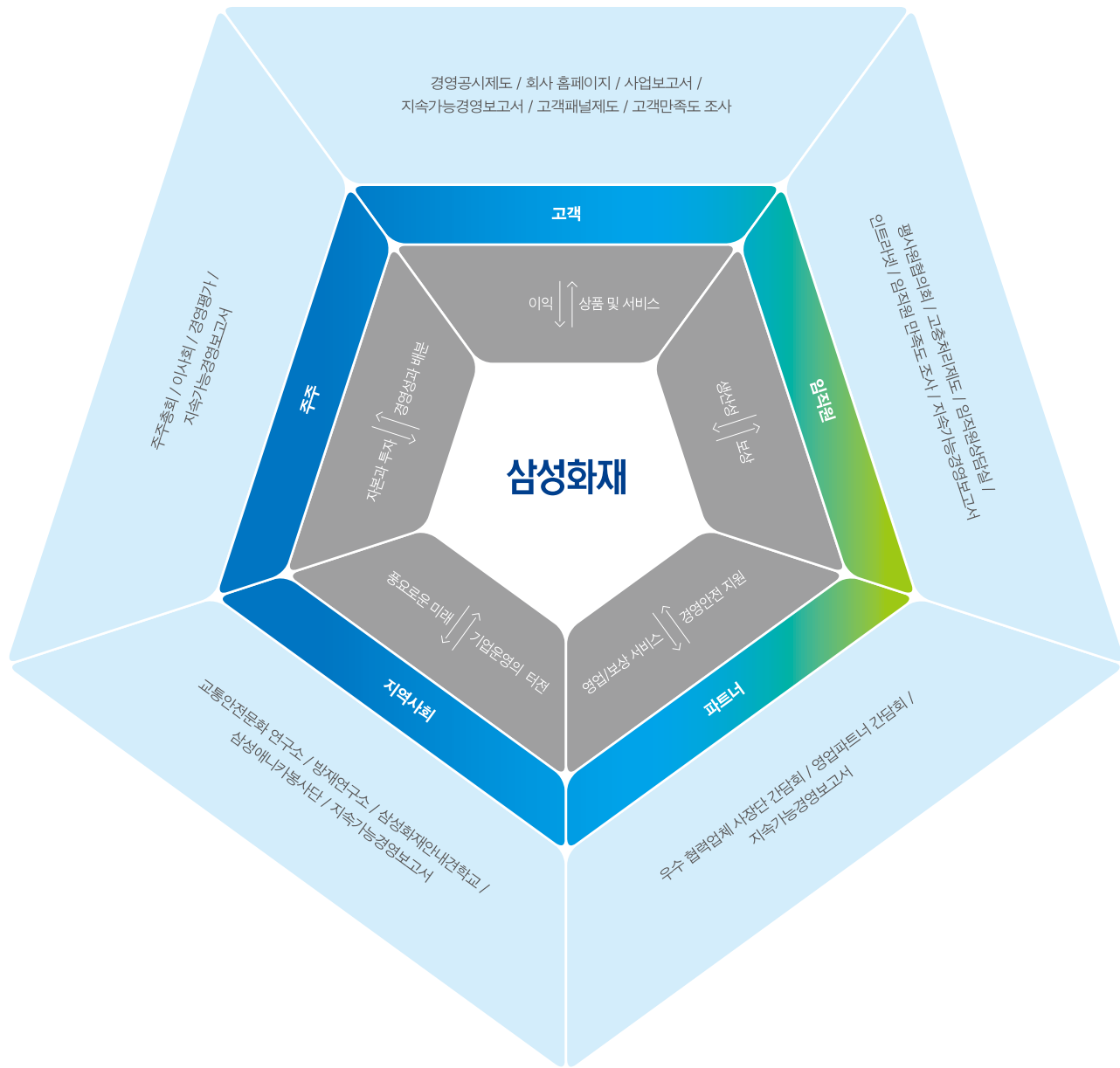
지속가능경영 T/F 구성 | 경영지원실 및 삼성방재연구소를 중심으로 구성된 T/F를 구성하여 지속가능경영 현황을 진단하고, 전략 수립과 보고서 작성에 내부 이해관계자의 의견을 최대한 반영하였습니다. 또한 경제, 사회, 환경 성과에 대해서는 사업보고서, 전략보고서 등을 참고하여 작성하였습니다.

외부 이해관계자 설문 및 인터뷰 | 삼성화재에 대한 외부 이해관계자의 기대 수준과 관심사를 체계적으로 반영하기 위해 언론보도자료, 국내외 규제 및 법규자료, 외부 평가 자료 등을 검토하였습니다. 또한 고객, 주주/투자자, 임직원, 파트너, 지역사회 등 다양한 이해관계자들의 집단 인터뷰를 통해 그들의 기대 수준과 향후 방향성에 대한 관심도를 자세히 분석하였습니다. 이를 바탕으로 이해관계자가 바라는 삼성화재의 역할과 책임에 대한 방향을 제시하고자 하였으며, 이에 대한 삼성화재의 계획을 이해관계자 인터뷰 내용과 함께 구성하였습니다.

내부 이해관계자 인터뷰 및 설문 | 삼성화재의 지속가능경영에 대한 이해 및 수준을 진단하기 위해 2010년 07월부터 08월까지 내부 이해관계자의 인터뷰와 설문을 실시하였습니다.

이해관계자와의 커뮤니케이션

-



중요도 평가(Materiality Test)

지속가능경영보고서의 글로벌 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative)에서는 이해관계자가 원하는 정보를 최우선으로 보고하도록 권고하고 있습니다. 이를 위해 사용되는 방법론이 중요도 평가(Materiality Test)입니다. 본 보고서는 GRI Index 79개 성과지표에 대해 이해관계자의 이해도를 높이기 위하여 삼성화재에 적합한 내용으로 재구성하였으며, 내/외부 이해관계자를 대상으로 설문을 실시하였습니다.

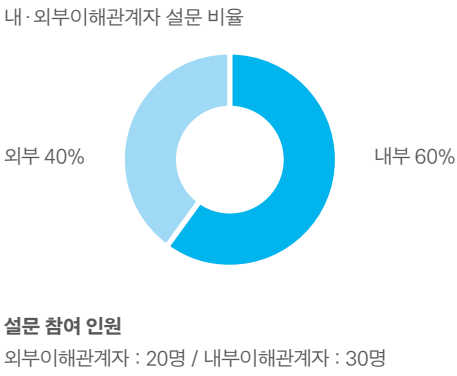
인터뷰 대상 (인터뷰 방법 : 방문 및 전자우편)

-

교육과학기술부 안병만 前 장관
성신여자대학교 가족문화소비자학과 허경옥 교수
삼성전자 환경안전센터장 성규식 상무
안산중앙 지점 장보원 RC
안전생활실천시민연합 송자 대표
양평자동차공업사 김윤식 사장
평사원협의회 이승현 회장
Genesis Mr. David Seaman
First State Mr. Angus Tulloch

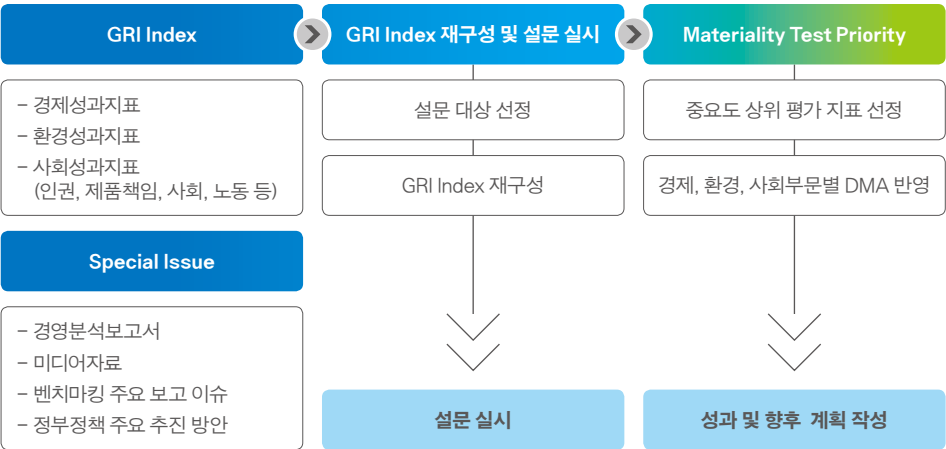
설문대상 (설문 방법 : 방문 및 전자우편)

-



중요도 평가 프로세스

-



Special Issue

-

구분	참고 자료	의의
경영분석보고서	- 경영전략 보고서 - 내부분석 자료	삼성화재 내부에서 중요하게 다루어지는 현황을 분석
미디어 자료	- 2008~2009년 언론 보도 기사	언론에 이슈화된 주요 사항들을 분석
해외기업 벤치마킹	- 지속가능경영보고서 - 기업 홈페이지	동종기업의 주요 보고사항을 분석
정부정책	- 녹색성장 5개년 계획	정부의 중점추진 정책 및 방향을 분석

중요도가 높게 분석된 GRI 성과지표는 지속가능경영 주요 보고 이슈로 다음 장의 경제, 환경, 사회부문 경영방식공시(DMA : Disclosure on Management Approach)에서 주요 보고 내용으로 다루어지고 있습니다. 경영방식공시는 GRI에서 권고하는 주요 보고 사항으로 해당 기업의 주요 경영현황과 향후 계획을 이해관계자가 이해하기 쉽게 보고하도록 되어있습니다. 삼성화재의 중요도평가 결과는 다음 표와 같이 분석되었습니다.

우선성과공개 지표 (GRI 성과지표 중 이해관계자가 중요하게 고려하는 지표)

-

GRI Index	지표 내용	Page
경제부문		
EC1	수익, 비용, 매출액 등 삼성화재가 창출한 직접 경제 성과(해외 사업 진출 성과 포함) 및 분배 가치	82-84, 111-112
EC8	업무와 연계된 금융 분야 사회공헌 실적	105
EC9	자본시장 운영 효율성 증대, 환경, 사회 등에 기여하는 상품 개발	62, 76, 102
환경부문		
EN3	사육 등의 난방과 관련된 석유, 석탄, 천연가스 등의 사용량	60, 111
EN4	에너지 사용량(전력사용량) 및 저감 계획	60, 111
EN26	전자약관서비스 등의 IT 시스템을 통한 에너지 및 자원 효율성 향상 노력	59
EN30	환경보호활동, 친환경제품구매 등의 환경투자 현황	103, 111
사회부문		
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 임직원 현황	89, 111
LA8	임직원 건강관리 프로그램 운영 현황 및 주요 성과	94
LA10	직급별, 직종별 일인당 연평균 교육시간	89, 111
LA13	장애인 및 여성 고용 비율, 여성 임원 비율	92, 111
HR3	성희롱 예방교육, 인권보호교육 등 실적	26, 57
SO1	지역사회를 위한 사회공헌 활동 추진 성과 및 계획	99
SO3	윤리경영 교육 실적 및 주요 내용	26
PR3	경영공시 및 사업 포트폴리오 정보제공 노력	16, 62, 76-77
PR5	고객만족도 실시 결과	69-70
PR9	고객 개인정보 분실 및 정보보호 법규 위반 사례, 벌금 액수	79

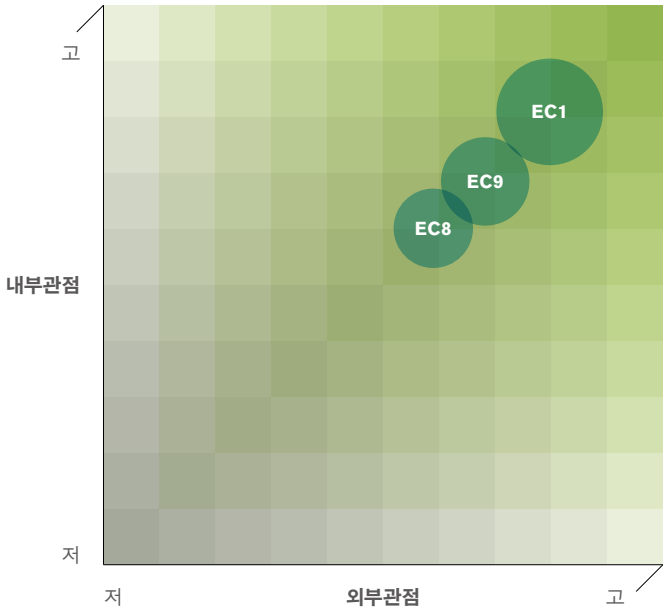
Vision

-

삼성화재는 ‘2020 글로벌 Top 10’ 로드맵을 바탕으로 장기적인 관점에서의 경제적 가치를 제고함으로써 삼성화재의 지속가능경영을 실현하고 있습니다. 또한 해외 사업의 진출, 친환경/사회적 상품 개발 등의 시장확대를 통하여 글로벌 경쟁력을 확보함으로써 2020년에는 Total Risk Solution Partner로 도약하고자 합니다.

우선순위 및 추진전략

-



추진성과 및 계획

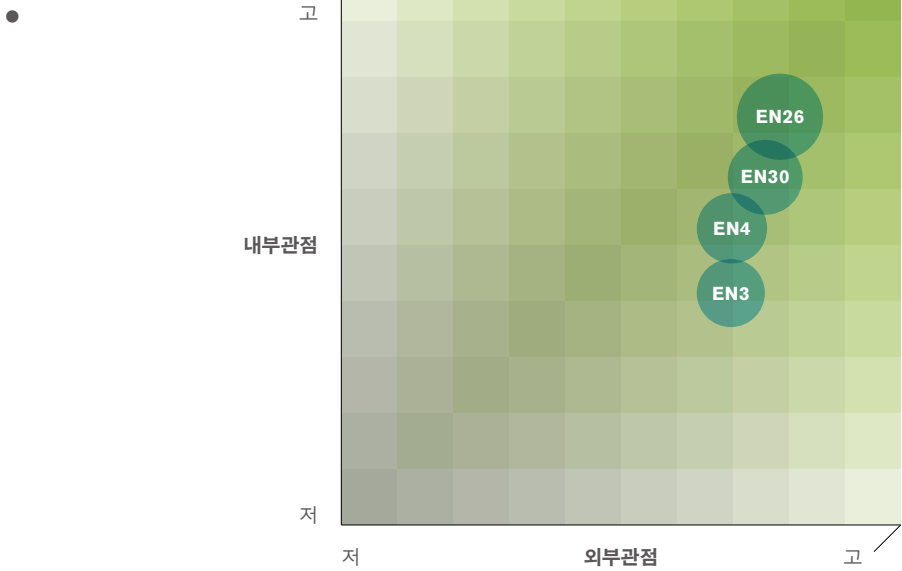
-

경제부문 성과지표		구분	'08년 성과	'09년 성과	'10년 목표 (향후 계획)
EC1	수익, 비용, 매출액 등 삼성화재가 창출한 직접 경제 성과(해외 사업 진출 성과 포함) 및 분배 가치	원수보험료	97,449억원	108,951억원	120,000억원
		사회공헌비	262억원	253억원	250억원
EC8	업무와 연계된 금융 분야 사회공헌 실적	청소년 금융교육	-	5,400명	5,000명
EC9	자본시장 운영 효율성 증대, 환경, 사회 등에 기여하는 상품 개발	친환경 보험상품 매출액	29.8억원	32.9억원	35억원
		사회적 보험상품 매출액	4.9억원	3.5억원	5억원

Vision

- 삼성화재는 환경을 사회책임 추진 방향의 주요 이슈로 선정하고, 사회적 책임을 다하는 환경 친화적 기업으로서의 위상 정립을 위해 경영활동 전반에 최우선 가치로 적용하고 있습니다. 특히 삼성화재 환경경영의 주요 추진 방향인 환경 관련 정부정책 연구 및 시장발굴, 지구 온난화 및 기상이변 등의 재해 연구를 성공적으로 이행함으로써 삼성화재 뿐만 아니라 국가와 사회의 지속가능한 발전에 기여하고자 합니다.

우선순위 및 추진전략



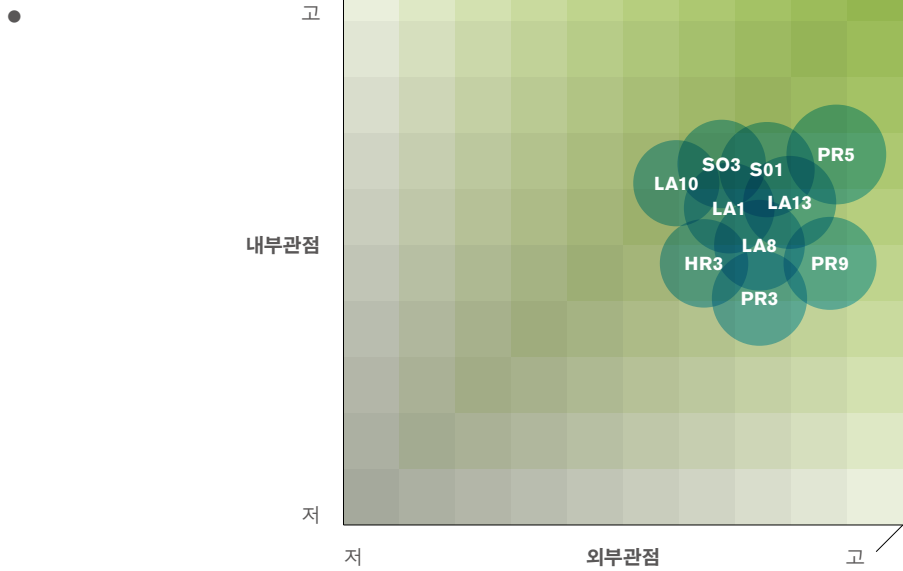
추진성과 및 계획

- | 환경부문 성과지표 | | 구분 | '08년 성과 | '09년 성과 | '10년 목표
(향후 계획) |
|-----------|--|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| EN3 | 사육 등의 난방과 관련된 석유, 석탄, 천연가스 등의 사용량 | 이산화탄소 환산 배출량 및 원단위 | 3,143톤
0.032톤/억원 | 3,226톤
0.030톤/억원 | 3,359톤
0.028톤/억원 |
| EN4 | 에너지 사용량(전력사용량) 및 저감 계획 | 이산화탄소 환산 배출량 및 원단위 | 16,311톤
0.167톤/억원 | 17,280톤
0.159톤/억원 | 19,105톤
0.159톤/억원 |
| EN26 | 전자약관서비스 등의 IT 시스템을 통한 에너지 및 자원 효율성 향상 노력 | 전자약관 서비스 운영 | - | 전자약관서비스 도입 | 20,000건 |
| EN30 | 환경보호활동, 친환경제품구매 등의 환경투자 현황 | 환경보전 사회공헌 비용 | 8백만원 | 1천4백만원 | 1천 5백만원 |

Vision

- 삼성화재는 투명하고 건전한 경영문화를 실천함으로써 고객, 주주/투자자, 임직원, 지역사회, 파트너의 신뢰를 강화하고자 합니다. 이해관계자들과의 지속적이고 투명한 커뮤니케이션과 신뢰를 기반으로 한 협력관계 구축을 통해 기업의 사회적 책임을 다하는 글로벌 TOP 수준의 지속가능경영 기업으로 발돋움하는 것이 삼성화재의 목표입니다.

우선순위 및 추진전략



추진성과 및 계획

- | 사회부문 성과지표 | | 구분 | '08년 성과 | '09년 성과 | '10년 목표
(향후 계획) |
|-----------|-----------------------------------|--------------------|--|---------|--------------------|
| LA1 | 고용 유형, 고용 계약 및 임직원 현황 | 임직원 수 | 5,433명 | 5,220명 | 5,270명 |
| LA8 | 임직원 건강관리 프로그램 운영 현황 및 주요 성과 | 임직원 건강관리 프로그램 | 신종단체보험 및 출산관련 지원, 건강검진, 레포츠텐터 및 웰니스크리닉(헬스클럽) 지원, 장기근속휴가 제도, 휴양소 및 캐리비안베이 지원, 건강 캠페인 진행 | | 현재수준유지 |
| LA10 | 직급별, 직종별 일인당 연평균 교육시간 | 인당교육시간 | 86.95 | 96.34 | 80.00 |
| LA13 | 장애인 및 여성 고용 비율, 여성 임원 비율 | 장애인 고용율 | 1.12% | 1.25% | 1.29% |
| | | 여성 고용 비율 | 45.4% | 41.7% | 42.5% |
| | | 여성 임원 비율 | 1.5% | 1.7% | 0.0% |
| HR3 | 성희롱 예방교육, 인권보호교육 등 실적 | 성희롱 예방교육 프로그램 | e-공유가치 (성희롱, 성차별 없는 건강한 기업문화) | | 현재수준유지 |
| SO1 | 지역사회를 위한 사회공헌 활동 추진 성과 및 계획 | 임직원 사회공헌활동 시간(1인) | 21.6시간 | 13.7 시간 | 16시간 |
| SO3 | 윤리경영 교육 실적 및 주요 내용 | 윤리교육 프로그램 | 온/오프라인 윤리교육 프로그램 운영 | | 현재수준유지 |
| PR3 | 경영공시 및 사업 포트폴리오 정보제공 노력 | 투자자관리(IR) 미팅건수 | 475건 | 453건 | 500건 |
| PR5 | 고객만족도 실시 결과 | 국가 고객 만족도 | 72점 | 72점 | 73점 |
| PR9 | 고객 개인정보 분실 및 정보보호 법규 위반 사례, 벌금 액수 | 고객 정보보호 위반 관련 불만사례 | 없음 | 없음 | 없음 |



보험사로서의 사회적 책임 이행

성신여자대학교

가족문화소비자학과 허경옥 교수

- 소비자와 보험설계사, 보험회사간에서 발생하는 분쟁 및 소송은 보험회사에 대한 고객의 인식에 부정적인 영향을 미치고 있습니다. 이에 대한 해결책으로 보험회사와 소비자, 이를 중계하는 보험설계사간의 원활한 의사소통이 요구되며, 교육, 훈련, 상담, 사례나 법률적 지식 관련 정보제공 등의 소비자를 위한 정보제공 범위가 확대되어야 할 것입니다.

또한 제품 개발 부분에서도 기업의 사회, 환경적 영향에 대한 인식이 필요합니다. 소비자와 보험설계사가 적극적으로 참여할 수 있는 캠페인을 추진하여 저소득층 가정이나 노인을 대상으로 하는 사회공헌 보험 상품을 널리 확대하고, 자동차 보험의 경우에는 자동차 구입, 사용 등의 과정에서 환경을 우선적으로 고려하는 고객을 위해 보험료나 세금을 감면해주는 상품 등을 개발해, 고객들의 지속가능 소비 촉진을 향상시키도록 해야 할 것입니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 온라인 커뮤니티, 고객의 소리, 고객 패널 제도 등 고객을 위한 다양한 의사소통 채널을 구축하여 양질의 정보, 고객상담 등을 제공하고자 노력하고 있습니다. 또한 자동차 복지시설 우대 종합보험, 초등학교 결식아동 지원 상품, 소방 지원 상품 등의 사회공헌 보험 상품을 개발하여 판매하고 있으며, 녹색자전거보험, 친환경농산물 보험 등 친환경적 보험 상품 개발에도 힘쓰고 있습니다.

글로벌 환경안전경영 체계 구축을 위한 이해관계자 파트너십 강화

삼성전자

환경안전센터장 성규식 상무

- ‘지속가능한 성장’ 개념이 글로벌 사업의 화두로서 부상한 이래로, 삼성전자는 이해관계자와의 파트너십을 기반으로 ‘존경받는 글로벌 기업’으로 성장하기 위한 실천적 노력을 경주하고 있습니다. 글로벌 사업 구조의 고도화, 고객과 시장의 기대 증대 및 관련한 국제표준 제정 등으로 인하여, 환경안전 분야의 리스크 관리 또한 기존의 범위 보다 확대된 개념으로 진화하고 있습니다. 따라서, 기존의 위험관리에 추가하여 지속가능경영 측면에서 이해관계자와의 파트너십이 중요할 것으로 판단하고 있으며, 환경안전 및 방재 분야의 전문 연구기관인 삼성방재연구소와의 강화된 협력 관계를 기대합니다.

삼성화재의 입장 | 삼성방재연구소는 고객사의 ‘글로벌 환경안전 경영 체계 구축’ 지원 차원에서, 국내외 생산기지, 연구소 및 파트너를 포함하여 산업안전 및 방재 분야를 중심으로 리스크 진단 및 컨설팅 역량을 강화하고 있으며, 향후에도 지구환경, 저탄소 및 파트너 지속가능성 측면에서 고객사의 비재무적 리스크와 관련하여 체계적 관리를 위한 차별화된 솔루션을 제공하고자 노력하겠습니다.



주주/투자자와의 커뮤니케이션 채널 확보의 필요성

Genesis

Mr. David Seaman

- 삼성화재는 분기별로 진행되는 컨퍼런스 콜에서 동시통역을 제공하는 등 주주와의 커뮤니케이션을 위해 적극적으로 노력하고 있습니다. 이러한 커뮤니케이션 활동에 IR 활동 영상을 홈페이지에 올려 인터넷 상에서 제공하는 등의 적극적인 정보공개 활동을 보완한다면, 주주 및 투자자와의 원활한 커뮤니케이션에 도움이 될 것이라고 생각합니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 끊임없는 IR 활동을 통해 많은 투자자들을 만나고자 노력하고 있습니다. 국내외 투자자들을 대상으로 경영실적 및 회사에 대한 이해도를 높이고, 투자자의 지속적 유지와 신규 투자자의 유치를 위해 기업설명회, 로드쇼, 컨퍼런스 등의 정기 및 수시 투자자 관리를 적극 추진하고 있습니다. 삼성화재는 향후 보다 적극적인 커뮤니케이션 채널을 확보하여 주주/투자자 여러분의 정보요구에 부응하도록 하겠습니다.

제품과 관련한 리스크 관리 정보 공개 요구

First State

Mr. Angus Tulloch

- 삼성화재는 동종업계의 다른 기업에 비해 기업정보공개 활동이 두드러진 편에 속하는 기업입니다. 그러나 회사의 장기적인 전망을 평가하기 위한 제품의 수익성과 리스크 측면에 대해서는 향후 정보공개가 좀 더 실행되어야 할 것으로 보입니다. 특히 지속가능이슈와 관련해서는 삼성화재의 지속가능한 보험 인수와 투자 방침에 대한 정보 공개가 요구됩니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 리스크 측정 시스템 등 선도적인 IT 인프라를 기반으로 리스크에 대한 시나리오 분석 및 회사 수익구조에 미칠 영향 등을 분석하고 있으며, 투자 의사결정시 경제적 리스크를 최소화하기 위해 전략적 자산배분 결정(SAA : Strategic Asset Allocation) 프로세스, 정량적 · 정성적 의사결정 분석을 실시하고 있습니다. 또한 지속가능한 보험 상품 개발에 지속적인 투자를 하고 있으며, 그 결과 녹색자전거보험, 친환경농산물안심보험, 풍수해보험, 환경오염배상책임 보험 등이 개발, 판매되고 있습니다.



임직원 다양성을 인정하는 기업 문화 정착

평의원협의회

이승현 회장

- 임직원과 회사의 관계를 증진시키고, 임직원에게 더 나은 업무 환경을 제공해주기 위해 삼성화재가 가장 중요하게 생각해야 하는 것은 ‘소통’이라고 생각합니다. 원활한 소통을 위해서는 먼저 회사가 지닌 소통 채널을 다양화해야 하며, 소통 채널을 통해 수렴된 의견에 대해서 다양성을 인정하는 문화가 정착되어야 합니다.

또한 임직원의 일과 삶의 균형을 지켜주기 위한 회사의 고민이 필요합니다. 임직원이 가정생활과 회사생활에서 균형적으로 성장할 수 있도록 회사가 배려해 주어야 하며, 이에 대한 고민을 지속적으로 수행해야 할 것입니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 임직원과의 활발한 의사소통을 위해 평의원협의회, CEO Message, Junior Board, 커뮤니케이션 파트 신설, 사내 방송 실시 등의 다양한 의사소통 채널을 구축하고 있습니다. 이를 통해 임직원의 의견을 수렴하여 경영활동에 적극 반영하고 있습니다. 또한 임직원의 일과 삶의 균형을 위해 건강검진, 여가생활, 퇴직프로그램 등 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있으며, 지속적인 직원만족도 조사를 통해 회사의 임직원 업무 환경 향상의 노력에 대한 피드백을 진행하고 있습니다.

RC(Risk Consultant, 보험설계사)의 업무 특성을 고려한 상생지원

안산중앙 지점

장보원 RC

●

삼성화재에 대한 긍정적 이미지를 전파하고 이를 통해 고객의 신뢰성을 확보하기 위해서는 RC의 업무특성을 고려한 삼성화재의 적극적인 지원이 필요하다고 생각합니다. 특히 육아관련 지원은 기혼여성이 많은 영업조직에서는 복지개선 뿐만 아니라 업무효율성 측면에서도 무엇보다 선행되어야 할 기본 지원체계라 할 수 있습니다. 또한 영업활동에 필요한 역량에 대한 지원 역시 강화되어야 할 요소라고 할 수 있습니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 현재 RC를 대상으로 다양한 상생 프로그램을 추진하고 있습니다. 성균관대 위탁교육 등을 통해 RC 경쟁력 강화에 기여하고 있으며, 자녀 경제교육 캠프지원, 보육시설 지원 등의 프로그램을 통해 여성 RC의 사회적 활동을 적극 지원하고 있습니다. 이러한 지원이 파트너의 영업활동에 동기 부여가 되도록 노력하고 있으며, 단순한 비즈니스의 관계를 떠나 파트너로서 함께 성장할 수 있도록 지속적인 노력을 기울이겠습니다.

●

삼성화재는 우리나라 보험업계를 움직이는 기업으로서, 삼성화재의 정책은 다른 동종기업의 정책에 많은 영향을 미칩니다. 따라서 삼성화재는 파트너의 성장이 삼성화재의 성장으로 연결된다는 것을 인지하고 파트너와의 상생경영을 추진해나가야 합니다. 삼성화재는 우수정비업체에 대한 홍보를 좀 더 활발히 진행해야 하며, 우수정비업체에 부여되는 의무를 잘 수행해 나갈 수 있도록 차별화된 지원을 아끼지 않아야 할 것입니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 현재 보상파트너를 대상으로 하는 상생 프로그램을 마련하여 운영하고 있습니다. 삼성화재는 매월 우수 협력업체 평가를 실시하여 우수정비업체를 지정하고 있으며, 선정된 업체에 대해서는 경영지원활동을 추진하고 있습니다. 또한 연간 최우수 협력업체를 선정하여 해외 연수 프로그램을 지원하고, 우수협력업체 우수경영사례를 공유하는 자리를 마련해 우수정비업체의 경쟁력 강화를 위해 최선을 다하고 있습니다.

우수정비업체 지원을 통한 보상파트너와의 상생 관계 유지

양평자동차공업사

김윤식 사장

전략적 사회공헌 선도 기업으로의 성장

교육과학기술부

안병만 前 장관

●

교육과학기술부는 지난 2008년 10월 삼성화재, 시민사회단체인 장애인먼저실천운동본부와 장애인해교육 영상물 제작을 위한 사회적 협약을 체결한 바 있습니다. 사회적 협약체결을 통해 추진된 장애인해영상물은 현재 청소년의 장애인해교육과 범국민 장애인식개선을 위해 중요한 자료로 활용되고 있으며, 청소년의 장애인에 대한 인식을 변화시키는 삼성화재의 기본적인 사회공헌 프로그램으로 꾸준히 자리매김하기를 기대합니다. 삼성화재는 이러한 활동을 바탕으로 체계적인 사회공헌 전략을 구축하고, 사회적 책임을 적극적으로 이행함으로써 국내 사회공헌 선도기업으로 성장하여야 할 것입니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재의 전략적 사회공헌활동은 교통, 안전, 건강, 문화, 환경 사업의 5가지 방향으로 이루어지고 있으며, 삼성에너지봉사단에서는 다양한 봉사활동 프로그램을 통해 임직원 봉사활동을 추진하고 있습니다. 앞으로도 단순한 기부 행태를 벗어나 진정성을 가지고 적극적, 장기적으로 삼성화재가 갖고 있는 자산과 역량을 나누는 활동을 실행해 나가도록 하겠습니다.

●

우리 사회의 건강한 발전을 지속하기 위해서 각 개별 가정이 건강하고 안전해야 하며, 특히 자라나는 어린이들의 안전이 보장되어야 합니다. 이를 위해 삼성화재가 보유하고 있는 교통안전 전문역량을 바탕으로 어린이 안전을 위한 다양한 직간접 교육 프로그램과 캠페인을 진행해야 합니다. 특히, 교통안전은 최근 어린이들에게 큰 위협이 되고 있고, 계속해서 그 위험이 줄어들지 않고 있는 만큼 삼성화재의 적극적이고 따뜻한 배려와 참여가 절실하다고 생각합니다.

삼성화재의 입장 | 삼성화재는 2001년 7월, 국내 유일의 민간 교통안전 전문 연구기관인 '삼성교통안전문화연구소'를 설립하여 다양한 교통관련 연구·개발과 교통안전사업을 추진하고 있습니다. 특히, 어린이의 교통안전을 위해 초등학교, 유치원, 어린이집 등 연 평균 80만명을 대상으로 어린이 교통안전교육을 실시하고 있습니다. 더불어, 삼성화재교통박물관에서는 올바른 자동차문화 정착을 위해 노력하고 있으며, 자전거면허 시험을 통해 어린이들에게 올바른 교통안전의식을 심어주고 있습니다. 또한 안전용품지원, 교육 리플릿 제작 등을 추진하여 어린이 교통사고 예방에 기여하고 있습니다.

어린이 교통안전 캠페인 적극적 실시

안전생활실천시민연합

송자 대표

●
Core Issues

아이들의 열린 생각 속에서 내일을 읽습니다. 아이들의 열린 말 속에서 내일을 설계합니다.
달려진 마음, 달려진 생각으로는 이 세상을 이끌 수 없습니다.
이 세상을 긍정적인 방향으로 변화시키려면 '열린 사고'가 필요합니다.
삼성화재는 혁신적이고 미래지향적 열린 경영으로 앞서 나갑니다.

- 048 _____ 브랜드 경영 'think NEXT'
- 050 _____ 창조경영 '아이디어와 지식의 소통'
- 053 _____ 감성 경영 'Great Work Place'
- 058 _____ 녹색 경영 '기후변화'
- 063 _____ 열린 경영 '업의 본질을 살린 사회공헌'



고객이 기대하지 않았던 부분까지 만족시키는 서비스, 시장과 고객을 바라보며 시대를 이끄는 기업 역량, 고객 편의의 관점에서 더 새로운 프로세스를 도입하는 실행까지, 이 모두는 삼성화재의 Innovation에서 시작됩니다.

단순한 보험사가 아닌 종합 금융 서비스사로 도약하는 삼성화재의 ‘think NEXT’, 바로 Innovation정신입니다.

슬로건 ‘think NEXT’

삼성화재의 브랜드 슬로건 ‘think NEXT’는 ‘미래를 위한 새로운 생각을 앞서 제안하고 먼저 실천한다’는 삼성화재 기업 핵심 가치(Brand Identity)인 ‘Innovatin(혁신)’ 정신을 담고 있습니다. 그리하여 현재에 안주하지 않고 고객과 보험의 미래, 다음을 생각하는 국내 최고의 보험/금융 회사임을 알림과 동시에 ‘2020 Global Top 10’이라는 비전을 가지고 세계적인 글로벌 기업으로의 도약을 실천하고자 합니다.

혁신 방향

항상 시장과 고객을 바라보며 시대를 이끄는 Market Driven Company

: 365Days R&D “고객을 향해 끊임없이 노력하라”

삼성화재의 ‘Innovation’은 항상 시장과 고객을 향한 시선과 노력에서 시작됩니다. 고객에게 진정으로 필요한 상품과 서비스의 제공, 보험사를 넘어 금융 서비스사로의 도약을 위한 끊임없는 노력이 진정한 혁신을 만드는 원동력이기 때문입니다.

고객이 기대하지 않았던 부분까지 만족시키는 Service Company

: 365% Satisfaction “고객에게 놀라움을 선사하라”

삼성화재의 ‘Innovation’은 고객이 기대하지 않았던 부분까지 만족시키는 놀라운 서비스를 의미합니다. 고객에게 약속한 만큼, 고객이 기대하는 만큼의 서비스 제공을 넘어 고객만족을 극대화하는 서비스 기업을 지향하고 있습니다.

고객의 관점에서 과감하게 업무관행을 바꾸는 Creative Company

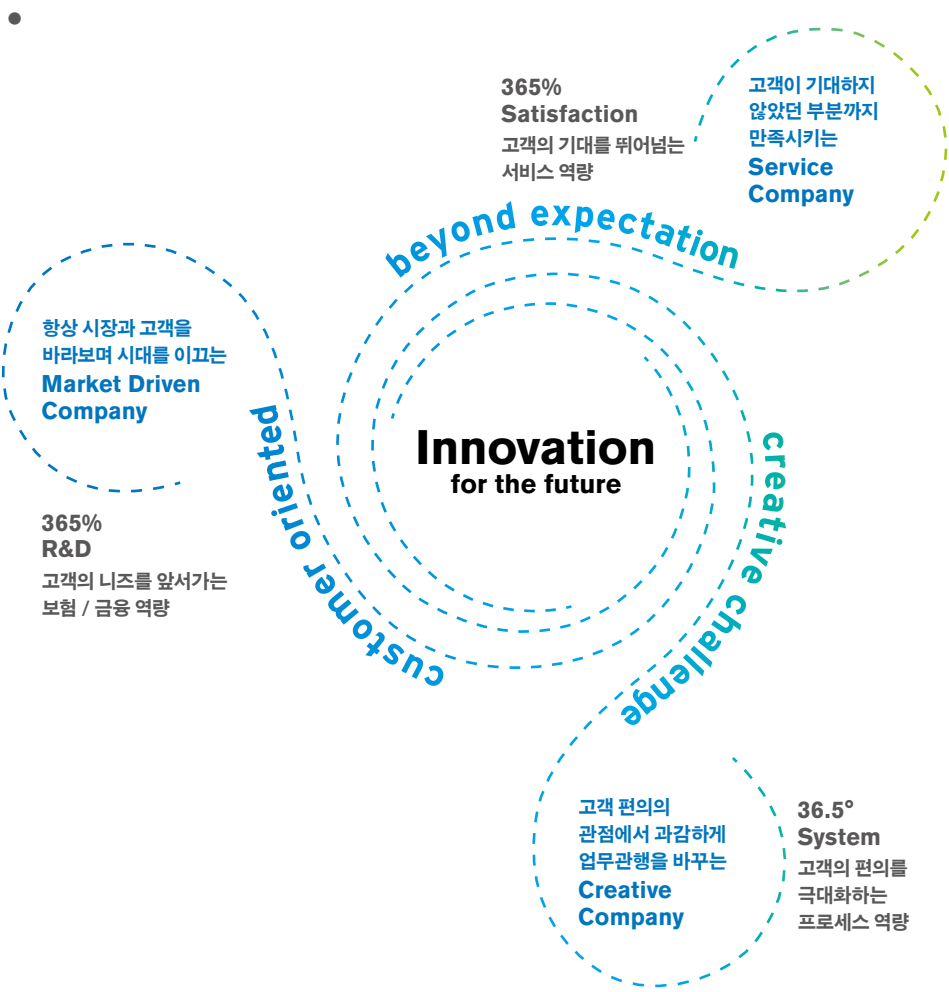
: 36.5° System “고객의 편의를 위해 모든 것을 바꿔라”

삼성화재의 ‘Innovation’은 고객의 편의를 위해 업무관행까지 바꾸는 실천력입니다. 지금까지의 관행을 버리고 필요 없는 절차는 과감히 제거하는 결단과 실천이 진정한 삼성화재의 ‘Innovation’을 실천하는 방법이라고 할 수 있습니다.

- 브랜드 슬로건 ‘think NEXT’
- 삼성 애니카 로고



삼성화재의 ‘Innovation’ 방향



삼성화재 대표 브랜드 – 애니카(anycar)

지난 2002년 국내에 자동차 보험의 브랜드 시대를 연 애니카(anycar)는 적극적인 고객 커뮤니케이션을 통해 자타가 공인하는 대한민국 자동차보험의 대표브랜드로 자리잡고 있으며, 금융회사의 브랜드 개발과 고객 서비스 향상의 새로운 모델로 인정받고 있습니다. ‘애니카’는 2004년부터 업계 최초로 ‘자동차보험 컨설팅 서비스’를 선언하고, 전문 컨설팅 판매조직인 RC(Risk Consultant)를 통해 각 고객의 특성에 딱 맞는 ‘나만의 자동차보험’을 제공하고 있습니다. 이 밖에도 ‘애니카’는 브랜드 리더십을 지속적으로 강화하기 위해서 국내 최대의 보상망을 통해 ‘가장 신속한 보상서비스’의 고객민심을 지켜 나가고 있으며, 단순한 보험을 벗어나 자동차 생활에 전반적인 도움을 주는 ‘자동차 생활 컨설턴트’로서의 역할을 해 나가고자 합니다. 최근에는 미국 유수의 보험사인 ‘파머스’와 제휴하여 애니카의 우수고객이면 미국에서도 우수고객으로 분류될 수 있게 하는 등, 고객에게 글로벌 혜택을 제공하는 브랜드로도 성장해 나가고 있습니다.

“우리 회사 700여개 영업 거점은 업무 프로세스가 거의 비슷하기 때문에 발굴된 Best Practice를 700여개 거점에 최대한 빨리 전파하여 실천할 수 있어야 합니다. 보상도 마찬가지입니다.” – CEO의 창조경영에 대한 의지 표명

삼성화재의 창조경영

2-Track 3-Way의 혁신 활동

삼성화재의 혁신 활동은 2 Track 3 Way의 프레임을 따라 진행되고 있습니다. 비즈니스 모델/프로세스 혁신 및 창조적 혁신 문화 확산을 양대 축으로 하여, 상·하·수평 세 방향의 소통과 협업을 지향하며 끊임없는 혁신 활동을 추진하고 있습니다.

혁신활동 프레임 : 2-Track 3-Way





혁신올림피아드

혁신올림피아드는 1년간의 혁신활동을 정리하며 창조적 혁신문화를 한 단계 더 성장할 수 있는 기회를 만드는 삼성화재의 혁신축제입니다. 창조적인 사고와 실천을 통해 얻은 우수사례를 전파하여 임직원의 혁신IQ와 실행력을 높이기 위한 자리입니다. Open-i, CoP, anyWin에서 발굴된 연간 최고의 우수사례를 공유하는 행사로 경영진 및 중간관리자도 함께하여 혁신의 중요성을 공감하고 혁신활동에 참여하는 환경을 조성하고 있습니다. 또한 혁신성평가 우수한 조직 및 임직원을 선발하여 보상 및 포상을 함으로써 삼성화재의 창조경영에 대한 동기부여를 제공하고 있습니다.

혁신올림피아드 2009 수상 내역



부문	수상부서	BP사례
개인	순천지역단	운전자보험 중상해특약을 활용한 시장 발굴 사례
기업	Global Service Center	고객중심형 물류보험 컨설팅 사례 (전자 Total Risk Solution 컨설팅)
전략	제휴3팀 (제휴영업부)	TV홈쇼핑 연금판매 사례 (TV홈쇼핑, 연금으로 '틀'을 깨다)
보상	애니케어센터	유선업무기법 개발 및 전파 (How to Speak SMART?)
상품	강서업무센터	마케팅 언더라이팅 실천을 통한 시장 확대 (업무, 보상, 지역단 공조로 자보시장 개척)
자회사	남부산대물팀 (삼성손사)	부품 직접발주를 통한 보험금 절감 (보상직원 Direct Order System)

GWP(Great Work Place)

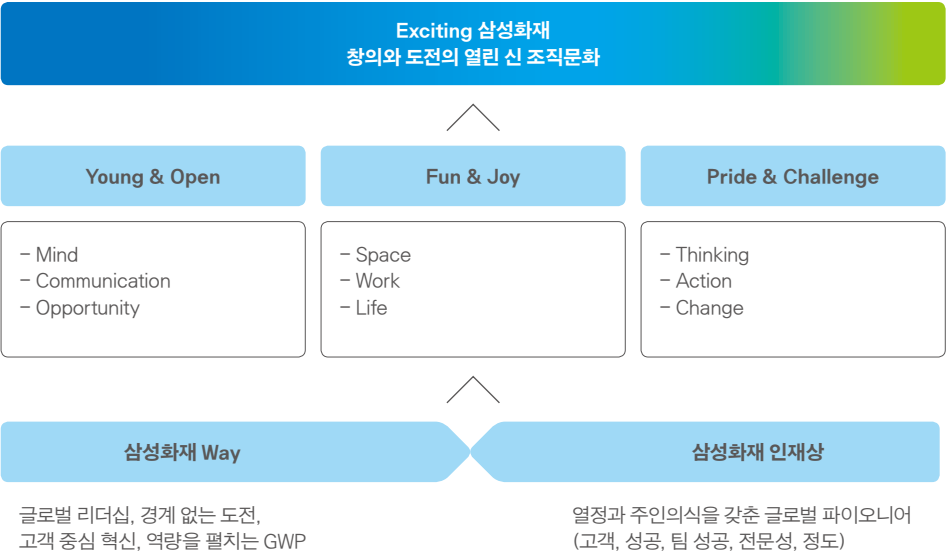
운영 체계

훌륭한 일터 만들기 일환으로 전개되고 있는 GWP 활동은 삼성화재가 2002년부터 추진해 온 중장기적인 기업문화 개선사업입니다. 삼성화재는 2010년에 GWP활동에 대한 신뢰와 정착을 목표로 신 조직문화 출범을 추진하였으며, 현재는 GWP의 핵심인 리더십과 서번트 정신을 바탕으로 추진조직을 구축하여 운영 중에 있습니다. 또한 다양한 GWP 활성화 방안을 추진함으로써 CEO를 비롯한 삼성화재 전 구성원이 참여할 수 있는 기반을 마련하고 있습니다.

신 조직문화 구축

삼성화재는 ‘2020 Global Top 10’ 비전을 달성하기 위한 견인차로서 ‘창조적 혁신과 도전’을 통해 글로벌 도전과 지속성장을 지원하는 ‘Exciting 삼성화재’라는 선진적 조직문화 구축을 추진하고 있습니다. 이를 위해 ‘Young & Open’, ‘Fun & Joy’, ‘Pride & Challenge’, 의 3대 전략을 수립하고 이를 수행해나가기 위한 기반 마련을 위해 9가지 키워드를 제시하고, 27개 추진과제를 설정하여 창조경영 시대에 적합한 새로운 패러다임의 조직문화를 정립하고 있습니다.

신 조직문화 출범



- GWP 우수부서 시상식
- GWP활동



GWP 추진조직

삼성화재는 부서별로 임직원의 근무환경을 개선하는 역할을 수행하는 서번트를 선발·운영하고 있습니다. 해당 부서에서 6개월 이상 근무한 선임~책임급 중 부서원에 대한 관심과 배려, GWP에 대한 열정, 봉사의식으로 부서 GWP에 기여할 수 있는 부서원을 서번트로 지정합니다. 서번트의 임기는 1년이며, 인사발령 등 특별한 사유 없이 임의변경이 불가능합니다. 서번트는 창의, 혁신, 도전이라는 기업 문화 정착을 위한 변화 실행자(change agent)로서 부서의 GWP 활동을 기획·실행하고 부서장과 부서원 간 커뮤니케이션을 중개하는 역할을 수행합니다. 또한 조직문화 수준을 진단하는 SCI (Samsung Culture Index)를 실시하고, GWP 활동 내용을 커뮤니티 및 Weekly 메일을 통해 공유하고 있습니다. 서번트들의 이러한 활동을 통해 삼성화재의 GWP 활동은 부서단위로 현실에 맞게 진행되고 있으며, 부서원들의 적극적인 참여로 실행되고 있습니다.

GWP 우수부서 시상

삼성화재는 GWP 활동에 대해 평가를 실시하여 활동이 우수한 부서를 선정하고, 해당 부서에 상패 및 시상금을 전달하고 있습니다. 부서별 활동 내용 및 향후 계획, 활동의 지속성·참여도·창의성에 대해 평가를 진행하며, 시상은 분기별로 실시됩니다. 연말에는 ‘GWP 5-BEST’를 통해 연간 GWP 주제에 따른 활동이 지속적으로 우수한 부서 중 다섯 부서를 선발하여 이들에 대한 시상을 진행합니다.

GWP 우수부서 심사 프로세스 (분기/연간 활동)



임직원 만족도

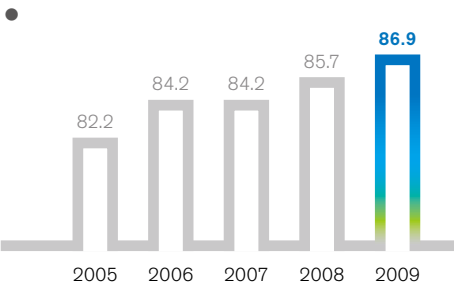
SCI(Samsung Culture Index) 조사

SCI 조사(삼성경제 연구소 실시)는 전 임직원이 체감하는 근무문화 수준을 진단하고 이에 대한 피드백을 진행함으로써 임직원의 근무문화 만족도 수준을 제고하기 위해 실시됩니다. 부서장을 포함한 전 임직원을 대상으로 업무피로, 자신감, 직무만족, 상호신뢰, 팀워크, 자긍심, 조직몰입 등과 관련한 80문항에 대해 조사를 실시하고 있습니다. 조사 결과는 GWP 리더인 부서장과 GWP 서번트에 공유하여 피드백을 진행합니다. 2010년도 조사에서 임직원 4,149명(응답률 86.8%)이 설문에 응답하였으며, 조사결과 전년 대비 5.0점이 상승된 것으로 나타났습니다. 이는 적극적인 경영현안 공유와 인센티브 재원 및 수혜율 확대, 직군 전환, 직무 공모제, 승격시 현장우대 발탁 등이 긍정적인 영향을 끼친 것으로 분석됩니다.

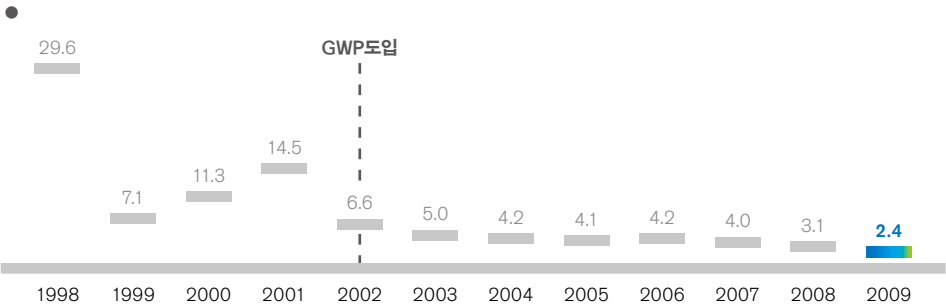
내부고객만족도(ICSI : Internal Customer Satisfaction Index)

삼성화재는 정기적으로 내부고객만족도(ICSI : Internal Customer Satisfaction Index) 조사를 실시하고 있습니다. 이러한 내부고객만족도 조사를 통하여 삼성화재의 부서간 커뮤니케이션 환경, 관계구조, 의사소통 과정, 만족도와 효과성을 측정하고 있으며, 해당 결과는 임원평가에 반영하고 있습니다. 삼성화재의 내부고객만족도는 증가하고 있는 추세이며, 이는 삼성화재 기업문화의 향상을 의미합니다. 한편, 2002년 GWP 도입 이후 임직원 이직율이 2002년 6.6%에서 2009년 2.4%로 지속적으로 감소하고 있으며, 이는 GWP 도입이 임직원의 만족도에 긍정적인 영향을 주었음을 의미합니다. 삼성화재는 향후에도 지속적인 직원만족활동 노력을 통해 임직원이 일하고 싶은 직장을 만들어가도록 하겠습니다.

부서간/임직원간 협조 및 커뮤니케이션 측정(ICSI) 결과 (단위 : 점)



이직률 (단위 : %)



- 이심전심(以心傳心) 절친 캠페인
- 소통 배구 대회
- 직원·가족 사기진작 캠페인



좋은 일터 만들기 : GWP 구현

삼성화재는 부서간의 업무 장벽을 낮추고 본사와 현장간 소통의 어려움을 해결하고자 다양한 내부 커뮤니케이션 채널을 마련해오고 있습니다. 이를 활용하여 내부 커뮤니케이션을 활성화함으로써 소통과 신뢰의 창조적 조직문화를 조성하기 위해 노력하고 있습니다.

이심전심(以心傳心) 절친 캠페인

2008년 임직원만족도 조사에서 취약점으로 나타난 부문간 커뮤니케이션 미흡을 개선하기 위해 2009년 전 사참여 캠페인을 통해 임직원의 인식제고 및 커뮤니케이션 개선을 추진하였습니다. '이심전심(以心傳心) 캠페인'은 업무 연관성이 높은 부서끼리 연결해주는 '절친 파트너'와 본사와 현장 부서의 만남을 주선해주는 '절친 스폰서'로 이루어져 있습니다. 이를 통해 부서간 주요 이슈 공유 및 교류활동이 확대되었으며, 본사와 현장 간에도 업무 이해와 커뮤니케이션 제고가 이루어지게 되면서 서로의 의견이 반영되고 업무 여건이 개선되는 성과가 나타났습니다.

소통 배구대회 및 소통의 장(場)

삼성화재는 부서간 소통과 교류를 위해 2009년 현장 부서와 스텝 부서 간의 결연 활동으로 시작한 '절친캠페인'의 연장 선상에서 '소통 배구 대회'를 개최하였습니다. 196개 모든 부서가 참여하는 토너먼트 방식의 예선전을 치르는 동안 상대팀과 소통의 장을 통해 평소 업무 외에 만나기 힘들었던 타부서원들의 업무 이해에 대한 기회를 마련하였습니다. 또한 예선리그 우승팀들을 토대로 한 최종 결승전도 진행 하였습니다. 소통 배구대회와 소통의 장은 삼성화재의 대표 스포츠인 배구 경기를 통해 자연스럽게 사내 커뮤니케이션의 기회를 제공하고 선의의 경쟁을 통한 내부 팀워크 강화에 계기를 마련함으로써 대표적인 내부 커뮤니케이션 활동으로 인정받고 있습니다.

직원·가족 사기진작 캠페인

삼성화재는 5월을 '가족친화경영 실천의 달'로 정하고 본사를 비롯한 사옥 오픈 행사, 임원 및 부서장 단위의 가족 참여행사 등 가족과 할 수 있는 다양한 행사를 마련하였습니다. 각 종 행사에는 임직원 및 가족 13,200명이 참여한 바 있으며, 이러한 활동을 통해 일과 가정의 조화를 이룰 수 있는 업무 분위기를 조성하는데 힘쓰고 있습니다.

- 마음누리 상담실 오픈
- 마음누리 상담실



사내 취미반 운영

삼성화재는 건전한 사내 취미반 운영을 통하여 조직 활성화를 제고하고, 생기 있고 즐거운 업무 환경을 조성하여 임직원들의 '일과 삶의 균형'을 추구하고 있습니다. 2010년 1월 기준 회사가 경비를 지원하는 전사 규모의 취미반은 총 35개이며, 임직원 1,150명이 참여하여 활동하고 있습니다. 취미반 활동을 독려하고자 취미반 관련 사내 특별 기획 방송을 실시하고 관련 커뮤니티를 구축하는 등 임직원의 접근성 향상 노력에 힘쓰고 있으며, 스포츠, 사진, 낚시 등 다양한 형태의 취미반을 지원하고 있습니다. 이 밖에도 우수 취미반 시상제도, RC취미반 지원 등을 통해 사내 취미반 운영 활성화를 위한 지원을 아끼지 않고 있습니다.

직원 고충처리 제도

삼성화재는 직원 개인의 정상적인 근무환경을 저해할 수 있는 제반 고충을 파악하고자 고충상담실을 운영하고 있습니다. 개인의 고충사항 중 전배, 승격 등 인사 관련사항에 대해서는 별도의 인사상담실 운영을 통해 관리합니다. 또한 직장내 성희롱과 관련된 제반 고충에 대해서는 성희롱 상담실을 운영하고 있으며, 성희롱 예방을 위해 e-공유가치 교육과정에 '성희롱, 성차별 없는 건강한 기업문화'를 주제로 하는 교육을 포함하여 진행하고 있습니다. 고충상담실, 인사상담실, 성희롱 상담실 시스템은 모두 비공개로 운영됨으로써 임직원 개인에 대한 정보 보호가 철저하게 이루어지고 있습니다.

직원 고충처리 제도

-

고충상담실

고충처리위원회 회부 ▶ 사원대표 의견반영 ▶ 회사대표 의견반영 ▶ 실무부서 통보 ▶ 고충처리 및 결과 통보

인사상담실

인트라넷 인사상담실 개설 ▶ 인사고충 ▶ 입력 및 상담자 지정 ▶ 고충 검토 ▶ 결과 통보

성희롱 상담실

인트라넷 성희롱상담실 개설 ▶ 입력 및 상담자 지정 ▶ 고충검토 ▶ 결과통보

임직원 심리상담실 운영

삼성화재는 2010년 8월 임직원은 물론 직원 가족을 위한 심리 상담실인 '마음누리' 운영을 시작하였습니다. '마음누리 상담실'은 '몸과 마음이 자유롭게 누릴 수 있는 쉼터'라는 의미로, 임직원들의 업무 관련 스트레스와 고충 해결에 도움을 줌으로써 생산성을 높이고 건강한 조직문화를 구축하기 위해 운영되고 있습니다. 이를 통해 임직원들은 대인관계, 가족 문제 등 개인의 심리적 고충에 대해 심리상담전문가의 도움을 받고 있으며, 임직원 가족들도 배우자 및 자녀의 성격, 적성, 학습 검사 등 다양한 상담을 받을 수 있게 되었습니다.

“환경, 건강, 안전, 교통, 문화의 키워드 중심 녹색 친환경 기업으로 변모, 이미지 극대화를 통해 정부의 저탄소 녹색성장에 기여해야 합니다”
- CEO의 녹색경영에 대한 의지 표명

삼성화재의 녹색경영

기상이변과 생태계 파괴 등 지구촌 환경문제의 심각화로 인해 인류의 생존 위협 및 경제손실이 커지고 있어 전세계 국가들이 환경보호에 적극적으로 나서고 있습니다. 기업들 역시 경영활동과정에서 수반되는 대량의 환경파괴 물질의 배출 등으로 인해 기업의 환경책임론이 부각되고 있어 친환경적 경영활동이 절실히 요구되고 있습니다.

한편, 지구온난화 등에 의한 기후변화로 태풍, 대설 등 자연재해에 대한 예측이 더욱 복잡해지고 어려워짐에 따라 향후 적절한 리스크 관리의 필요성이 증대되고 있습니다. 리스크 관리가 제대로 이루어지지 않을 경우, 기후 변화와 관련된 보험회사의 거대손실이 우려되는 등 자연재해의 최대 피해분야가 보험산업 분야가 될 개연성이 높아지게 되었습니다.

이에 따라 삼성화재는 기업의 사회적 책임을 다하고자 기업의 자체적 활동에 의해 발생하는 환경적 영향 및 당사의 상품 및 서비스에 의한 환경적 영향을 모두 고려하는 친환경 활동을 전개하고 있습니다.

환경경영체제 구축 및 정책 수립

삼성화재는 2010년 환경관련 이슈를 검토하고 의사결정을 추진하는 조직인 ‘총괄협의회’를 구성하고 실무담당자를 선정하여 체계적 환경경영 추진의 기반을 마련하였습니다. 현재 환경경영 Vision, 5대 실천원칙, 추진 사무국 구성, 실천과제 등의 환경경영 정책을 수립하는 단계에 있으며, 앞으로 이를 발전시켜 환경경영의 실질적 실천 기반을 마련해나갈 계획입니다.

환경 Emblem 개발

삼성화재는 환경경영체제 구축과 동시에 삼성화재의 녹색경영 의지를 이해관계자와 공유하기 위해 환경 Emblem을 개발하였습니다. 환경 Emblem은 삼성화재에서 참여하는 캠페인 등의 포스터 및 간행물과 보험약관 등에 활용되고 있으며, 점차 적용 범위를 확대해나갈 예정입니다.

삼성화재 환경 Emblem



운전보험 운전자 전자약관



전자약관 도입

보험 업종의 특성상 계약서, 계약 전 알릴 의무사항, 상품설명서, 비교안내문 등 관련 서류가 많이 발생됩니다. 이에 따라 삼성화재는 친환경적인 업무환경을 구축하기 위한 활동의 일환으로 종이사용량을 줄이기 위해 2009년부터 전자 약관을 도입해 사용하고 있습니다. 장기/자동차보험과 함께 2010년에는 인터넷 보험상품에도 전자약관을 도입해 운영함으로써 종이사용량 감소를 추진하고 있습니다. 또한 고객이 서면이 아닌 e메일로 전자약관, 청약서 등을 수령할 경우, 특정금액(자동차 540원/장기 초회 보험료의 1%)을 적립하여 환경단체에 기부하거나, 종이사용 절감 비용으로 산림청 등 환경사업을 공동 전개하거나 지원하고 있습니다.

CDP(Carbon Disclosure Project, 탄소정보공개 프로젝트)

삼성화재는 2010년 CDP(Carbon Disclosure Project, 탄소정보공개 프로젝트) 가입을 통해 삼성화재의 환경경영 시작을 시장에 알렸습니다. CDP는 영국 본부를 비롯한 전 세계 60개국 이상에서 진행 중인 기후변화 프로젝트입니다. 2010년 현재, 주요 연기금을 포함한 534개의 금융기관이 CDP 서명기관으로 참여하여 기업의 기후변화 정보를 요청하고 있으며, 전 세계 3,000개 이상의 기업이 CDP를 통해 온실가스 배출량, 기후변화로 인한 위기와 기회, 탄소경영전략을 공개하고 있습니다. 이에 삼성화재 역시 서명기관으로 참여함으로써 글로벌 시장에서 요구하는 기후변화리스크 정보공개에 적극 대응하고 있습니다.

온실가스 감축 활동

Eco-Office | 삼성화재는 경영활동에 따른 환경오염 및 온실가스 배출을 최소화하기 위해 Eco-office를 추진하고 있습니다. 2009년 에너지 절감을 위해 전자결재시스템 및 팩스 대신 임직원 개인 이메일로 팩스가 전송되는 개인 Net Fax 시스템을 도입해 운영하여, 이를 통해 본사 프린터 37대, 팩스 49대를 감축하였고, 종이사용량 절감을 위해 다면 인쇄를 권고하고 있습니다.

또한 삼성화재는 온실가스 발생 저감을 위해 전사의 PC를 대상으로 10분 이상 PC 미 사용시 모니터를 대기모드로 전환 시키는 PC 모니터 전원관리 활동을 전개하고 있습니다. 냉난방기는 가동시간을 준수하여 적정 실내온도를 유지(하절기26~28℃, 동절기18~20℃)하도록 하고 있으며, 중식 및 퇴근시간에는 사무실 자동소등하고 있습니다.

간접 온실가스 배출 저감 | 삼성화재는 임직원 출퇴근 및 출장 시 발생하는 간접 온실가스 배출을 저감하기 위해 개인 자가용 사용을 자제하고 대중교통 이용을 권장하고 있으며, 출장 시에는 KTX와 연계한 할인정책을 도입하는 등 편의를 제공하고 있습니다. 부득이하게 개인 차량을 사용해야 할 시에는 본사 인사팀과 합의를 거처도록 하는 등 엄격히 제한하고 있으며, 대중교통이용 활성화를 위해 그룹 통근버스를 운행하고 있습니다.

※ 온실가스 배출량 데이터는 본사 및 지사, 유성연수원, 배구단합숙소의 현황입니다.
※ 보유차량의 경우 손해사정, 애니카서비스를 제외한 화재부문의 차량만 해당되며, 리스 등 임대차량을 포함하고 있습니다.

- 지구촌소등행사 'Earth Hour'



-

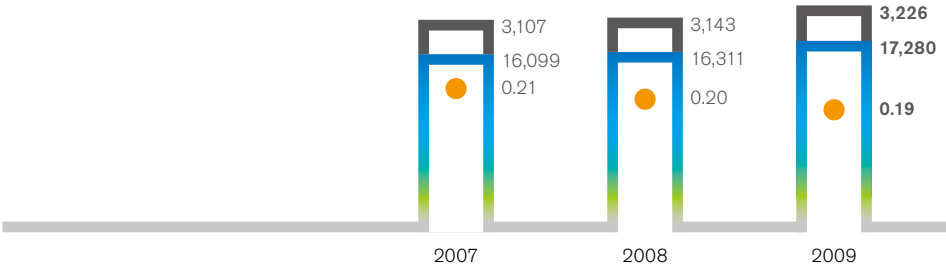
지구촌소등행사(Earth Hour) | 2010년 3월에는 WWF(세계야생동물기금 : 자연환경 및 야생보호단체)가 주관하고 지식경제부가 후원하는 지구촌소등행사(Earth Hour)에 참여하였습니다. 이 행사는 전 세계적으로 1시간 동안 소등하는 운동으로 국내에서는 27일 오후 8:30~9:30에 진행, 임직원, RC, 고객이 함께하는 캠페인을 전개하여 에너지절약의 중요성과 인식을 제고하였습니다.

온실가스 배출량 관리

삼성화재의 경영활동으로 인한 환경영향 관리를 위해 본사 및 지사, 회사차량의 온실가스 배출량을 측정함바, 2009년 전기 사용으로 인한 이산화탄소 배출량은 17,280톤, 화석연료 사용으로 인한 이산화탄소 배출량은 3,226톤이며, 원단위 배출량이 3년 동안 지속적으로 감소되고 있는 것으로 나타났습니다. 2009년 회사차량 운영으로 인한 배출량 또한 원단위 배출량이 꾸준히 감소하고 있으며, 이는 삼성화재의 온실가스 저감을 위한 노력의 결과라 할 수 있습니다.

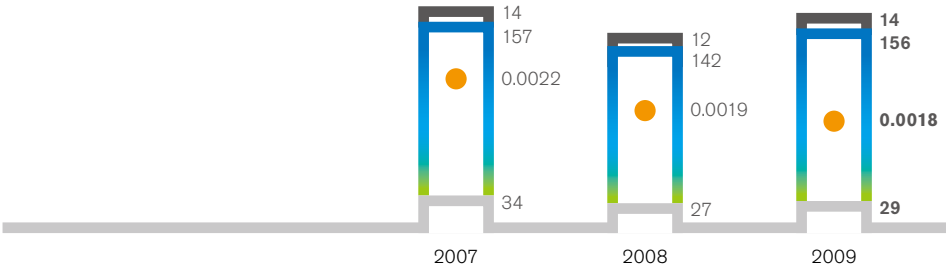
이산화탄소 환산 배출량(전기/화석연료) (단위 : tco₂, tco₂/억원)

-



이산화탄소 환산 배출량(보유차량) (단위 : tco₂, tco₂/억원)

-



-

Smart & Green

-

'Smart & Green' 세미나 개최

-



-



-

Smart & Green

삼성화재는 지식경제부와 공동으로 Paperless를 위한 'Smart & Green' 캠페인을 2010년 4월부터 연중 캠페인으로 전개하고 있습니다. 지식경제부는 정부의 핵심 정책과제인 저탄소 녹색성장을 달성하기 위해 기업의 녹색경영에 대한 필요성을 강조해 왔고, 삼성화재는 인터넷 완결형 보험상품을 출시하면서 보험신청과 약관 등을 전자문서로 대체하는 등 녹색경영을 위해 노력해 왔습니다. 이를 더욱 활성화하기 위해서는 민관이 공동으로 캠페인을 전개하는 것이 효과적일 것이라는 판단에 따라 정부와 공동으로 추진하게 되었으며, 이를 위해 공익캠페인 운영기관으로 한국인터넷커뮤니케이션협회를 선정하여 'Smart & Green' 관련 홍보채널 구축과 세미나, 공모전 등 다양한 프로그램을 전개하고 있습니다.

인터넷 이용 활성화 'Smart & Green' 세미나 지원 | 국내 유일의 이용자 중심의 민간단체인 한국인터넷커뮤니케이션협회는 'Smart & Green' 세미나를 통해 녹색경영의 필요성을 강조하고 있습니다. 격월로 진행되는 'Smart & Green' 세미나에서는 기업과 공공기관 인터넷 운영 실무 담당자들의 Paperless에 대한 고민의 현황을 점검하고 쌍방향 커뮤니케이션 채널을 통한 종이문서 업무 관행을 개선하는데 초점을 두고 있습니다. 아울러 기업 내 인터넷 운영 실무 담당자를 주축으로 하는 <Smart & Green 이용자 포럼>을 정식으로 출범, <녹색경영 운영 가이드> 표준화 작업, 녹색경영 운영 체계 벤치마킹 및 콘텐츠 생산 등 기업별로 산재돼 있는 노하우들을 모아내는 활동도 지속적으로 전개할 예정입니다.

사내 기후변화 세미나

삼성화재는 2010년 5월 임직원들의 환경 위기인식 제고 및 친환경 사업기회 발굴을 목표로 하여 환경 세미나를 개최하였습니다. 세미나는 '기후/환경 변화에 따른 리스크 및 금융보험 산업의 역할'을 주제로 2시간 가량 진행되었으며, 임직원들의 자발적 참여를 통해 이루어진 성공적인 환경교육 추진 사례가 되었습니다.

기후변화 리스크 관리

삼성화재에서는 1979년 국내 손해보험업계 최초로 위험관리 전문조직인 삼성방재연구소를 구성하여, 고객 사업장의 사고예방을 위하여 위험관리 서비스를 실시해 왔습니다. 최근 기후변화로 인한 위험관리의 중요성이 대두됨에 따라 기후변화 리스크 요인 조사에 힘쓰고 있으며, 기업고객을 대상으로 종합위험관리(Total Risk Solution) 컨설팅을 제공하고 있습니다. 또한 탄소배출권 거래사업 검토 및 CDM 사업 지원 컨설팅, 온실가스·에너지 목표관리제 대응 컨설팅 등 기후변화 관련 다양한 연구 및 컨설팅 활동을 추진하고 있습니다. 보험회사의 경우 부동산을 보유하고, 담보대출을 제공하고 있기 때문에 자산 소유자, 기타 기후관련 파생상품에 대한 투자자로서 자산위험에 대한 관리가 요구됩니다. 이에 주요 기후변화 관련 위험요소인 이상 기후, 수인성 또는 병원성 질병, 대기질 악화, 식량 및 식수 공급 부족과 질 저하, 에너지 공급 부족 등에 대한 발생 확률, 즉 잠재위험성 평가의 중요성을 인식하고 삼성방재연구소에서는 이에 대한 분석 활동을 수행하고 있습니다. 한편 기후변화는 삼성화재에게 새로운 사업영역을 확보할 수 있는 기회이기도 합니다. 기후변화에 따른 잠재 위험 비용을 정량화할 신용 및 유동성 관련 문제가 대두됨에 따라 위험이전상품에 대한 수요가 증가할 것으로 판단됩니다. 삼성화재는 지구온난화 시장에 대한 새로운 기회요인을 선점함으로써 보험산업의 선도 기업으로서의 위치를 확고히 하고자 합니다.



전기자동차 인프라구축 MOU 체결

삼성화재는 2010년 5월 애니카서비스, AD모터스와 국내 전기자동차 고객센터 인프라 구축을 위한 상호 협력 협약(MOU)을 체결하였습니다.

애니카서비스는 애니카 콜센터를 24시간 운영함으로써 AD모터스의 전기자동차 체인지(Change) 부품 유통과 A/S, 긴급 출동 같은 복합적인 사후관리 서비스를 지원하고, 삼성화재는 전기자동차 보험 개발 전담파트너로서 지정되어 최적의 보험상품과 금융프로그램을 제공하고 있습니다.

이를 통해 삼성화재는 녹색성장을 위한 기술자문 및 유통, 금융정보를 공유함으로써 친환경 산업 발전에 기여함과 동시에 전기자동차 보험시장의 점유율을 선점하고자 합니다.

친환경 보험 상품 개발 및 판매

삼성화재는 업계 최초로 개인용 자전거보험을 개발해 판매하고 있습니다. 삼성화재와 KB국민은행이 공동 개발해 지난 2009년 6월 출시한 '녹색자전거보험'은 자전거를 이용하는 본인이 사고를 당했을 때 뿐만 아니라 다른 사람의 신체나 재물에 사고를 낸 경우에도 보상해 주는 개인용 자전거 전용 보험입니다. 국내 자전거 보유 인구가 증가하고 친환경·친환경 교통수단으로의 자전거에 대한 관심이 급속히 증가되고 있는 반면 국내에는 자전거 이용 인구를 위한 적절한 보험상품이 개발되지 못해 자전거 이용시 발생하는 빈번한 사고에 적절히 대비할 수가 없던 점을 고려하여 개발한 상품입니다.

또한 삼성화재는 전라북도에 친환경농산물을 안심하고 구매할 수 있도록 도와주는 '소비자 안심보험제도'의 운영사로 선정되었으며, 소비자가 산 친환경농산물에서 잔류농약이 검출되거나 이물질, 훼손·부패한 생산물의 섭취로 소비자가 손해를 입었을 때 보상을 하고 있습니다.

이 외에도 풍수해보험, 환경오염배상책임 보험 등을 판매하고 있으며, 2010년 6월에는 요일제 자동차보험을 개발해 도입하고 있습니다.

친환경 보험 상품

●

상품	내용
자전거보험	자전거를 이용하는 고객이 사고를 당했을 때, 다른 사람의 신체나 재물에 사고를 낸 경우에 보상해주는 보험
친환경농산물 보험	소비자가 산 친환경농산물에서 잔류농약이 검출되거나 이물질, 훼손·부패한 생산물의 섭취로 소비자가 손해를 입었을 때 보험을 통해 보상해주는 보험
환경오염 배상책임보험	보험가입자가 환경오염을 야기함으로써 민사상 손해배상 책임을 지게 되는 경우 신속한 오염 복구 및 오염확대방지를 위한 재원을 지원해주는 보험
풍수해보험	태풍, 호우, 강풍, 대설 등으로 인한 주택이나 온실(비닐하우스), 축사시설 등의 피해 발생 시 복구비를 보장해주는 보험
요일제 자동차보험	승용차요일제에 참여하면 자동차 보험료를 할인해주는 보험

03.05

열린 경영 '업의 본질을 살린 사회공헌'

삼성화재는 보험 사업이라는 '업의 본질' 특성을 살려 **교통안전문화, 장애인식개선, 생활안전활동** 등이 우리 사회에 정착될 수 있도록 사회공헌 프로그램을 구성하고 있습니다.

교통문화 지원사업

삼성교통안전문화연구소 운영

삼성화재는 2001년 7월, 국내 유일의 민간 교통안전 전문 연구기관인 '삼성교통안전문화연구소'를 설립하여 다양한 교통관련 연구·개발과 교통안전사업을 추진하고 있습니다.

교통안전문화연구소의 주요 활동 중 하나는 정부의 교통안전 제도개선을 위한 기술적 지원을 추진하는 일입니다. 교통안전 제도와 관련한 개선 이슈를 중심으로 연구 프로젝트를 추진하고 결과를 제공하고 있으며, 미래의 국가 교통안전 발전모델을 제시하기 위해 국책 연구소와 공동으로 연구를 진행하고 있습니다. 국무총리실 '교통사고 사상자 수 절반 줄이기 프로젝트' 지원, 국가경쟁력강화위원회에 '교통안전' 과제 발굴 제언 등은 연구소의 전문성을 활용하여 정부정책실행을 지원하는 대표적인 사례라고 할 수 있습니다.

교통안전문화연구소는 정부, 유관기관과 협력하여 교통안전 공조사업을 추진하기도 합니다. 정부 및 광역 지자체와 공동으로 교통안전 학술사업을 추진하여 광역시도 교통안전심포지엄 연 2회, 전국 교육청 안전담당 장학사 교통교육 연 1회, 전국 지자체 도로교통세미나를 연 1회에 걸쳐 진행하고 있습니다. 또한 지자체와 공동으로 교통사고에 취약한 중소도시 및 도시권 위험도로의 교통안전 진단을 실시하고 있습니다. 이 밖에도 경찰청, 시민단체와 공동으로 안전띠 매기, 음주운전 예방 등 교통사고 줄이기 공동캠페인을 추진하고 있습니다.

교통안전문화 정착을 위한 노력

교통안전문화 지원사업은 전국민의 교통안전 의식 제고를 위한 활발한 홍보 및 교육 활동 또한 연구소에서 중점적으로 추진하고 있는 사업입니다. 운전자와 보행자의 교통행태 분석, 교통사고 위험구간 안전진단, 친환경 교통체계 구축, 차량종류별 인체상해도 평가 등 다양한 조사와 연구결과를 신문, 방송 등 언론매체를 통해 정부, 학계, 시민단체 및 일반 시민들에게 전달하는 계도·계몽활동을 추진하고 있으며, 효과적인 교통문화 정착을 위해 2005~2009년 4년간 TV 325회, 라디오 42회, 신문 670회의 언론보도를 이행하였습니다. 한편, 이러한 홍보활동과 함께 교통참여자의 올바른 태도와 안전의식 개선을 위해 계층별 교육활동을 추진하고 있습니다. 2003부터 6년간 총 553회에 걸친 어머니 명예교사 양성교육에 86,491명이 참여하였으며, 초등학교, 유치원, 어린이집 등 연 평균 80만명을 대상으로 어린이 교통안전교육이 실시되었습니다. 교육과 더불어 안전용품지원, 교육 리플릿 제작 등을 추진하여 어린이 교통사고 예방에 기여하고 있습니다. 또한 기업, 소방서, 교사, 여성운전자, 교통사범, 군부대 등의 운전자를 대상으로 연 평균 70회의 교통안전교육을 수행하였습니다. 버스, 택시, 화물차 등 직업운전자에게는 안전운전 진단장비(SDMS: Safe Driving Management System)를 통해 안전운전 컨설팅을 제공하는 등 교통안전관리 기법을 전파하고 있습니다.

삼성교통안전문화연구소는 앞으로도 교통사고 예방과 미래 교통사회에 대비한 교통 인프라 개선, 자동차 안전도 제고, 운전자와 보행자 교통안전 의식제고 등 선진교통문화가 조기에 정착될 수 있도록 노력하겠습니다.

●
교통안전 심포지엄

●●
어머니 명예교사 양성 교육



삼성애니카 교통나라 운영

삼성화재는 1999년부터 어린이 교통안전학습장인 '삼성애니카 교통나라'를 운영하고 있습니다. 2009년 약 1만 2천 여명을 포함해 총 24만 명의 어린이가 방문하여 교육을 받았습니다. 또한 '삼성애니카 교통나라'를 통해 2001년부터 매월 1회 '어린이 자전거 면허시험'을 시행하고 있습니다. 이를 통해서 어린이들에게 교통 안전 기초지식과 자전거 안전운전 방법을 교육하고 필기, 실기 시험을 운영하고 있습니다. 시험에 합격한 어린이에게는 국제 어린이안전사고 예방기구인 'SAFE KIDS KOREA'가 인증한 '자전거 안전운전 면허증'이 발급되고 있으며, 현재까지 약 1,600여명의 어린이들이 교통안전교육과 자전거면허시험에 응시하여 어린이 면허를 획득하였습니다.

장애인 지원사업

시각장애인 안내견 사업

삼성화재는 선진 장애인 서비스 사업의 모범사례를 구현하고자 시각장애인의 독립적이고 안전한 보행을 지원하는 안내견을 양성, 기증하는 삼성화재안내견학교를 운영하고 있습니다.

1993년에 설립된 삼성화재안내견학교는 세계안내견협회(IGDF)의 정회원 양성기관으로 매년 2~3회의 분양교육을 통해 안내견을 기증하고 있으며, 1994년 첫 분양 이후 총 130두의 안내견을 기증, 2009년 60두의 안내견이 전국에서 활동한바 있습니다. 삼성화재안내견학교는 기업이 후원하는 전세계 유일한 안내견 학교로서, 우수 안내견 양성을 위해 번식부터 사후관리까지 체계적인 관리를 하고 있습니다.

삼성화재는 장애인과 안내견에 대한 인식 부족과 편견을 개선하고자 안내견 관련 공익광고, 대중교통탑승캠페인 등의 다양한 인식개선 캠페인과 미디어 홍보를 실시하고 있습니다. 또한 안내견의 공공시설 접근권 향상과 장애보조견 활성화에 대한 토론회를 실시하는 등의 노력을 통해 장애인 보조견의 공공장소 출입과 대중교통 탑승권리를 보장하는 '장애인복지법'을 개정하기도 하였습니다.

또한 국내외 신생 안내견 기관을 육성하고자 경북에 위치한 대경대학교와 대만 국립핑통과학기술대학 안내견 센터에 안내견 훈련 기술과 훈련사 교육 등 안내견학교의 노하우를 공유하고 있습니다. 이러한 적극적인 지원 활동을 통해 향후 안내견학교의 활동이 전국적으로 확대되는 도약의 계기를 마련하고, 더 나아가 삼성안내견학교가 아시아의 선도적인 위치로 나아갈 수 있도록 활발한 활동을 전개해 나갈 예정입니다.

장애인식개선사업

삼성화재는 2000년부터 장애인식개선사업을 펼쳐 장애인에 대한 비장애인의 인식을 개선하는 데 앞장서고 있으며 장애인의 사회적응을 위한 다양한 프로그램을 추진하고 있습니다.

국립특수교육원, 장애인먼저실천운동본부와 연계하여 장애/비장애 우수 통합 학급과 통합보육시설을 선정해 시상하고 있으며, 2009년에는 유치원, 초, 중학교 총 16곳에 대한 시상이 이루어졌습니다.

또한 장애/비장애 통합캠프 운영을 통해 비장애 청소년을 대상으로 장애에 대한 인식을 개선하는 활동들을 함께 진행하고 있습니다. 2002년부터 총 7회의 캠프가 진행되었고 700명의 장애/비장애 학생과 교사가 참여해 캠프를 진행한 바 있습니다. 이러한 활동을 통해 장애청소년들이 학교와 사회 내에서 구성원으로써 제 역할을 잘 담당할 수 있도록 지원하고 있습니다.

●
장애/비장애 학생 통합캠프

●●
장애인 지원사업



삼성화재는 국내 최초로 음악에 재능 있는 장애청소년을 위한 재능캠프를 진행하였습니다. 나사렛대학교와 연계하여 학생들에게 음악 레슨을 제공하고 실기 경험을 넓힐 수 있는 기회를 마련하였으며, 장애부모들을 대상으로 진로 상담 및 음악지도 강의도 함께 진행하였습니다. 또한 캠프를 통해 쌓은 실력을 발휘하도록 장애청소년 연주회를 개최하는 등 다양한 프로그램을 제공하고 있습니다.

삼성화재 블루팡스 배구단은 2002년 '장애인먼저' 실천홍보대사로 위촉되어, 장애학생 초청행사, 공익광고 영상물 출연, 장애학생 왕따 예방캠페인, 통합교육 우수학급 행사 참석 등 장애를 가진 어린이들을 격려하는 장애인식 개선 홍보대사 활동을 지속적으로 실천하고 있습니다.

청소년 장애이해교육용 드라마 제작 및 지원

삼성화재는 교육과학기술부, 장애인먼저실천운동본부와 2008년 '장애인식개선을 위한 사회적 협약'을 체결하여, 청소년 장애이해 교육용 드라마를 3편 제작해 전국의 중·고등학교에 배포하였습니다. 2008년에 청소년 장애이해 드라마 1편인 '마이프렌즈', 2009년에는 2편 '굿프렌즈'를 제작해 배포하였으며, 장애인의 날(4/20) KBS 제2TV를 통해 전국으로 방송되었습니다. 2010년 8월 1편과 2편에 이어 후속 편으로 제작될 장애이해교육 드라마에 대한 드라마 소재 공모전을 진행하였으며, 이를 통해 드라마 제작에 있어 전국의 중·고등학생의 참여를 유도하고자 하였습니다. 제작된 드라마는 전국의 모든 초·중·고등학교에서 학생 및 교사의 장애인식 개선을 위한 유용한 자료로 활용될 것으로 기대하고 있습니다.

해외 법인 지역 장애인 지원 활동

삼성화재는 국내뿐만 아니라 해외 법인이 위치한 곳의 지역사회를 위한 사회공헌 활동을 추진함으로써 글로벌 기업으로서의 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다. 삼성재산보험(중국)유한공사는 2010년 중국 장애인 사업 발전을 위해 중국 장애인 복리 기금회에 20만 위안(약 3,500만원)을 기부하였습니다. 앞으로 매년 중국 장애인 복리 기금회에 20만 위안을 기부할 계획이며, 자동차 보험이 판매될 때마다 5위안씩 모금해 교통사고로 인한 빈곤 장애인의 가정생활 환경을 개선하고 자녀들의 교육을 지원하는데 사용할 예정입니다.

생활 안전 실천 캠페인

Safe Seoul Festival을 통한 안전의식 제고

삼성화재는 2009년 서울특별시와 안전사고 없는 행복한 서울을 만들기 위해 공동으로 예방홍보사업을 추진하고 맞춤형 안전문화 활성화에 노력한다는 내용으로 MOU를 체결하였습니다. 그 일환으로 2010년에는 서울특별시와 공동으로 2010 Safe Seoul Festival을 개최하여 서울시민의 안전의식을 고취 시키고자 노력하였습니다.

Safe Seoul Festival은 축제의 형식을 빌린 행사로 누구나 즐기면서 배울 수 있는 안전체험 행사입니다. 이 행사를 통해 일반고객이 안전에 대한 중요성을 느끼게 하며 일상생활에서 실천할 수 있는 안전지식을 공유했습니다.

삼성화재는 단순히 보험상품만을 판매하는 회사가 아닌 일반고객의 안전까지도 함께 생각하고 있으며, 일반고객의 Risk를 줄이기 위하여 부단한 노력을 경주하고 있습니다. 삼성화재는 앞으로도 Safe Seoul 행사와 같이 일반고객들의 안전의식 및 안전문화 확산에 지속적인 노력을 하고자 합니다.

●
Our Stakeholders

당신을 만나는 날에는 '무엇을 입을까?' 고민하지 않습니다. '무엇을 할까?'도 고민하지 않습니다.
그저 당신의 눈동자를 바라보며, 마음이 가는 대로 하면 됩니다.
당신과 나는 서로 마음을 나누는 친구이기 때문입니다.
삼성화재는 고객, 주주, 임직원, 지역사회, 파트너 여러분의 '진실한 친구'입니다.

068	_____	고객
080	_____	주주/투자자
088	_____	임직원
098	_____	지역사회
106	_____	파트너



Our Stakeholders / Customers

삼성화재는 고객에게 최고의 서비스를 제공하고 고객 만족도를 향상시키기 위한 뚜렷한 목표를 설정하고, 상시 모니터링을 수행합니다. 고객만족도 조사, 고객만족 전담 조직 구성, 온오프라인 고객패널제, 임직원 대상 CS교육 등은 고객의 목소리에 귀를 기울이고 고객의견을 반영하기 위한 삼성화재의 적극적이고 성실한 실천입니다.



불필요한 짐을 차에 실지 말자

- 차는 사람이 적게 타고 짐이 없을수록 연료가 적게 소모된다. 필요 없는 짐 100kg을 싣고 50km를 달리면 약 80cc의 연료가 소모된다.



수도꼭지에 공기분사장치를 달자

- 샤워기와 수도꼭지에 공기분사 장치를 달면 물을 최고 50퍼센트까지 절약할 수 있다. 또한 손으로 잡는 샤워기를 설치하면, 원하는 부분에 물을 닿게 해 물낭비를 줄일 수 있다.



세탁기는 꽉 찼을 때만 돌리자

- 세탁기를 돌릴 때 소비되는 에너지의 90퍼센트가 물을 데우는 데에 쓰인다. 또한 한번 세탁에 약 95리터의 물이 소요되므로 한꺼번에 세탁하는 게 물 한방울이라도 아낄 수 있는 최고의 방법이다.

04.01

고객

고객만족을 위한 체질 개선

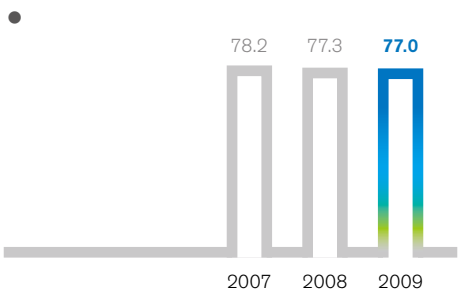
삼성화재는 고객에게 최고의 서비스를 제공하고 고객 만족도를 향상시키기 위해 정량적인 목표를 설정하고 상시 모니터링을 수행하고 있습니다. 또한, 고객의 목소리에 귀 기울이고 의견을 반영하기 위해 고객만족도 조사를 실시하는 한편, 고객만족 전담 조직을 구성하고, 온·오프라인 고객패널제도를 운영하고 있으며, 직접 임직원을 대상으로 CS교육을 진행하고 있습니다. 삼성화재는 이러한 활동을 통해 고객의 소중한 의견을 수렴하고 상품 및 서비스 개발에 반영하고 있습니다.

고객만족 경영

삼성화재는 고객 만족도 및 불만족 요인을 평가하고 개선이 요구되는 서비스의 품질 향상을 위한 실천방안 도출을 위해 1년에 한번 자체적인 CSI(Customer Satisfaction Index) 고객 만족도 조사를 실시하고 있습니다. 2009년에는 CSI조사의 설문문항 변경을 통해 고객만족도 측정기준 및 항목을 세분화하였으며, 조사 적합성 및 조사 결과의 활용성을 제고하였습니다. 고객 만족도 조사 결과 2009년의 경우 전년 대비 만족도가 감소한 것으로 조사되었습니다. 이에 삼성화재는 고객관계관리 프로그램 점검, 핵심고객 응대 프로세스 구축, 온라인 커뮤니케이션 활성화 등의 고객 만족도 향상을 위해 노력하고 있습니다.

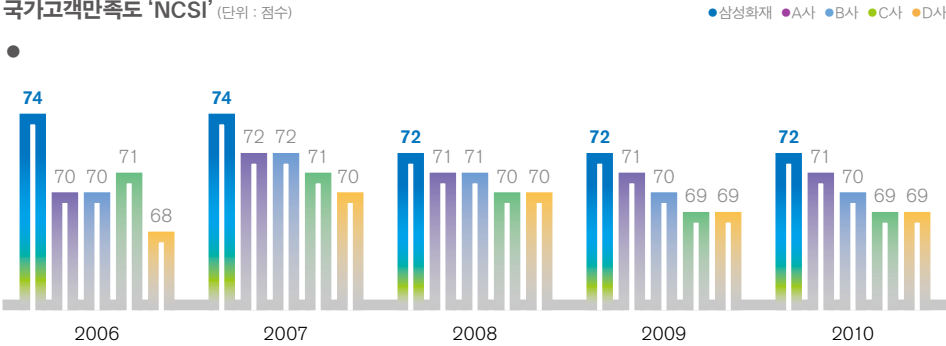
한편, 국내외에서 생산되고 국내 최종소비자에게 판매되고 있는 제품 및 서비스에 대해 해당제품을 직접 사용한 경험이 있는 고객이 직접 평가한 국가고객만족지수(NCSI : National Customer Satisfaction Index)의 경우, 손해보험부문에서 9년 연속 1위 자리를 유지하고 있습니다. 이외에도 한국서비스품질지수(KS-SQI) 8년 연속 1위, 한국산업의 고객만족도(KCSI) 13년 연속 1위, 한국서비스대상 7년 연속 대상, 고객만족경영대상 5년 연속 대상 수상 등 명실공히 보험업계는 물론 금융업계 리딩 컴퍼니로서의 위치를 확고히 하고 있습니다. 앞으로도 삼성화재는 내/외부 고객 만족도 조사 결과를 적극적으로 경영활동에 반영하여 고객에게 보다 나은 서비스를 제공하고, 시장 내 서비스 리더십을 확보하여 경쟁력을 강화해 나가도록 하겠습니다.

내부 고객만족도 'CSI' (단위 : 점수)





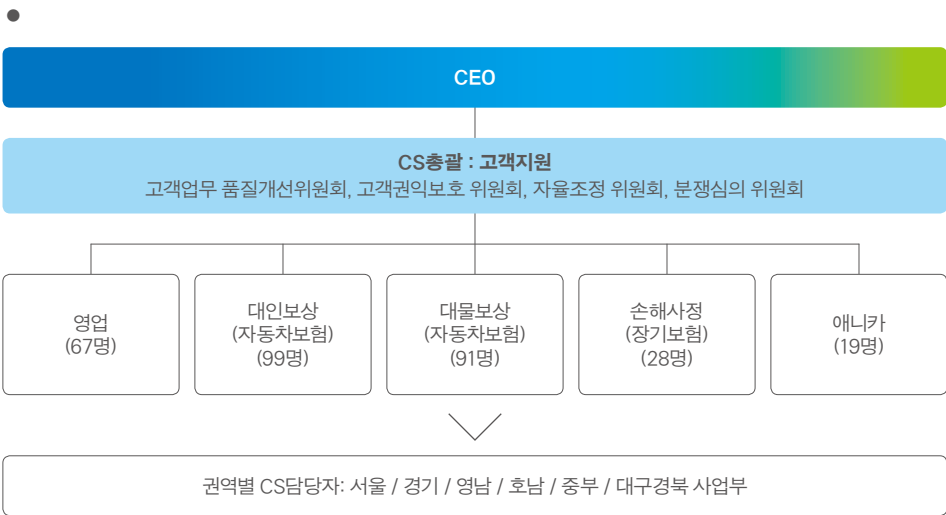
● 국가고객만족도 ‘NCSI’ (단위 : 점수)



고객만족 전담 조직

삼성화재는 합리적인 프로세스에 따른 고객 지원을 수행하기 위해 전담 조직을 구성하여 운영하고 있습니다. 전사적인 고객서비스 혁신과 품질제고를 위해 다양한 협의회를 운영하고 있으며, 접점에서는 CS(Customer Satisfaction) 리더가 주축이 되어 현장의 CS 실천력 향상을 주도하고 있습니다.

고객만족활동(CS) 조직도



CS리더 | CS리더는 본사와 현장 접점 업무자의 중간 가교 역할을 수행하고 있으며, 본사 고객만족경영 정책을 현장에 전파, 관리합니다. 또한 CS마인드 제고 및 고객관리 관련 교육을 진행함으로써 CS실천 역량 향상에 이바지하고 있습니다. 삼성화재는 2010년 전 접점에서 CS리더 양성을 확대하는 것을 목표로 하고 있으며, 우수 CS리더에게는 시상을 통해 시상금 및 인사가점을 부여하고 있습니다.



CS개선 협의체 | CS개선 협의체는 고객업무품질개선위원회, 고객권익보호위원회, 자율조정위원회, 분쟁심의위원회로 구성되어 있습니다. 고객업무품질개선위원회는 고객관점에서 불합리한 회사의 제도 및 관행을 개선하는 역할을 수행합니다. 고객을 대상으로 핵심 이슈 파악 및 리스크 진단을 수행하여 고객 관련 정책과 제도에 대한 의사결정을 추진하고, 이에 대한 개선 지시 및 피드백을 진행하고 있습니다. 2009년 3월 이후 월 1회 진행이 정례화되고 있습니다.

고객권익보호위원회는 의견상충건이나 고액건 등에 대해 공정하고 객관적으로 보험분쟁을 심의하는 협의체입니다. 위원회는 교수, 변호사 등 6명으로 구성되어 있으며, 월 1회 정기적으로 운영되고 있습니다.

자율조정위원회에서는 정책적 결정이 필요한 소비자 보호 이슈건이 심의 됩니다. 위원회는 소비자센터장을 위원장으로 하여 10명 내외로 구성되어 있으며, 월 1회 이상 정기회의를 개최하고 있습니다.

분쟁심의 위원회는 고객의 권익을 침해하는 과도한 면책건을 대상으로 안전상정 및 심의를 진행하고 있습니다. 고객지원센터장이 위원장을 맡아 월 1회 이상 정기회의를 운영합니다.

CS평가

삼성화재는 서비스 표준 중심의 정량적인 평가를 위해 고객 접점에서의 CS활동을 평가하는 성과관리시스템을 운영하고 있습니다. 서비스 품질을 측정하는 지표는 종합, 기본품질, 표준RC, 서비스, 상담품질, 내부품질 등 7개 분야에 대해 13개로 구성되어 있습니다.

삼성화재 서비스 품질지표

●

구분		대상	방법	주기
종합	CSI	계약고객전체	면접	년1회
기본품질	기본품질 모니터링(신규)	서비스경험고객	e메일	매월
표준RC	고객관리만족도	터치기회 발생고객 / 미터치고객	전화	매월
보상손사	장기보험손해사정	전월 보험금 지급고객	전화	매월
	자동차 대인 / 대물 보상	전월 종결 / 비결고객	전화	매월
	우수협력업체	전월 서비스 이용고객	전화	매월
서비스	현장출동(신규)	사고시 출동 경험고객(1주내)	전화	매월
	사고출동(신규)	고장시 출동 경험고객(1주내)	전화	매월
상담품질	콜센터상담(신규)	콜센터상담 경험고객(1주내)	전화	매월
	창구업무처리(신규)	창구방문 고객(1주내)	전화	매월
내부품질	ICSI	전직원	e메일	년1회
	전화응대친절도	전직원	전화	격월
	업무처리만족도	RC, 점포총무	e메일	분기별



고객접점별 대응 방식 표준화

삼성화재는 전 접점에서 모든 고객에게 균일한 서비스를 제공할 수 있도록 고객서비스 기본품질 매뉴얼을 제공하고 있습니다. 매뉴얼을 통해 접점별 기본품질 행동기준을 공유하고 있으며, 영업, 보상, 지원 부문별 KPI를 선정해 직원들을 대상으로 교육, 전파하고 있습니다. 이러한 노력을 통해 고객 대응에 대한 전 접점 직원의 서비스 표준화가 이루어지고 있으며, 고객의 불만사항에 대한 효과적인 개선활동을 이행하고 있습니다.

기본품질 행동강령

-

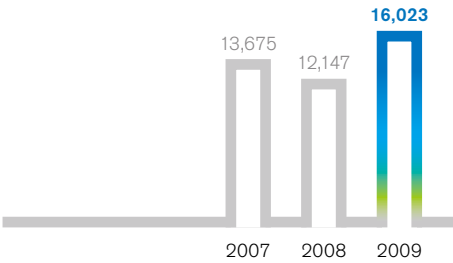
공통	- 전화통화는 밝고 경쾌하며, 신속·정확·친절하게 응대한다 - 고객불만은 1시간 내 초기안내하고, 3일내 공정하게 해결한다
영업	- 고객에게 적합한 보장내용과 보험료 수준을 제안한다 - 3대기본지키기는 반드시 준수하고, 청약 1주일내 증권을 전달한다 - 긴급정보, 미지급, 미납 관련사항은 최우선으로 안내하고, 모든 고객은 분기 1회 이상 터치한다
보상	- 배당 즉시 안심금을 시행하여 고객에게 안심을 제공한다 - 사고처리 절차와 제공되는 보상서비스에 대하여 충분히 안내한다 - 진행과정과 처리결과를 상세히 안내하여 고객신뢰를 제공한다
지원	- 현장과 고객의 소리를 상품·서비스 개발에 적극 반영한다 - 정확한 정보와 신속한 의사결정으로 현장지원에 최선을 다한다 - 고객중심의 접점업무 간소화로 고객에게 최고의 편의를 제공한다

CS교육

삼성화재는 영업, 보상, 청구, 콜센터 등 고객 접점의 직원들을 대상으로 하여 고객관련 정규 학습 프로그램을 운영하고 있습니다. CS기본과정, CS심화과정, CS고급과정 및 강사양성과정을 운영하고 있으며, 이를 통해 체계적인 직군별, 직급별 교육이 진행되고 있습니다. 또한 Cyber CS 과정과 CS 교육방송을 통해 전 사적으로 CS에 대한 관심을 집중시키고 임직원 마인드를 제고하고자 하는 노력을 아끼지 않고 있습니다. 2009년에는 CS의식 제고를 위한 임직원 계층교육과 기본품질 실천을 위한 직무교육을 한층 강화하였으며, RC(Risk Consultant) 및 협력업체 중심의 교육을 추진하고 있습니다.

CS 교육수로 인원 (단위 : 명)

-



CS교육과정

-

과정명	CS기본과정	CS심화과정	CS고급과정	강사양성과정
내용	서비스마인드 비즈니스매너 이미지메이킹 서비스커뮤니케이션 불만고객응대	R/P전문가 4Power세일즈전략 Disc PI컨설팅 감성커뮤니케이션	프리젠테이션스킬 셀프리더십 Stress Management 조직활성화 CS Clinic	강사 기본자질 함양 친절 5대 항목 강의스킬 체득

고객응대 교육

삼성화재는 전 임직원을 대상으로 고객대응과 관련한 온·오프라인 교육을 의무화하고 있습니다. 오프라인 교육의 경우 계층별·직급별로 기본 서비스 품질에 대한 내용으로 진행하고 있으며, 2009년 총 441회에 걸쳐 15,188명이 참가한바 있습니다. 온라인 교육을 통해서는 고객 불만 예방 교육을 추진하고 있으며, 이러한 교육 훈련을 통해 임직원의 고객 대응 역량 향상에 기여하고 있습니다. 정규교육뿐만 아니라 동일·반복적 불만재발 방지 차원에서 전 임직원을 대상으로 고객불만사례를 공유하고 있습니다. 사내 인트라넷을 통해 VOC Daily를 공유하고 있으며, 고객불만족 사례 응대 매뉴얼 및 고객서비스 기본품질 매뉴얼을 제작해 배포하고 있습니다. 또한 기본품질 전파 및 민원예방을 위한 현장컨설팅을 실시함으로써 부실사례를 전파하여 유사민원을 예방하고 있으며, 현장민원대응 우수사례를 공유함으로써 서비스 질 향상을 위해 노력하고 있습니다.

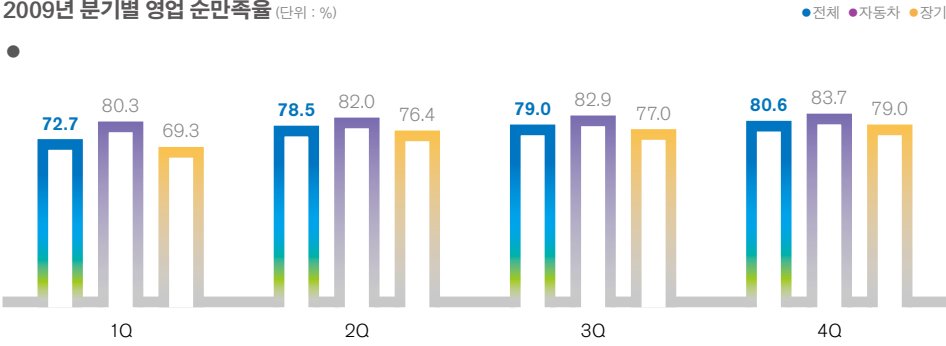
완전판매

삼성화재는 신뢰받는 보험문화를 정착하고 소비자의 권익을 보호하기 위해 완전판매 실현을 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 완전판매란 보험영업의 3대 기본을 준수하면서 정당한 모집자가 제대로 된 상품 설명을 하는 영업방식을 의미합니다. 보험영업의 3대 기본은 구체적인 약관 내용 설명과 청약서 자필 서명, 청약서 부분 전달 이행으로서, 삼성화재는 완전판매를 정착하기 위해 관련 교육과 내부 점검을 강화하여 실시하고 있습니다. 또한 모든 새로운 계약 건에 대해 본사에서 전화 모니터링을 실시하는 고객만족 판매 제도를 운영하고 있습니다. 모니터링은 3대 기본 이행여부에 대해 진행하며, 모니터링 후 불완전판매 계약에 대해서는 보험료 환불 또는 계약보완을 이행하고 있습니다.

서비스 표준화 관리 모니터링

삼성화재는 영업, 보상, 지원 서비스 등에 대한 표준화 관리를 위해 CS모니터링을 실시하고 있습니다. CS모니터링은 임직원들간에 CS 현황을 공유하고 개선을 추진할 수 있도록 고객관리만족도(순 만족도), 보상 만족도, 정비 서비스 만족도 및 수혜율, 고객응대 만족도 등을 공유하는 것으로 매월 'CS Trend' 를 통해 보고하고 있습니다.

2009년 분기별 영업 순만족율 (단위 : %)



통합 VOC(Voice Of Customer) 시스템 구축

삼성화재는 고객 불만을 즉시 해결하고, 요구사항, 불만사항, 칭찬사항, 인지도 등을 파악하여 새로운 아이디어를 창출하고,이를 신상품 개발 전략에 반영하기 위해 통합 VOC(Voice Of Customer) 시스템을 운영하고 있습니다. 고객이 삼성화재에 이야기하는 모든 불만사항은 실시간으로 관리되고 있으며, 해당 자료는 시스템 내의 계약정보, 사고/보상정보, 마케팅 정보 등과 통합되어 보다 체계적으로 불만을 해결하고 구체적인 고객의 요구를 파악하는데 활용됩니다. 또한 우수사례 선정, 고객성향 및 분석, 서비스 품질관리 및 개선 등 다양한 내부 업무지원 시스템들과의 연계를 통하여 전사적인 고객관계관리(CRM : Consumer Relation Management) 추진 활동을 지원하고 있습니다.

이러한 삼성화재의 VOC 결과는 정기적으로 ‘VOC Report’를 통해 임직원에게 공유되고 있으며, 이는 삼성화재가 고객가치경영을 이행하는데 없어서는 안될 중요한 요소로 자리매김하고 있습니다.

2009 VOC 유형별 발생 내역

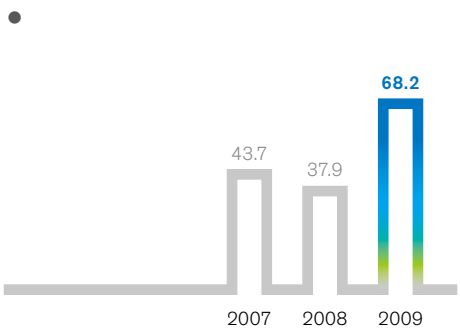
순위	세부유형	점유율(%)
1	계약관리 부실로 인한 RC 교체요청	23.8
2	수금방법관련 불만(제도변경/폐지, 카드납입 등)	22.9
3	사후고객관리(연락, 방문 등) 불만	4.6
4	대물 보상처리 불만족	2.3
5	취급자 변경에 따른 이관계약 관리부실	2.2
6	기가입상품/계약정보 문의	2.2
7	상품설명부실(담보별 보상내용)(면부책 분쟁)	1.7
8	보상직원 칭찬	1.6
9	대인 보상처리 불만족	1.5
10	상품설명부실(만기환급금/율, 해지환급금/율)	1.4

고객불만처리프로세스

삼성화재는 접수된 VOC는 고객불만처리프로세스에 의해 처리, 모니터링, 개선 등이 이행되고 있습니다. 고객의 불만이 접수되면 처리부서 담당자에게 VOC 접수가 통보되며, 접수 1시간 내에 민원 고객에게 접수사실을 통보(Touch Call)하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 불만 처리 중에는 고객에게 진행과정을 안내(Call-back)함으로써 고객의 추가불만 사항을 최소화하고 있으며, 2009년부터는 VOC처리기일 관리기준을 3일 내에서 24시간 내로 설정하여 고객불만 해결의 신속성을 제고하고 있습니다. 이에 따라 2009년 하반기 24시간 내 처리율은 68.2%로 전년 처리율인 37.9%에 비해 크게 개선되었습니다.

완료된 VOC의 경우, 만족스러운 불만처리가 진행되었는지 모니터링하고 있으며, 처리결과가 미흡한 경우에는 소비자센터에서의 재처리를 통해 개선하고 있습니다.

24시간 내 고객 불만 처리율 (단위 : %)



VOC자율관리시스템



VOC 임직원 평가

삼성화재는 VOC 시스템의 내실화 방안으로 VOC 처리 만족도에 대한 고객의 임직원 평가를 반기별로 실시하고 있습니다. VOC 임직원 평가는 외부조사기관의 설문서를 이용한 전화조사로 진행되며, 최초연락시간, 처리소요시간, 처리담당자 평가, 전반적 만족도 등이 평가됩니다. 평가 결과는 전사, 총괄별, 사업부, 부서별 등 세부 조직별로 관리되고 있습니다.

고객의 소리 경영자산화

삼성화재는 VOC 분석 결과 여러 차례 발생하거나 개선이 필요한 사례의 경우, 내부 제도적인 문제점이 있는지의 여부를 파악하고 있습니다. 해당 사례에서 제도적인 문제점이 있다고 판단되면, 고객업무품질 개선위원회에 안건으로 상정하여 신속한 개선을 추진하고 있습니다. 이러한 개선 활동은 고객의 소리를 경영 활동에 반영하여 자산화하고자 하는 삼성화재의 의지라 할 수 있습니다.

삼성화재의 상품개발은 8단계의 프로세스를 거쳐 추진되고 있습니다. 8단계 중 초기 단계인 상품실무협의회 진행 단계와 Business Case 도출 단계에는 소비자센터장이 참여하여 VOC를 적극적으로 반영하고 있습니다. 이는 고객의 의견이 반영된 상품을 제공하기 위한 삼성화재의 노력이며, 이를 통해 다양한 장기 및 일반보험 신상품을 개발하고 있습니다. 또, 최근 출시된 ‘마이애니카’ 인터넷 자동차 보험은 기존 온라인 자동차 보험과 차별성을 두기 위해 고객의 소리를 바탕으로 개발한 신상품의 대표적인 사례입니다. 이 뿐만 아니라 통신, 카드, 증권, 핸드폰, 인터넷 관련 제휴서비스를 개발하여 다양한 서비스를 경험하고자 하는 고객의 요구를 충족시키고 있습니다.

한편, 고객의 사회적 책임을 다하는 기업에 대한 요구를 반영하여 자동차 복지시설 우대 종합보험, 결식아동 지원 특약이 설정된 애니카 자동차 보험 상품 등을 개발하였습니다.

상품개발 프로세스



- 고객 패널 활동
- ● 고객경영제안 캠페인



VOC 반영 신상품

-

구분	신상품명	주요 특징
2005	메디플러스 자녀	- 태아보장 및 다발성 소아암 등 보장 강화된 자녀보험
	올라이프보장	- 인구노령화에 따른 고객니즈 반영하여 상해사망, 장기간병자금 등 99세 보장
2006	탑운전자	- 다양한 보험기간, 보장강화 및 금리적용 고객선택방식 도입
	올라이프평가	- 업종별 판매플랜 제시한 재물보험
2007	안전한세상만들기	- 차량관리 패키지 등 제휴서비스를 부가한 운전자 보험
	행복한5080보험	- 가입연령 확대한 실버보험 - 간병비, 치료비 및 장제비 보장
2008~	엄마사랑자녀보험	- 시력교정비, 부정교합치료비 등 보장신설·어학캠프 제휴서비스를 추가한 신자녀보험
2009	수퍼세이브보험	- 목적자금 용도별 다양한 플랜제시 및 보험기간, 납입기간 다양화로 자유설계 기능강화
	애니홈 종합보험	- 화재, 배상책임, 도난, 해킹인출손해, 가전제품수리, 일상생활배상책임, 법률/세무상담 서비스 제공 일반보험
	마이애니카 인터넷자동차보험	- 개인용 자동차보험 가입 서비스, 기존 온라인 자동차보험과 차별적인 실질적 다이렉트 보험 서비스

고객 커뮤니케이션 강화

고객 패널 제도

삼성화재의 고객 패널 제도는 고객의 소리를 능동적으로 청취함으로써 전문성과 차별성을 확보하는 ‘고객참여경영’의 실현을 위해 손보업계 최초로 고객에 의해 제안된 아이디어를 고객실패경영 전략 수립 시 활용하는 제도입니다. 고객패널은 현장 서비스체험, 모니터링, 고객인터뷰 등의 활동을 통해 개선 아이디어를 제안합니다. 월 1회 활동 결과 발표 및 집단토론을 실시하며, 년 1회 경영진과 간부들이 참석한 가운데 연구결과를 발표, 공유하고 있습니다.

고객경영제안 캠페인

삼성화재는 고객이 평소 생각하고 있는 다양한 아이디어를 수렴해 회사 경영에 적극 반영하기 위하여 2008년 ‘삼성화재 Anyidea Challenge’ 공모 캠페인을 개최하였습니다. 이를 통해 업무 프로세스 상에서의 개선점이나 상품·서비스·이미지 부문에 대한 고객의 제안을 청취하고 개선을 추진하였습니다. 앞으로도 고객과 소통할 수 있는 채널을 더욱 활성화해 나감으로써 고객과 회사가 윈-윈 할 수 있는 기회를 마련하기 위해 노력하겠습니다.

우수 고객 프로그램 운영

삼성화재는 우수 고객에 대한 서비스 혜택을 강화하기 위해 다양한 프로그램을 마련하고 있습니다. 우수고객은 보험가입 종목별 보험료수준을 비롯해 손해율, 가족가입여부, 최근 가입여부 등을 기반으로 산출되는 고객 가치점수로 선정되며, 선정된 우수 고객에게는 ‘The Premier CLUB’ 카드 발급을 통해 반기별 소식지 및 차별화된 서비스를 제공함으로써 고객관리 품질향상을 제고하고 있습니다. 또한 전담 상담사, 건강검진, 개인용 전세기 및 헬기 이용편의성 제공 등 차별화된 프리미엄급 혜택이 제공됩니다.

- 공식 트위터
- 모바일 홈페이지
- 삼성화재 웹진



홈페이지 고객센터

삼성화재 홈페이지(samsungfire.com)에서는 고객 및 회원을 위한 다양한 서비스가 제공되고 있습니다. 고객 중심의 계약관리 서비스를 제공하여 셀프서비스를 활성화하기 위한 계약관리 및 본업서비스, 회사와 고객과의 쌍방향 소통을 통해 유대를 강화하고 충성도를 제고하기 위한 커뮤니티 및 부가서비스, 보험가입 니즈를 환기시키고 고객에 최적화된 맞춤 컨설팅 영업을 지원하기 위한 상품안내 및 마케팅지원 등과 같이 크게 세 가지 부문에서 서비스 제공이 이루어지고 있습니다.

모바일 홈페이지

삼성화재는 PC 웹 환경에서 모바일 웹 환경으로의 급격한 IT변화에 대한 대응과 고객 서비스 차별화를 통한 본업 경쟁력 확보를 목적으로 2010년 7월 업계 최초로 삼성화재 모바일 홈페이지(m.samsungfire.com)를 오픈하였습니다. 이는 사용자 환경(운영시스템, 웹브라우저, 폰 사양 등)에 구애받지 않고 모바일 특성을 살린 위치 기반의 서비스를 제공함으로써 고객 모바일 서비스의 게이트웨이 역할을 담당하고 있습니다. 향후 계약관리 서비스 개발(계약조회, 대출, 보상서비스 이력, 보험가입설계 등)을 통해 더욱 다양한 서비스를 제공해 나갈 계획입니다.

삼성화재 웹진

삼성화재 웹진은 소비자에게 교통, 안전, 건강, 환경, 문화, 보험 및 재테크와 관련된 알찬 정보를 제공하는 웹 매거진입니다. 이를 통해 보험 및 금융상품에 대한 이해, 생활안전에 대한 관심 및 의식을 제고하고 있으며, 양질의 콘텐츠 확보를 통해 고객 커뮤니케이션 기회를 확대해 나가고 있습니다.

온라인 커뮤니케이션 채널 운영

삼성화재는 고객군별 차별화된 의사소통을 추진하기 위해 다양한 온라인 커뮤니케이션 채널을 마련하여 운영하고 있습니다.

고객체험단 운영 - think NEXT Supporters | 삼성화재는 실시간 양방향 커뮤니케이션을 위해 온라인상에서 고객체험단 'think NEXT Supporters'을 운영하고 있습니다. 고객들이 자유롭게 서비스 경험을 공유하고 그에 대한 의견을 제시하도록 하고 있으며, 이를 통해 고객 만족도를 신속히 파악하고 불편한 점을 개선해 나가고 있습니다. (<http://cafe.naver.com/thinknextsupporters>)

자녀와 아빠간의 커뮤니케이션 자원 - Good Daddy | 삼성화재는 홈페이지 내에 자녀의 교육, 진로, 고민, 관심사 등 자녀와의 대화에 꼭 필요한 전문가 상담과 다양한 팁을 제공하는 '아빠 전용 사이트-굿 대디(Good Daddy)'를 구축하였습니다. 이를 통해 중고생 자녀를 둔 부모에게 자녀의 진로, 고민, 관심사, 교육법 등 자녀와 올바르게 대화할 수 있는 콘텐츠를 제공함으로써 삼성화재의 인지도 향상과 더불어 고객의 행복한 가정문화형성에 기여하고 있습니다. (<http://gooddaddy.samsungfire.com>)

- 고객체험단 think Next Supporters
- 2030을 위한 새로운 생각 '화제만발' 블로그



초보 운전자 커뮤니티 운영 - I am 초보 | 삼성화재는 20~30대 젊은 고객층과의 의사소통을 위해 인터넷 포털 네이버 카페에 초보운전자를 위한 온라인 커뮤니티 'I am 초보'를 개설하였습니다. 카페 회원들에게는 삼성교통안전문화연구소의 교통안전문화 고급정보, 도로특성별 교통위험 예측훈련, 삼성화재교통박물관에서 발행하는 자동차문화웹진 카밀리 등을 무료로 제공하고 있습니다. (<http://cafe.naver.com/iamchobo>)

소셜 네트워크 서비스(SNS : Social Network Service)

삼성화재는 젊은 층과의 의사소통을 확대해 나가고자 2030을 위한 새로운 생각 '화제만발' 블로그(samsungfireblog.tistory.com)와 공식 트위터 (twitter.com/SamsungfireTalk) 등의 소셜 네트워크 서비스를 제공하고 있습니다. 이를 통해 삼성화재는 젊은이들과의 온라인 인맥 구축을 도모하여 친근한 기업 이미지를 구축하고 있으며, 효과적인 의사소통 추진을 통해 삼성화재에 대한 간접적 광고효과 및 잠재 고객 확보에도 기여하고 있습니다.

안전한 금융 서비스

고객정보관리 강화

삼성화재는 급변하는 세계 금융 시장의 흐름에 능동적으로 대처함과 동시에 내부 핵심정보 및 네트워크 보안 위협에 대한 보다 효과적인 보안 시스템 구축이 필요하다는 판단에 따라 보안시스템을 강화하였습니다. 삼성화재 보안시스템은 해킹방지를 위한 서버 보안툴, 이중방화벽, 침입 탐지 시스템(IDS : Intrusion Detection System), 웹 방화벽 고객정보유출 방지를 위한 고객정보 DB 암호화 저장, 네트워크 암호화 사이버관제를 통한 '24*365 모니터링' 등의 기능이 보다 강화되었으며, 이를 통해 삼성화재는 글로벌 수준의 고객정보 보안을 유지하고 있습니다. 또한 개인정보 보호 관련 소비자 불만을 사전에 예방하기 위해 영업점, 보상센터의 고객 정보보호 실태를 점검하고, 완전판매 프로세스 점검을 이행하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 고객정보관리를 강화함으로써 최근 3년간 고객개인 정보보호위반과 관련한 제재 및 민원은 발생하지 않았습니다.

보험사기방지 캠페인

최근 몇 년간 보험사기 사건이 증가함에 따라 삼성화재는 보험사기방지를 위한 준법교육, 지침 개발 등 다양한 활동을 통해 보험사기를 예방하고자 노력하고 있습니다. 삼성화재는 보험사기 방지를 위한 내부통제 강화를 목적으로 보험사기 방지 업무지침을 마련하였으며, 이는 회사의 임직원과 판매조직에 대한 보험사기 금지 의무와 보험사기 방지 교육 등에 대한 규정을 담고 있습니다. 회사의 모든 임직원과 판매조직은 보험사기를 행하거나 보험사기에 관여하여서는 안되며, 보험사기가 의심되는 사실을 발견 또는 인지한 경우 즉시 회사에 통보하도록 되어있습니다. 이를 지키지 않은 임직원 및 판매조직에 대해서는 '인사규정', '징계양정기준' 등 관련 제재 기준 및 절차에 따라 조치하고 있습니다. 이 밖에도 보험사기 정보관리 및 외부 보고를 통해 보험사기 근절을 위한 환경을 조성하고 있습니다.

Our Stakeholders / Shareholders

2020년에 ‘글로벌 Top 10’에 진입한다는 목표를 세운 삼성화재는 첫째, 세계 초일류 기업과 대등한 수준의 경쟁역량을 갖추고, 둘째, ‘보험회사’에서 ‘고객 서비스회사’로 거듭나기 위해 노력하고, 마지막으로 성장과 효율을 동시에 추구하는 창의, 혁신, 도전의 기업문화를 정착시키기 위해 전력을 기울이고 있습니다.



가속이나 급브레이크를 금하자

가속이나 급브레이크는 연료를 30퍼센트 더 소비하게 만들어 마멸을 촉진시킨다. 급출발 또한 연료를 최대 60퍼센트나 더 소비한다. 적당한 엔진 속도로 기어를 바꾸기만 해도 연료 소비를 최대 10퍼센트나 줄일 수 있다.



잡동사니 우편물을 줄이자

종이의 소비가 매년 증가하고 있다. 이를 조금이라도 줄이기 위해 카드 명세서 등을 우편물 지로 용지로 받는 대신, 전자 이เมล일을 신청해 종이의 낭비를 줄이는 게 현명하다.



완충전된 전기 기기의 플러그는 빼두자

휴대전화, 면도기, 전동 칫솔 등 충전해서 쓰는 기기들이 많다. 이 경우 충전이 다 되면 바로 플러그를 뽑아두는 게 좋다. 완충전이 된 이후에도 계속 에너지가 소모되기 때문이다.

고유사업의 시장경쟁력 강화

경영전략 및 비전

삼성화재는 2020년에는 ‘글로벌 톱10’에 진입한다는 목표를 세우고, 국내외에서 새로운 상품과 서비스로 지속적인 변화와 혁신을 이끄는 보험업의 선도자로서 다음과 같은 중점추진 과제를 적극적으로 실천해 나가고자 합니다.

첫째, 세계 초일류 보험사업 핵심역량을 갖추도록 노력하겠습니다. 삼성화재는 현재 세계 시장 진출을 목표로, 지속적인 성장을 위한 미래전략을 추진하고 있습니다. 글로벌 경영역량 및 해외 로컬 시장 운영역량을 강화하여 향후 전세계 보험시장 흐름을 통찰하고 트렌드를 주도하며 새로운 시장을 만들어 가는 진정한 글로벌 리딩 컴퍼니가 될 수 있도록 노력하겠습니다.

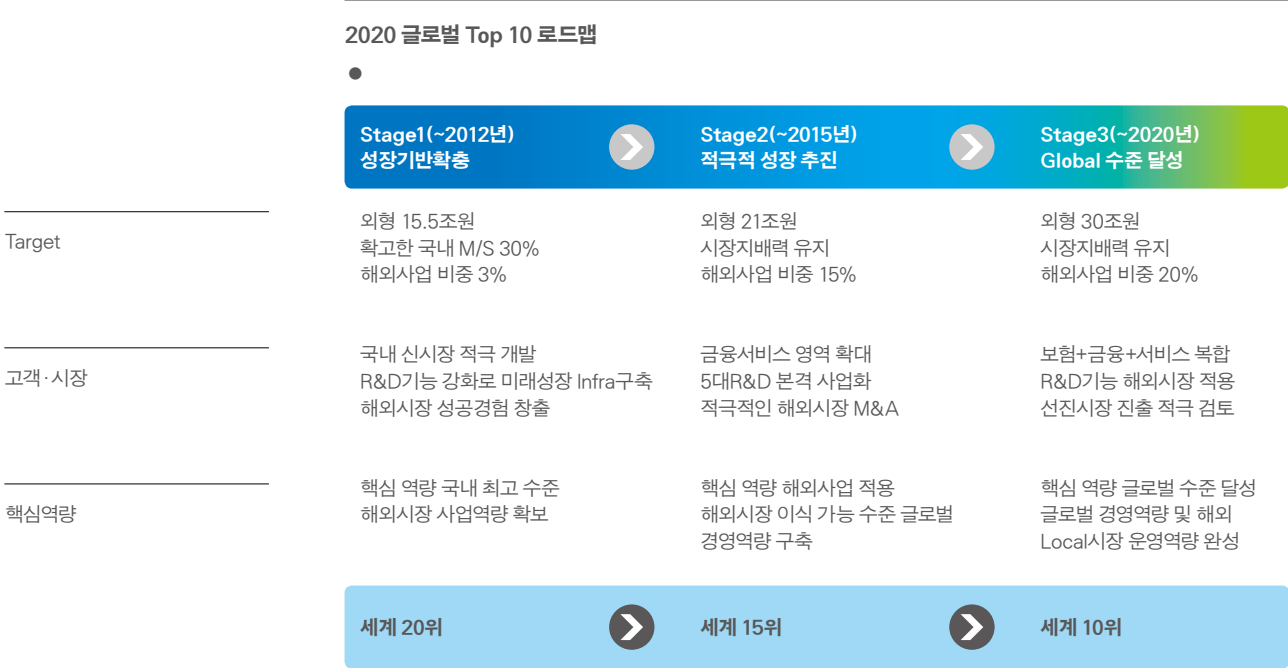
둘째, ‘보험회사’에서 ‘고객 서비스회사’로 거듭나겠습니다. 고객과 시장중심 경영은 삼성화재의 목표이자 나아갈 방향입니다. 모바일 영업/보상 체계를 완비하여 신속한 서비스를 제공하고, 지속적으로 새로운 서비스를 개발, 체질화해 나갈 것입니다.

셋째, 성장과 효율을 동시에 추구하는 창의, 혁신, 도전을 기업문화로 정착시키겠습니다. 창의적이고 혁신적인 도전을 통해 새로운 성장시장을 개척하고 경영효율을 향상시킴으로써 초일류 보험사로서의 기반을 구축해 나가겠습니다.

증장기 비전

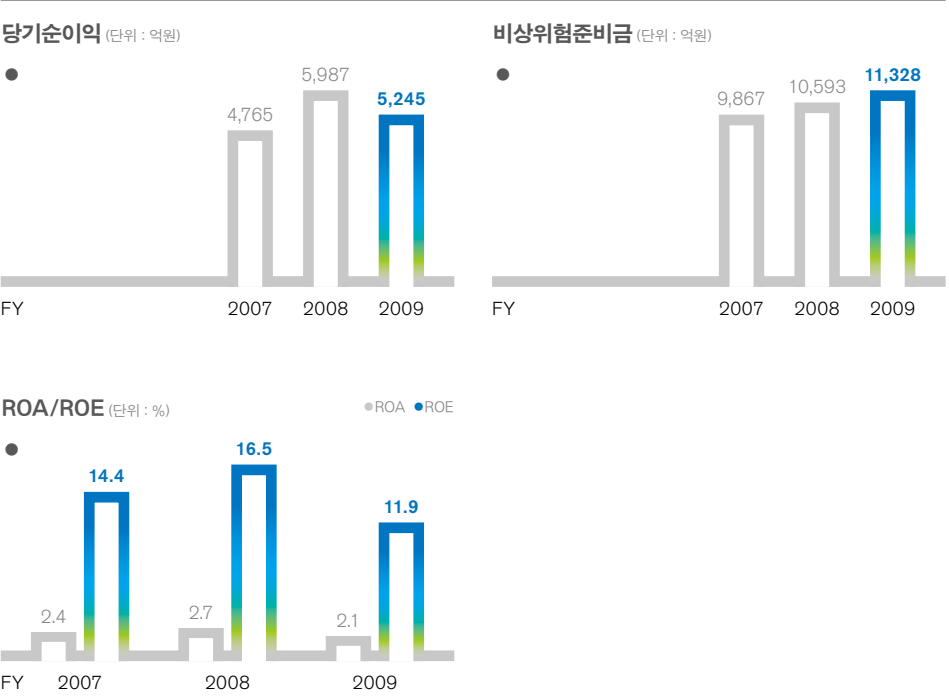
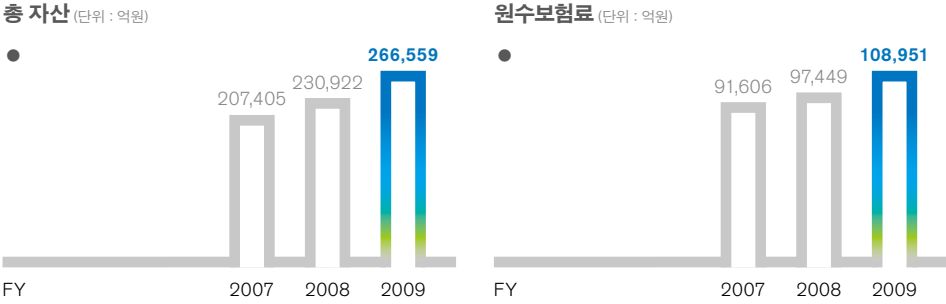
-



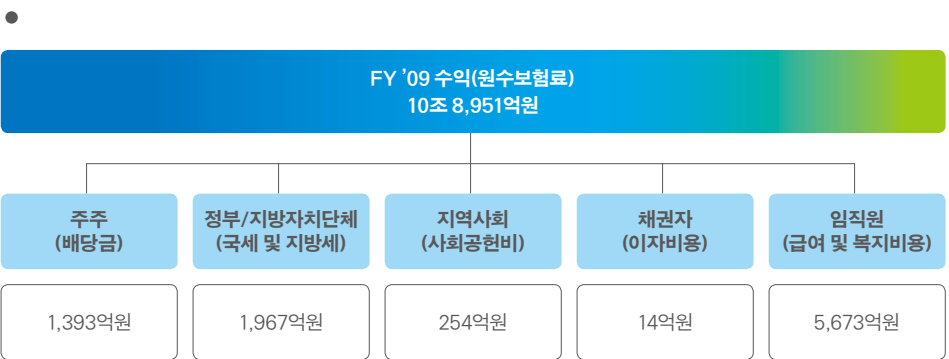


경제적 가치창출

2009년 장기보험시장의 상품 표준화로 인한 손해보험 업계와 생명보험 업계 간의 경쟁이 심화되었고, 시장 지배력을 강화하려는 업계의 경쟁으로 그 어느 해보다 어려운 시기를 보냈습니다. 이처럼 어려운 경영여건 속에서도 삼성화재는 원수매출액은 전년대비 11.8% 성장한 10조 8,951억원을 달성하였으며, 안정적인 자산 운용과 경영효율성 제고로 5,245억원의 당기순이익을 실현하였습니다. 이와 함께 총자산은 26조 6,559억 원으로 전년대비 3조 5,637억원이 증가하였고, 비상위험준비금을 735억원 추가 적립하여 더욱 건실한 회사로 자리매김 하였습니다.



경제가치와 분배가치



※ 배당금은 사업보고서 상의 숫자이며, 해당 사업연도 귀속에 따라 작성되었습니다.

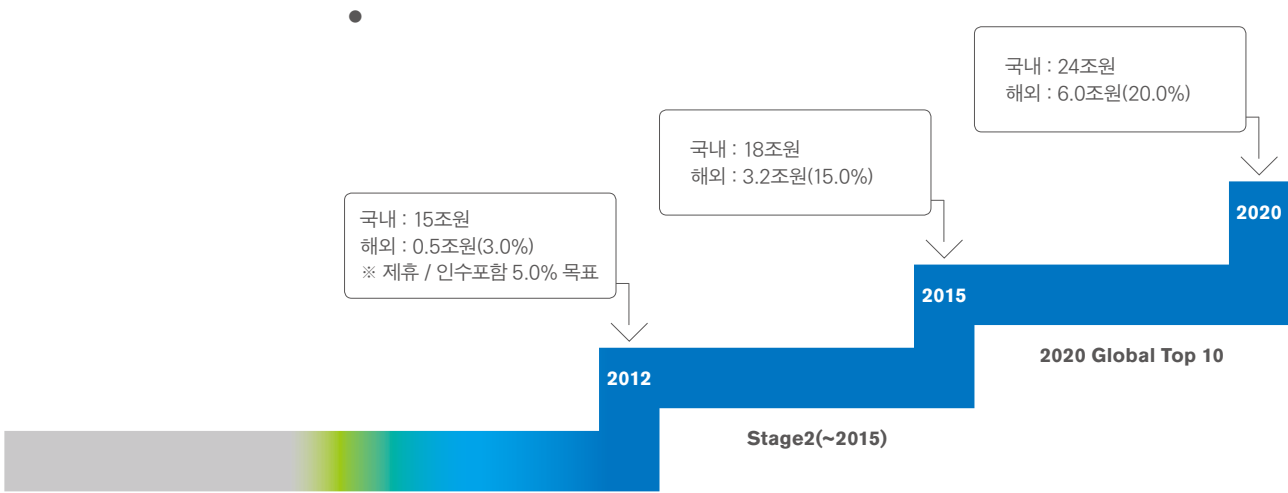
해외시장 발굴 및 선점

글로벌 금융시장에서 중장기적인 경쟁력을 확보하기 위해서는 해외시장 발굴, 선점 및 확대가 요구되며, 이를 위해서는 지역 특성에 적합한 해외진출 전략 구축이 선행되어야 합니다.

이에 삼성화재는 해외사업 중장기 로드맵을 구축함으로써 진출시장, 중점 사업영역, 필요역량에 대한 중장기 계획에 따라 이행 과제를 실천하고 있습니다.

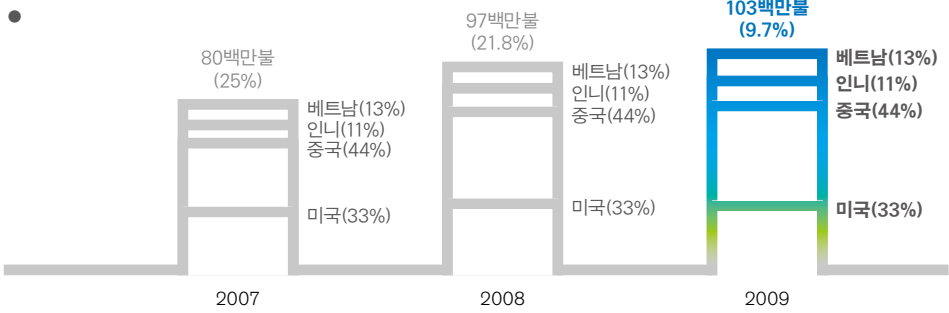
현재 삼성화재는 해외에서 5개 지점, 7개 사무소, 3개 법인을 운영하고 있으며, 2009년을 기준으로 매출 1억 3백만 불을 달성하였습니다. 이는 2008년에 비해 매출이 9.7% 향상된 수치이며, 지속적인 성장 추세입니다. 또한, 신규 투자자산의 경우 업종 내 최상수준의 방법론 등을 통해 적격 심사하고 있습니다.

해외 사업 중장기 로드맵



Stage1(~2012)			
시장	- 기존거점 소재국가 - Emerging Markets	- Emerging Markets	- Emerging Markets - 선진시장
중점 사업영역	- 한국계 Commercial - Local Personal	- Local Personal	- Local Personal - Commercial / Reinsurance
추진방식	- Organic growth 및 소규모 제휴 / 인수 추진	- 정보 / 경험 축적을 바탕으로 Mega Deal 통한 성장가속화	- In-organic 성장 병행 지속
필요역량	- 성장시장 Local 사업역량 - M&A 역량(소형 Deal)	- M&A 역량(Mega Deal) - Commercial / Reinsurance 사업경쟁력	- 글로벌 경영역량 및 Local 운영역량 완성

해외 매출 추이



해외진출 현황



주주현황

2010년 3월말 기준 보통주 주주구성을 보면 외국인 지분율은 49.10% 이며, 이외 특수관계인 18.64%, 자사주 7.83%, 국내기관 18.71%, 나머지는 개인주주로 구성되어 있습니다.

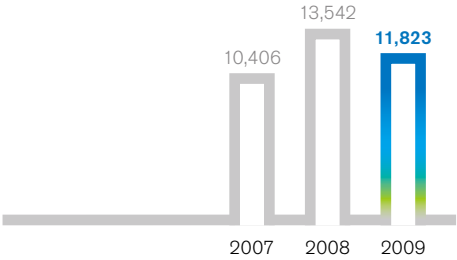
주주 이익환원실적

-

구분	2007	2008	2009
액면 배당률(%(보통주 기준)	600	600	600
배당총액(억원)	1,393	1,395	1,397
주당 현금배당금(원)	3,000	3,000	3,000
현금배당성향(%)	29.2	23.3	26.6
시가 배당률(연말종가기준)(%)	1.5	1.8	1.6
이익소각	없음	없음	없음

주당순이익 (단위 : 원)

-



투자자 관리

최근 기업의 투자자 관리(IR : Investor Relations) 활동은 일방적인 정보전달 과정에서 더 나아가 투자자와의 쌍방향 커뮤니케이션과 기업가치 향상의 수단으로 발전하고 있습니다. 삼성화재는 지속적인 IR활동을 통해 다양한 투자자들을 대상으로 경영실적을 포함한 기업의 지속가능한 가치를 공유하고 있으며, 이를 위해 실적설명회 외에도 투자자 로드쇼 및 컨퍼런스를 적극적으로 활용하고 있습니다.

삼성화재의 IR활동은 국내뿐 아니라 홍콩, 싱가포르, 런던, 뉴욕 등 외국에서의 컨퍼런스 활동을 통하여 투자자 관리 및 확대에 기여하고 있습니다.

2009년 주요 투자자 관리 (IR활동)

-

구분	내용	비고
로드쇼	국내외 투자자 대상 기업 설명회	국내외(각각 9회)
컨퍼런스		
실적설명회	분기별 결산실적 발표	본사 내 개최(4회)
1:1면담	투자자 개별 면담	총 453건
신용평가	연례 신용평가	A.M. Best, S&P(2회)

국제회계기준(IFRS) 도입

삼성화재는 2011년 국제회계기준(IFRS : International Financial Reporting Standards)의 도입에 대비하여 외부 자문사 및 시스템 구축업체를 선정하고, 별도의 TFT를 구성하여 한국채택국제회계기준 도입 프로젝트를 진행하고 있습니다. 2008년 11월에 착수한 본 프로젝트는 총 3단계 중 1, 2단계를 완료하고 3단계 프로젝트를 진행 중이며, TFT는 주기적으로 진행 경과 및 이슈 사항을 경영진에게 보고하고 있습니다. 그 결과 삼성화재는 2010년 3월 31일 기준으로 한국채택국제회계기준에 따른 기초 재무상태표 산출 및 분석작업을 진행하고 있으며, 2010년 분·반기 및 기말 기준의 재무정보와 공시사항을 한국채택국제회계기준에 따라서 산출할 예정입니다. 삼성화재는 국제회계기준 도입의 선대응을 통해 글로벌 시장에서의 이중 회계처리비용을 방지하고, 기업의 투명성 및 신뢰성을 제고하고자 합니다.

Our Stakeholders / Employees

삼성화재는 '열정과 주인의식을 가진 글로벌 금융 파이오니어'의 인재상을 지향합니다. 동시에 그러한 열정의 인재들을 위한 다양한 인재양성 제도를 마련하여 전 임직원의 지속적인 성장을 독려합니다. 나아가 채용에 따른 제반 근로조건은 단체협약, 근로계약 등 노사간 합의된 사항을 적용하며, 사회 경제적 변화에 맞춰 지속적으로 개선, 보완하고 있습니다.



자동차 타이어의 공기압을 적절히 유지시키자

타이어의 공기압이 표준보다 30%낮으면 연료는 10% 더 소모된다. 반대로 30% 높으면 8%의 연료 낭비가 따르게 돼 배기가스 배출량이 많아진다.



양치질을 사용하자

양치질을 하는 동안 수도꼭지를 잠그는 것만으로도 매번 최고 10리터의 물이 절약된다. 하루에 두 번 양치질을 한다고 생각했을 때 절약할 수 있는 물의 양에 대해 생각해 보자.



사무실의 불을 끄자

밤새도록 텅 빈 사무실에 불을 켜 놓는데 사용되는 에너지의 양은, 커피 1,000잔의 물을 끓이기 위해 필요한 에너지의 양과 맞먹는다.

04.03

임직원

임직원 현황

삼성화재는 근로기준법, 남녀고용평등법 등 제반 법규를 준수하고 공정하고 합리적인 절차와 방법으로 임직원을 모집, 채용하고 있습니다. 채용에 따른 제반 근로조건은 단체협약, 근로계약 등 노사간 합의된 사항을 적용하며, 사회 경제적 변화에 맞추어 지속적으로 개선, 보완하고 있습니다.

삼성화재는 2009년 기준 총 5,220명(정규직 5,074명, 계약직 146명)의 직원이 근무 중이며, 평균 근속기간은 10.2년, 이직 인원은 122명으로 전체의 2.4%에 해당됩니다(계약직 제외). 한편, 대졸 신입사원의 급여수준은 법정 최저임금 대비 약 312%이며, 성별에 따른 임금 격차는 없습니다. 또한 근로기준법 및 국제노동기구(ILO)에서 정한 규정에 따라 강제노동 및 아동노동은 철저히 금지되고 있습니다.

인재육성

우수인재 채용

삼성화재의 인재상을 지닌 우수인재를 채용하기 위해서 인턴사원제 및 경력사원의 전문성 면접을 강화하고 있으며, 미래성장동력 발굴을 위한 해외 현지법인 인사관리체계도 구축하고 있습니다. 향후 지속적인 채용시스템의 변화 노력을 통해 우수 인재를 발굴하고, 해외지법인 인사 및 조직관리를 강화하여 기업 경쟁력 향상에 기여하고자 합니다.

인재양성 체계

삼성화재의 인재상은 '열정과 주인의식을 가진 글로벌 금융 파이오니어'를 지향하고 있습니다. 삼성화재는 조직문화 공유 및 확산, 직무전문가 육성, 글로벌 차원의 리더 양성의 3가지 핵심 전략을 기반으로 하여 삼성화재의 이름에 걸맞은 우수한 인재를 양성하고자 합니다. 삼성화재는 임직원이 글로벌 수준의 전문지식과 소양을 갖춘 전문가로 성장할 수 있도록 체계적이고 다양한 인재양성 프로그램을 실시하고 있습니다. 2009년 국내 임직원 교육비로 총 138.7억원을 투입하였으며, 1인당 교육시간은 96.34시간으로 전년 대비 10시간 정도 증가하였습니다. 해외 현지 직원에 대한 교육 역시 해당 국가의 현지 특성에 맞추어 진행하고 있습니다.

인력양성 교육강화 | 사내에서는 인재상 및 CEO 경영 철학의 체계적 전파에 필요한 기본, 리더역량과 전문가로의 성장에 필요한 직무역량의 효과적인 함양을 위해 다양한 집합/합숙 교육, e-러닝, 독서통신 등 소통과 참여를 반영한 교육과정을 운영하고 있습니다. 또한 임직원들에게 세미나/학회/컨퍼런스 참석 등 사내/외 다양한 교육 활동 참여를 적극 권장하고 있으며, 임직원이 원하는 지식, 스킬 등을 주도적으로 학습하도록 집합교육 외에 다양한 사내 온라인 교육(30개)과 사외 온라인 교육(1,866개)을 운영할 수 있는 시스템을 구축하고 있습니다.

교육훈련 모델의 발전 | 생각하고, 공부하고, 실천하는 습관을 만드는 표준 교육운영 프로세스를 도입하여 효과적으로 학습 목표를 달성할 수 있도록 노력하고 있으며, 교육 전, 과정 중, 교육 수료 이후에 걸친 디지털 방식(paperless, wireless)의 교육 프로세스 운영 체계로의 재구조화를 진행하고 있습니다. 이를 통해 소통과 참여를 기반으로 하는 성과 창출형의 집합 교육, 합숙 교육, e-러닝, 독서통신이 될 것으로 기대하고 있습니다.

사내·외 온라인 교육 운영 현황

-

MY VISION	직무에 필요한 역량별 교육을 계획하고 지원 받을 수 있는 교육포탈 시스템
e-Class	집합교육 전후 다양한 교육자료를 제공하여 자기주도적 학습을 지원하는 시스템
사이버 아카데미21	e-Learning 및 사이버 테스트를 제공하는 시스템
e-Learning	크레듀, 이캠퍼스, 휴넷, 유비온, 보험연수원, YBM시사닷컴, 알파코 등
지식포탈 anywin	언제 어디서나 필요문서를 찾을 수 있는 삼성화재 지식경영-지식자산통합관리 시스템

역량개발제도 | 현장 중심의 인력양성이 이루어질 수 있도록 인사 연계형의 역량개발제도를 운영하고 있습니다. 역량개발제도는 직무역량 진단, 역량개발계획 수립, 개발 활동 및 평가로 진행되는 삼성화재 고유의 인재개발제도입니다. 직무/직급별 요구 수준과 부서장의 진단을 통해 직원의 역량개발 계획을 수립하며, 전문 자격, 외국어자격 지원 등의 역량개발 활동 결과는 인사평가에 반영함으로써 임직원에게 동기 부여가 되도록 돕고 있습니다.

핵심인재의 양성 | 내부 교육 외에도 회계, 마케팅, 인적자원관리, 운영 관리 등 다양한 지식과 경험을 쌓을 수 있도록 KAIST, 고려대학교, 성균관대학교 MBA 프로그램 등 외부 MBA 과정을 운영하여 임직원이 회사의 핵심인재로 체계적으로 양성될 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 글로벌 인재의 육성을 위해 해외 지역 전문가 제도를 1993년부터 운영하여 지금까지 25개국 160명을 배출하였고, 이외 RGA, Chubb과 같은 주요 선진보험사 파견 프로그램을 통해 임직원에게 다양한 경험을 통해 실력을 쌓아나갈 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 또한, 현장 핵심인재의 폭넓은 육성을 위해 Frontier, Challenger 교육과정을 신설하여 각각 6개월, 10주간의 외부 대학 연계 교육과정을 운영하고 있습니다.

사내 직무공모제 실시 | 삼성화재는 직무순환을 통한 직원의 경력개발 욕구 충족, 인력운영의 활성화 및 조직 구조의 최적화 유지, 부문간 인력교류를 통한 부서 내 업무역량 강화를 위해 내부 직무공모제를 실시하고 있습니다. 선임 3년차에서 책임 6년차까지의 직원에게 지원 기회가 주어지며, 2008년 75명, 2009년 60명이 선발되었습니다. 이 제도는 우수인력의 자발적인 자원을 위한 현장분위기 제고에 기여하고 있으며, 현장직무 지원자의 경우에는 최초 반기 평가 시 고과 불이익을 배제해주도록 하고 있습니다.

성과관리 공정성 강화

도전하고 협업하는 현장문화 구축을 위해 업적평가 제도, 현장 인센티브 제도를 보완하여 평가 및 보상제도의 완성도를 제고하고 있습니다. 업적평가는 임원에서 지점장까지 평가의 일관성을 유지하고 있으며, 과정관리지표 및 결과지표를 균형적으로 반영하고 있습니다. 한편 현장 인센티브 Overriding제도를 통해 지역단과 지점의 균형적인 성과를 인정하고 있으며, 단기 혁신적 성과에 대해서는 Spot 시상을 실시하고 있습니다.

성과평가

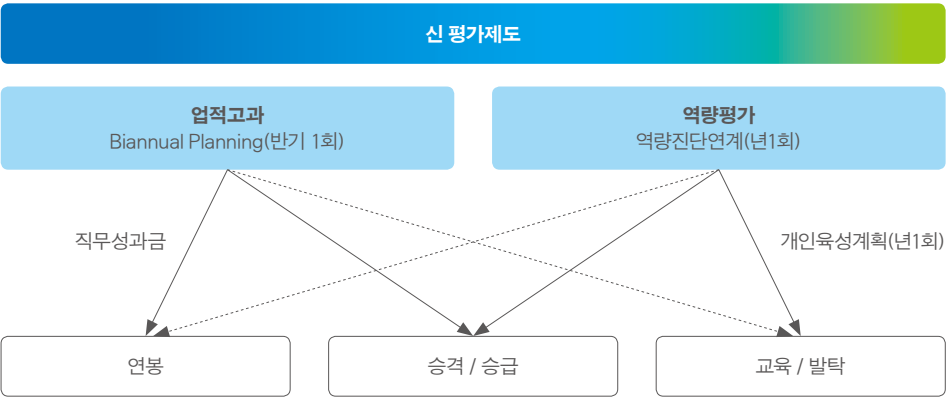
삼성화재는 인사제도의 혁신을 통해 조직 가치관에 최적화된 성과평가 기준을 수립하고자 하였습니다. 직무 전문가로의 성장비전 제시, 합리적 성과주의 고도화, 도전적 성과지향 문화 확산을 목표로 하고 있으며, 이를 위한 성과평가 시스템을 개발하여 운영 중에 있습니다. 성과평가는 업적고과와 역량평가를 동시에 진행함으로써 평가의 공정성을 기하고 있으며 이를 통해 육성형 인사체계의 내실화를 추진해 나가고 있습니다.

보상체계

삼성화재는 1998년부터 연봉제를 도입하여 누구나 능력과 업적에 따라 대우 받을 수 있는 급여체계를 정착시켜 나가고 있습니다. 또한 '성과가 있는 곳에 보상이 있다'라는 원칙하에 우수부서/성과자에 대한 업계 최고 수준의 보상제도 및 수상제도를 운영하고 있으며, 이와 함께 생산성격려금제도(PI) 및 이익분배제(PS) 등의 다양한 인센티브 시스템을 도입하여 성과를 공유하고 있습니다.

성과평가제도

-



채용 다양성

삼성화재는 임직원의 다양성을 존중하여 모든 경영활동에서 다양한 인력들이 자신들의 잠재력을 발휘할 수 있는 환경을 만들어 주고자 힘쓰고 있습니다. 특히 인력 고용 및 활용 과정에서 성별/피부색/민족/국적/장애인 등에 대한 차별을 금지하고 균등한 기회를 제공하고 있습니다.

2009년 여성대졸신입 채용 비율은 전체신입 인원 중 12.8%이며, 2008년에 비해 채용율이 다소 감소하여 향후 조직 내 여성 인력의 활용을 보다 활성화하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

여성뿐만 아니라 장애인의 권익 보호와 기회의 평등을 보장하고자 장애인 인력 고용을 확대하고 있습니다. 2009년 장애인 인력 고용율은 1.29%로 최근 3년간 꾸준한 증가추세를 나타내고 있습니다.

임금 체계

-

능력급	전년도 업적과 능력에 따른 차등 임금항목의 일종으로 개인의 업적과 능력발휘 정도를 공정하게 평가하고 그 결과에 따라 차년도 능력급을 차등하여 지급
생산성격려금(PI)	경영목표를 달성하기 위한 과정에서 임직원의 집단적 노력을 유도하기 위해 기업의 경영, 인적자원, 설비, 기술 등의 효율적 운영결과로 발생된 경영성과 중 일부를 종업원의 생산성 향상에 대한 보상으로 지급하는 별도의 집단성과급 제도
이익분배제도(PS)	회사나 사업부 단위로 최종 경영성고가 경영목표를 초과했을 경우, 초과이익의 일정부분을 임직원에게 집단성과급의 형태로 골고루 배분하는 변동적 보상제도

시상 제도

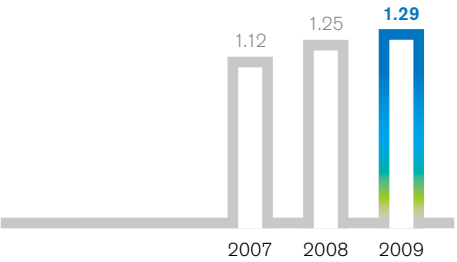
-

구분		시상내역	비고
삼성화재 인물상(분기)	업적향상	표창장, 200만원	
	CS실천		
	혁신실천		
창립기념 표창(년간)	대상	상패, 승용차	전사 최고성과자
	본상	상패, 금메달 10돈, 해외여행	부문별 최고성과자
	부문상(업적향상)	상패, 금메달 7돈, 해외여행	뛰어난 업적시현자
	부문상(고객만족)	표창장, 200만원	CS실천 우수자
	부문상(기타)	표창장, 50만원	사회공헌, GWP
	장기근속	근속차등	10, 20, 30년

임직원 일과 삶의 조화

장애인 고용율 (단위 : %)

-



해외법인 현지 경영 및 노동환경에 맞는 인사제도 설계

삼성화재는 해외법인의 인사 및 조직관리를 강화하기 위해 해외법인 인사 실무자를 대상으로 하는 현장교육을 통해 인사시스템 개선을 실시하고 있습니다. 이에 따라 현지 경영 및 노동환경에 맞는 인사제도를 설계하여 성과주의 인사원칙 강조, 평가 공정성 제고, 우수인력 보유 가능한 보상체계 구축, 우수 현지 직원 선발제도 운영 등을 통해 현지 직원만족도를 제고하고 있습니다.

임직원 복리 후생

삼성화재는 임직원의 건강, 가계자금, 경조사, 여가생활 등을 지원하는 다양한 제도와 프로그램을 제공함으로써 임직원이 일과 삶의 균형을 추구할 수 있는 업무 환경을 조성하고 있습니다.

복리후생 제도

-

1. 주택자금 대출 지원	- 주택구입 및 임차자금 저금리 지원 - 공동 사택 지원
2. 의료비 지원	- 본인 및 배우자 진료비 본인부담금 전액 지원
3. 상해보험 지원	- 업무, 일상 생활 중의 사고 담보 보험가입 전액 지원
4. 건강검진	- 정기적 종합검진 실시(배우자 포함)
5. 학자금 지원	- 유치원, 초, 중, 고, 대 자녀에 대해 학자금 지급 - 자녀 초등학교 입학시 입학선물 지급
6. 여가생활 지원	- 휴양소, 체육시설, 놀이공원 이용 지원
7. 경조사 지원	- 조사용품 지원 및 관련 컨설팅 체계 구축 - 결혼도움방, 사내예식장 운영 및 휴가, 경조비, 화환 지원
8. 장기 근속자 지원	- 10년 이상 장기근속자에 대한 휴가 및 휴가비 지원

- 음주 119 캠페인
- Diet Fund



퇴직프로그램 도입

임직원이 퇴직금을 적립해서 운용하고 퇴직 시 적립된 퇴직금을 연금 또는 일시금으로 받아 안정된 노후생활을 누릴 수 있도록 퇴직연금제도를 도입하였습니다. 2006년 삼성생명 퇴직연금에 가입하였으며, 2009년 삼성증권을 운용관리기관으로 추가하였습니다. 현재 예상퇴직금의 약 45%는 삼성생명, 약 25%는 증권에서 운용하고 있습니다. 삼성생명 및 삼성증권의 확정급여형(DB) 제도에 가입하여 이를 기본으로 하고 있으며 확정기여형(DC) 제도로 전환이 가능하도록 운영하고 있습니다. 2010년 7월말 기준으로 확정기여형 가입자 138명을 제외하고 대부분이 확정급여형 제도를 선택하고 있습니다.

보건과 안전

삼성화재는 회사의 가장 큰 자산인 임직원의 건강과 안전을 위해 단체보험 및 출산관련 지원, 건강검진, 레포츠센터 및 웰니스클리닉(헬스클럽) 지원, 장기근속휴가 제도, 여가 지원 등의 다양한 지원 활동을 하고 있으며, 정기적인 근무환경 안전점검을 통해 최상의 근무 조건을 제공하고자 노력하고 있습니다. 또한 임직원의 건강 증진을 위해 ‘음주 119 캠페인’ 및 ‘Diet Fund’ 등 다양한 캠페인을 실시하고 있습니다. ‘음주 119 캠페인’은 건전한 회식문화를 정착시키기 위한 노력의 일환으로 시작되었으며, 실천 사항을 정립하여 임직원들의 참여를 유도하고 있습니다. 캠페인을 통해 월, 수, 금요일을 회식 없는 날로 지정하고 문화활동과 연계한 웰빙 회식, 회식일정 사전 예고제 추진 등 안전하고 즐거운 회식문화를 만들고자 노력하고 있습니다. 또한 임직원의 건강한 삶에 대한 관심을 제고하고 스스로에 대한 도전과 성취로 삶의 활력과 자신감을 얻을 수 있도록 ‘다이어트 펀드’ 프로그램을 전개하고 있습니다. 이 프로그램에 가입한 임직원의 경우 가입 당시 체중의 5% 이상 감량하도록 하고 있으며, 2009년에는 임직원 건강검진과 연계하여 ‘다이어트 펀드’ 프로그램을 활성화하였습니다. 다이어트 펀드 결과 측정을 ‘임직원 건강검진’ 결과로 대체 가능하도록 하여 조기 검진을 유도하고, 잠재적 다이어트 포기 임직원의 재도전의 의지를 고취시키고자 하였습니다. 한편 임직원의 건강과 업무환경의 안전을 위해 환경안전 점검 활동을 펼치고 있습니다. 노후 엘리베이터를 교체하여 에너지 효율성과 안전성을 향상시켰으며, 사육을 대상으로 석면검출 검사, 공기질 검사를 실시하였습니다. 삼성화재는 앞으로도 다양한 캠페인을 통해 안전하고 건전한 생활문화, 즐겁고 재미있는 도전과 성취문화를 삼성화재의 기업문화로 정착시키고, 정기적인 점검 프로세스를 구축하여 임직원이 안심하고 다닐 수 있는 직장을 만들고자 노력하겠습니다.

결근 및 손실일수

2009년 결근 인원은 54명으로 2,011일의 결근일수가 발생하였으며, 결근으로 계수하지 않는 직무상 병결로 인한 손실일수는 82일입니다.

소통하는 노사문화

평의원 협의회

삼성화재는 대화와 신뢰를 통한 협력적 노사관계를 구축하기 위해 노사간 정기적인 대화 채널로서 평의원 협의회를 운영하고 있습니다. 평의원 협의회는 분기에 1회 사업부별로 한마음회의를 실시하고 있으며, 임직원 임금인상/복지관련 노사협의를 진행하고 있습니다. 또한 현장부서를 방문하여 고충사항을 청취하고 그에 대한 해결을 지원하고 있으며, 전화통화를 통해 임직원의 문의, 불만, 개선사항에 대한 의견수렴을 진행하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 임직원들이 관심을 갖는 주요 이슈를 파악하고 이에 대한 내용을 소식지 ‘소통’에 담아 공유하고 있습니다. 한편, 직원에게 상당한 영향을 주게 될 중대한 사업 변동에 대해서는 최소 통보기간을 두어 공유하고 있으며, 바람직한 근로 환경을 조성하고 임직원의 권리를 보장하고자 노력하고 있습니다.

평의원협의회 주요 활동

- 평의원 고충처리제도 운영 (회장/사무처장 상근)
- 노사협의회 운영 (연 4회)
- 임금 및 단체협약 체결
- 사장-평의원협의회장 월 1회 간담회
- 사장-근로자위원 분기 1회 간담회
- 사업부별 분기 1회 한마음회의 실시
- 노사공동, 실무 워크숍 (연 4~5회)
- 사원대표 자격으로 회사 전략회의 등 참석

- CEO 석식 소통 Meeting 활동
- 임원 현장방문 활동



임직원 커뮤니케이션 강화

삼성화재는 임직원과의 원활한 커뮤니케이션을 위해 다양한 채널을 마련하여 운영하고 있으며, 이를 통해 사내 각층의 의견을 수렴하여 경영활동에 적극 반영하고 있습니다. 노사간의 협력적 관계를 유지하기 위한 평의원협의회, CEO소통미팅활동, 임원들의 현장방문 활동, CEO와 직원과의 직접적인 의사소통 매개체인 CEO Message와 Junior Board를 운영하고 있습니다. 이밖에도 사내 방송을 통해 주요 이슈 및 경영현황을 공유하는 등 임직원과의 소통 강화를 위한 채널을 확보하여 운영하는 것에 중점을 두고 있습니다.

임직원 커뮤니케이션 채널



CEO Message

CEO와 임직원들이 회사의 경영방침과 현안 등 변화와 혁신의 메시지를 공유하고, 임직원들이 CEO에게 자유롭게 의견을 남길 수 있도록 'CEO Message' 사이트를 운영하고 있습니다. 이를 통해 CEO의 주요회의 및 행사 시 메시지, 경영활동 사진, 일상 이야기를 공유하고 임직원 의견 게시판을 운영함으로써 CEO와 임직원 간 의사소통의 매개체로서 중요한 역할을 하고 있습니다.

CEO 소통활동

CEO와 현장직원간 대화의 장을 마련하여 현장의 소리를 경청하고, 직원들에게 자부심을 심어주고자 CEO 소통 활동을 운영하고 있습니다. 부문별, 계층별 다양한 구성원과의 여과 없는 의사소통채널로서 기존의 활동에 이어 '현장방문 소통 Meeting', 'Lunch 및 석식 소통 Meeting', 'SNS 소통' 등을 실시하고 있습니다.

임원 현장방문 활동

부서간, 부서원간의 원활한 커뮤니케이션의 장을 제공하고 GWP의 활성화를 추진하기 위해 임원 현장방문 활동을 진행하고 있습니다. 부서장이나 임원은 필수 참여, 부서는 90% 이상 참석을 기본 조건으로 하며 매월 2, 4주 화요일, 본사 지하 구내식당에서 진행하고 있습니다. 2007년 1,087명, 2008년 1,257명, 2009년에 795명이 참석하였으며, 2009년 참석자 수가 감소한 것은 신종플루 확산으로 인해 4/4분기 행사가 취소되었던 것에 기인합니다.

Junior Board 운영

삼성화재는 CEO와 직원간의 커뮤니케이션 채널을 재정립하고, 이를 통해 CEO와의 격의 없는 대화, 토론의 장을 마련하여 조직의 활력을 재고하고자 'Junior Board' 조직을 발대하였습니다. 이 조직은 Board장(차장) 1명, 총괄별 과장급 4명으로 구성되어 있으며, 현장과의 지속적인 교류를 추진하고 다양한 아이디어를 발굴, 건의하고 있습니다. 또한 다른 업종이나 경쟁사, 선진사 벤치마킹을 통해 개선사항을 도출하여 혁신, 실천 과제를 발굴하여 검토하고 추진하는 역할을 수행하고 있습니다.

커뮤니케이션 파트 신설

사내 원활한 소통 및 대외 고객 커뮤니케이션 통일성 확보를 위해 2010년 커뮤니케이션 파트를 신설하였습니다. 커뮤니케이션 파트에서는 전사 커뮤니케이션 활동을 기획, 개발하고 있으며, 이러한 활동에 대한 관리 인프라를 구축하고 성과를 측정하는 역할을 수행하고 있습니다. 또한 대내외 중요 커뮤니케이션 채널을 활성화하기 위해 집중적인 관리를 추진하고 있습니다.

사내 방송

임직원들과 주요 사내 이슈 및 경영현황을 공유하기 위해 매주 수요일 사내 방송을 실시하고 있습니다.

Our Stakeholders / Society

삼성화재는 성실한 사회공헌활동을 전개하고 임직원 봉사활동을 강화함으로써 기업의 사회적 책임에 최선의 노력을 기울입니다. 전략적인 사회공헌활동은 스포츠/예술 지원, 환경 사회공헌, 지역사회/소외계층 지원, 교통안전/생활안전 등 5가지 방향으로 이루어지고 있으며, 진정성을 가지고 적극적, 장기적인 활동으로 실행해 나가고 있습니다.



함께 자동차를 타는 문화를 만들자

- 승용차로 하루 10km 거리를 왕복 출퇴근하면 4kg 가량의 이산화탄소를 내뿜게 되어 있다. 그래서 여러 명이 모여 한 자동차로 출퇴근을 하면, 이산화탄소의 배출량을 줄일 수 있다.



나무를 심자

- 100만명이 한 그루씩 나무를 심는다면, 133만톤의 이산화탄소를 흡수할 수 있다. 이와 함께 여름철 냉방식물을 미리 심어 놓으면 성장 속도가 빨라 햇빛을 차단해 시원한 그늘을 만들어 에어컨 사용을 줄일 수 있다.



환경을 해치지 않는 주방용품을 사용하자

- 표백된 커피필터와 종이타월, 가소제가 첨가된 비닐 랩 등은 제작시에도 환경오염을 불러일으키지만 폐기시에도 많은 문제점을 안고 있다.

사회공헌활동 체계 구축

삼성화재는 전략적 사회공헌활동을 전개하고 임직원 봉사활동을 강화함으로써 사회공헌을 통한 지속가능기업을 구현하고자 합니다. 전략적 사회공헌활동은 교통, 안전, 환경, 건강, 문화의 5가지 분야에 대해서 이루어지고 있으며, 삼성화재의 사회공헌 활동이 지역사회에 미치는 영향을 파악함으로써 사회공헌 활동의 부정적 효과를 줄이고 파급효과를 극대화시키기 위해 전담 팀인 신문화파트를 구성하고 있습니다. 또한 삼성화재의 삼성애니카봉사단과 함께 다양한 임직원 참여 프로그램을 통해 임직원 봉사활동을 추진하고 있습니다. 삼성화재의 사회공헌활동은 지역사회와 소통하고 함께 성장하기 위한 노력이라고 할 수 있으며, 앞으로도 단순한 기부 행태를 벗어나 진정성을 가지고 적극적, 장기적으로 삼성화재가 갖고 있는 자산과 역량을 나누는 활동을 실행해 나가도록 하겠습니다.

5대 사회공헌 분야

교통	안전	환경	건강	문화
교통문화사업	지역안전지원사업	녹색경영친환경사업	장애인 지원사업	1사1문화재결연사업
- 사고예방활동 - 교통안전교육 - 교통유자녀지원	- 사회복지시설 및 공공시설 대상 안전점검활동	- 국내외 환경 프로그램 도입 - 환경봉사단 운영	- 안내견사업 - 인식개선사업 - 우수장애인 지원사업	- 경복궁지킴이 - 무형문화재 후원사업 - 문화봉사단 운영

사회공헌 활동

스포츠/예술 지원

[아마추어 스포츠 지원사업](#) | 삼성화재는 1997년부터 아마추어 스포츠 지원사업을 진행해오고 있습니다. 현재 대한빙상경기연맹, 대한육상경기연맹, 대학배구연맹을 후원하고 있으며, 이를 통해 우수선수를 발굴, 지원하고 스포츠 꿈나무 육성 프로그램을 운영하는 등 국내 아마추어 스포츠 발전에 기여하고 있습니다.



- 삼성화재교통박물관 내부
- 삼성화재배 월드바둑마스터스



● 삼성화재교통박물관 내부 ●● 삼성화재배 월드바둑마스터스

특히 스피드 스케이팅 우수선수를 발굴하기 위해 청소년 스피드 스케이팅 대회를 신설하고 장학금을 지원하고 있으며, 선수 해외 전지훈련경비 및 일류 코치 영입비용 등 지원을 아끼지 않고 있습니다. 1997년부터 올해까지 14년째 매년 평균 7억~8억원 씩 총 127억원을 지원해왔으며, 이러한 지원활동을 통해 한국이 동계 스포츠 강국으로 거듭나는데 크게 기여하고 있습니다.

앞으로도 활발한 지원활동을 통해 아마추어 스포츠에 대한 전국민의 관심을 향상시키고, 국민 스포츠로 정착해 나갈 수 있도록 효과적인 스포츠 공헌활동을 추진해 나가겠습니다.

문화예술지원사업 | 삼성화재는 문화예술 관련 활동을 통해 고객과 사회와의 진정한 소통을 나누고자 다양한 지원 활동을 펼치고 있습니다. 1사 1문화재 지킴이 활동, 삼성화재교통박물관 운영, 삼성화재배 월드바둑마스터스 운영을 중점적으로 추진하고 있으며, 이와 더불어 각종 문화행사 협찬을 추진하고 있습니다.

문화재청과 연계하여 진행하고 있는 1사 1문화재 지킴이 활동은 경복궁 정화활동 등 월 1회의 봉사활동으로 진행하고 있습니다. 이와 더불어 줄타기 기능보유자 결연, 매월 전승활동을 위한 지원비 제공을 통해 무형문화재 지원사업도 함께 추진하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 한국 고유의 문화와 예술을 보전하고 전파하는 데에 기여하고자 합니다.

삼성화재교통박물관은 자동차 역사와 문화의 조명을 통해 많은 사람들이 폭넓게 향유할 수 있는 자동차문화를 소개하고 전파하려는 취지로 설립된 우리나라 최초의 자동차 전문박물관입니다. 1998년 개관 이래 현재까지 230만 명 이상이 방문하였습니다. 자동차 및 이와 관련된 문화 유산들을 수집, 연구, 보존하고 있으며, 교통사고 예방을 위해 어린이 대상 교통안전교육 및 자전거 면허시험을 운영하고 있습니다.

또한 1996년부터 총 15회 월드바둑마스터스를 운영해 오고 있는 삼성화재는 국제적인 바둑 대회를 개최함으로써 바둑의 스포츠화와 대중화를 도모하고 있으며, 세계인의 문화교류에 앞장서고 있습니다.

삼성화재는 이 밖에도 각종 문화행사와 공익성 행사를 지원하는 등 다양한 문화예술 분야에 활발한 지원을 아끼지 않고 있습니다. 이러한 활동을 통해 문화예술의 저변을 확대해가고 있으며, 사회적으로 관심과 지원이 부족한 문화예술 분야의 발전에 기여하고자 합니다.

환경 사회공헌

도시숲 가꾸기 사업 | 삼성화재는 산림청에서 2009년부터 추진하고 있는 도시숲 조성 사업에 참여할 계획이며, 이를 통해 이윤을 지역사회에 환원하고 지역과 기업의 유대관계 강화 및 시민 만족도를 높이하고자 합니다. 또한 CO₂ 저감, 열섬현상완화 기능을 하는 도시숲 조성은 우리 사회의 기후변화대응에 기여할 것으로 기대됩니다.

- 1사 1문화재 지킴이 활동
- 교통사고 유자녀 장학증서 전달



● 1사 1문화재 지킴이 활동 ●● 교통사고 유자녀 장학증서 전달

지역사회/소외계층 지원

장학사업 | 삼성화재는 교통사고 유자녀와 시각장애학생을 대상으로 '삼성애니카 장학생 지원사업'을 추진하고 있습니다. '삼성애니카 장학생 지원사업'은 가장 기본적인 교육 혜택에서 소외될 수 있는 학생들에게 균등한 교육 기회를 제공하고 우수 인재로 성장할 가능성을 키워주기 위한 사업입니다.

'교통사고유자녀 지원사업'은 1993년부터 부모의 교통사고로 인해 생활의 어려움을 겪고 있는 초·중·고등학생 교통사고 유자녀를 선정, 지원하는 사업입니다. 이를 통해 2009년 총 77명의 교통사고유자녀 및 25명 순직교통경찰 유자녀를 선정하여 장학금, 교복 및 명절선물을 지원하였습니다.

이 외에도 1부터 1유자녀 결연활동 등을 통해 정서적인 지원활동도 추진하고 있으며, 현재까지 총 336명의 유자녀가 지원 혜택을 받았습니다.

2004년부터는 서울맹학교 우수시각장애학생을 대상으로 하여 장학금을 지원하고 있으며, 매년 13~15명에게 장학금과 학습기자재(1천 만원 상당)를 지원하고 있습니다.

또한 삼성화재는 미래의 주역인 청소년들을 위한 글로벌 리더 양성 프로젝트인 '삼성화재 주니어글로벌리더스 포럼'을 개최하고 있습니다. 포럼은 글로벌 리더로서의 자신의 실력을 가늠해볼 수 있는 테스트, 그리고 글로벌 매너와 영어실력을 동시에 함양시킬 수 있는 주니어 글로벌 리더스 캠프로 구성되어 있습니다. 2009년부터 전국 25,600여명의 초·중학생이 참여하고 있으며, 이로써 청소년들에게 글로벌 리더로 발돋움하기 위한 꿈과 열정을 키워주고 세계인으로서의 매너와 배려하는 마음의 중요성을 일깨워주는 대표적인 청소년 인재 양성 프로그램으로 자리 잡아가고 있습니다.

이 밖에도 대학발전기금 및 고등학교 성적우수장학금을 운영하고 있으며, 이러한 활동을 통해 젊은 우수인재를 육성하고 미래성장리더를 양성하는데 이바지하고 있습니다.

교통사고 유자녀 지원사업

●	
교통사고 유자녀란?	뜻하지 않은 교통사고로 부모가 사망하거나 경제능력을 상실함으로써, 경제적 어려움을 겪고 있는 미성년자를 뜻합니다.
교통사고유자녀 초청행사 운영	삼성화재는 교통사고유자녀들이 평소 접해보지 못했던 다양한 문화체험의 기회를 제공하고자 연 2회 임직원과 함께하는 문화체험, 교통안전교육 등 초청행사 프로그램을 운영합니다. 또한, 하계방학기간에는 중·고등학생 유자녀를 위한 경제캠프를 운영하여 올바른 경제관 및 자립심 함양의 기회를 제공하고 있습니다.
건강 바우처제도 운영	삼성화재에서 2007년 7월부터 판매된 공익상품 '안전한 세상 만들기 운전자 보험'을 통해 매월 적립된 회사기금을 토대로, 대한약사회와 업무제휴를 맺고 교통사고 유자녀에게 의약품을 제공하는 제도입니다. 본 제도에 선정된 유자녀는 해당지역 약국을 통하여 1인당 연 30만원 이내의 의약품 및 구급함 세트를 지급받고 있습니다.

- 주니어글로벌리더스 포럼 개최
- 1부서 1농촌 결연활동



금융 소외계층 지원 | 삼성화재는 제도권 금융회사를 이용하기 힘든 금융소외계층(저소득자·저신용자)을 대상으로 창업·운영자금 등의 자활자금을 무담보·무보증으로 지원하는 소액대출사업인 미소금융에 참여하고 있습니다.

농촌결연사업 | 삼성화재는 전국의 모든 부서가 각각 하나의 농촌마을과 자매결연을 맺고 농촌사랑을 펼치는 ‘1부서 1농촌’ 활동을 추진하고 있습니다. 지금까지 전국 농촌 105개 마을과 결연하여 전자상거래를 통한 결연지역 특산물 구매, 주 5일제를 활용한 임직원 및 가족 대상 ‘팜스테이’ 등 농촌체험 봉사프로그램 운영, 사내 워크샵 및 체육대회 행사 시 결연마을 이용 등 ‘농촌사랑 3대 추진항목’을 추진하고 있습니다. 또한 매년 약 4천 여명의 임직원들은 일손이 모자라는 농번기 일손 돕기를 비롯해 분기 1회 봉사활동을 전개하고, 결연지역 방문 시 노인정이나 마을회관에 필요한 물품을 지원하고 있습니다. 이 뿐만 아니라 업의 특성을 살려 농촌마을 교통사고 예방활동, 차량(경운기) 안전점검 활동도 추진하고 있습니다. 태안 기름유출 사고 피해 지역 마을인 파도리와 결연을 맺고 지원한 사례도 있습니다. 이러한 활동을 통해 농산물 수입개방 확대로 어려운 여건에 처해 있는 농촌지역의 소득 향상에 기여하고, 다양한 농촌지원사업을 통해 상생의 나눔 경영을 적극 실천하고 있습니다.

사회복지지원사업 | 삼성화재는 장애인먼저실천운동본부와 함께 거동이 불편한 저소득층 장애인 가정을 대상으로 ‘장애인 주거환경 편의개선 프로젝트’를 공동으로 기획, 진행하고 있습니다. 이 프로젝트는 삼성화재 RC(Risk Consultant, 보험설계사와 대리점)들이 보험판매 수당의 일부를 모아서 장애인 가정의 주방, 화장실, 세면대, 공부방 등의 주거환경을 개선해주는 사업입니다. 사업 후원금은 삼성화재 RC들이 판매한 장기보험 계약 1건당 500원의 기금을 자발적으로 적립하는 ‘500원의 희망선물’ 캠페인을 통해서 마련되며, 2010년 4월까지 100호를 완료하였습니다. 이와 같은 성공적인 사회공헌 경험을 바탕으로, RC들은 자동차보험과 연계한 새로운 공헌사업인 ‘해피 스쿨(Happy School)’ 캠페인도 전개하고 있습니다. 이를 통해 마련된 기금으로는 사단법인 ‘세이프 키즈 코리아’(Safe Kids Korea)와 함께 어린이 안전사고 예방을 위한 다양한 프로그램을 개발 운영해 나갈 계획입니다. 참여를 희망하는 RC들이 계속 늘어나고 있어 더 많은 장애인 가정과 어린이에게 혜택이 돌아갈 것으로 기대됩니다.

또한 삼성화재는 2004년부터 국내 소년소녀가정 지원 사업을 추진하고 있습니다. 소년소녀가정 350세대와 결연을 맺고 매월 생활비를 지원하며, 연 1회 소년소녀가정 초청행사를 추진하고 있습니다. 소년소녀가정 학생들이 다채로운 경험을 바탕으로 자신의 꿈을 실현할 수 있도록 다양한 체험 및 교육 프로그램 등을 마련해 나갈 계획입니다.

이러한 활동과 더불어 어린이재단, 한국 부름의 전화, 장애인먼저실천운동본부 등 각종 사회복지 단체에 운영비, 물품, 각종 행사를 후원하고 있습니다. 삼성화재는 앞으로도 소외된 이웃을 꾸준히 지원함으로써 기업 시민으로서 사회적 책임을 다하도록 노력할 것입니다.

- 500원의 희망선물



영역별 사회공헌활동 지출액 (기부금액 포함) (단위 : 백만원)

-

분류	2007	2008	2009
교통예방	1,448	1,034	1,086
문화예술	6,385	6,850	2,782
사회복지	7,979	8,024	12,191
의료보건	6,181	4,571	2,571
체육진흥	5,592	2,512	3,103
학술교육	3,208	3,227	3,625
환경보전	13	8	14
총합계	30,806	26,226	25,372

삼성애니카봉사단

삼성화재는 1994년부터 건전한 기업시민으로서의 역할을 다하고자, ‘삼성애니카봉사단’을 발대하여 체계적인 임직원 자원봉사활동을 운영하고 있습니다.

전국적으로 15개 자원봉사센터와 180개 봉사팀을 운영, 2009년 한 해 동안 전체 임직원의 95%에 달하는 약 5,000여명의 임직원들이 인당 평균 4.2회 13.7시간을 어려운 이웃들과 함께 하는 다양한 봉사활동에 참여하였습니다. 삼성화재 임직원들은 사회 각지의 어려운 이웃을 찾아 사랑을 나누는 자원봉사활동을 삼성화재인의 기본 덕목으로 삼아 지속적으로 전개해나갈 예정입니다.

임직원 1인당 자원봉사활동 참여시간 (단위 : 시간)

-

	2007	2008	2009 ¹⁾
인당평균 봉사시간	21.3	21.6	13.7

1) '09년은 신종플루 등의 영향으로 주요 단체행사가 취소되어 봉사활동 역시 축소 운영되었습니다. '10년부터는 정상적으로 운영되고 있습니다.

- 헌혈 캠페인
- 자원봉사 대축제



삼성애니카봉사단 추진 체계

-

Vision

2020년 Global Top 10을 위한 사회적 기반 구축

Goal

직원 자부심 고취 / 기업 이미지 제고

전 직원의 참여와 즐거움을 제공하는 삼성애니카봉사단

드림펀드100%

봉사시간 24시간

지속봉사처 100%

봉사팀 Level up 80%

봉사센터 역량강화

- 센터별 봉사프로그램 운영
- 소속봉사팀 질적 향상 도모
- 시스템 보완 및 교육을 통한
봉사활동 효율화 및 체질화

전문화된 프로그램 개발 / 적용

- 대표 사회공헌 활동 연계
- 업의 특성에 적합한 활동
- 전문화 프로그램 지원

다양한 참여채널운영을 통한
시너지효과 창출

- 고객 및 임직원 가족 등 참여채널
다양화
- 대내·외 홍보 활동 강화
- 결연단체 파트너십 강화

임직원 참여 프로그램 | 삼성애니카봉사단은 연간 다양한 프로그램을 운영하여 임직원의 참여를 유도하고 있습니다. 매년 2월 헌혈 캠페인, 5월/10월 자원봉사 대축제, 12월에는 연말 이웃사랑 캠페인을 추진하고 있습니다. 헌혈 인구 감소로 혈액부족에 시달리는 동절기를 맞아 2월에는 헌혈 캠페인을 추진하고 있으며, 헌혈을 통해 임직원들이 받은 헌혈증은 헌혈뱅크 운영을 통해 도움이 필요한 임직원과 각종 사회단체에 기증하고 있습니다. 지난 96년부터 15년 동안 12,483명의 임직원이 헌혈에 참여했으며, 헌혈 독려 이벤트를 진행하는 등 임직원의 참여 활성화를 위한 노력도 지속하고 있습니다.

자원봉사대축제는 전 임직원이 화합하여 나눔을 실천하는 전사적인 행사입니다. 임직원들은 결연 봉사처에 방문하여 기간 내 1회 이상 봉사활동을 실시하고 있으며, 결연마을 방문활동, 지역별 결연 유자녀 초청행사 운영, 가족 봉사 이벤트 등 다양한 프로그램을 추진하고 있습니다.

연말 이웃사랑 캠페인은 모든 임직원이 이웃과 함께하는 나눔과 봉사를 실천하며 뜻 깊은 연말을 보내자는 취지로 진행됩니다. 캠페인 기간 동안에는 지난 1년간 활동해 온 소년소녀가정, 아동보육시설, 농촌자매결연 마을 등을 찾아 봉사활동을 펼치고 있습니다.

삼성화재는 이와 같은 다양한 임직원 참여 프로그램의 운영을 통해 지역사회의 실질적 변화를 추구하고 있으며, 지역 내 소외된 이웃과 함께 하는 진정성을 담은 자발적 활동을 통해 나눔과 봉사를 기업문화로 체질화하고자 최선을 다하고 있습니다.

- 가족사랑 교통안전 온라인 웹진
- 위험관리 전문 계간지



청소년 금융교육 진행

삼성화재는 금융감독원 주관으로 청소년금융교육 네트워크(18개 기관)를 구성하고 2009년 11~12월 전국 초·중·고생 10만여 명을 대상으로 금융교육을 실시하였습니다. 교육내용은 ‘금융경제기초’, ‘용돈관리’, ‘합리적인 소비생활’ 등의 경제기초와 ‘위험과 보험’, ‘금융회사와 금융상품’ 등 금융교육으로 구성되었으며, 2010년에도 미래고객 확보와 본업연계 사회공헌 차원에서 금융교육을 지속적으로 추진할 예정입니다. 또한 체계적인 운영을 위해 전담 부서를 지정하고 강사 확보를 위해 임직원 참여를 확대할 계획입니다.

지역사회 수상실적

삼성화재는 지역사회를 위해 적극적이고 체계적으로 사회공헌을 추진해오고 있으며, 이에 따라 관련 활동에 대한 다양한 수상실적을 지니고 있습니다. 2006년에는 한국장애인단체총연맹에서 수여하는 장애인 인권상을 수상하였으며, 2007년에는 서울특별시장 표창을 받은바 있습니다. 2009년에는 한국자원봉사협의회가 주최한 시상식에서 국무총리표창을, 장애인먼저실천운동본부에서 보건복지부장관 표창장을 수여 받았으며, 그 외 많은 복지관과 단체로부터 감사패와 표창장을 받아 삼성화재의 사회공헌을 인정받았습니다.

지역사회 커뮤니케이션 강화

가족사랑 교통안전 온라인 웹진 발간

삼성화재 부설 삼성교통안전문화연구소에서는 자가 운전고객과 가족의 교통안전을 위해 ‘가족사랑 교통안전 온라인 웹진’을 발간하고 있습니다. 이는 고객과 함께 올바르고 안전한 교통안전 문화를 정착시켜 나가기 위해 마련한 것으로서, 삼성화재 자동차보험에 가입한 고객을 대상으로 이메일을 통해 제공되고 있습니다. 웹진(Web-zine)은 자동차 사용, 안전운행, 교통법규와 사고사례 등 다양한 교통지식과 정보가 담겨 있습니다. 웹진은 고객에게 유용한 정보 제공 채널로서 중요한 역할을 하고 있으며, 이를 통해 고객의 생명과 안전을 지키고 사회 전반에서 교통안전문화를 개선하는데 일조하고자 합니다.

위험관리 전문 계간지 발간

삼성방재연구소에서는 기후변화, 녹색경영, 재해리스크, 위험관리 등에 대한 연구 결과를 담은 ‘위험관리’지를 발간하고 있습니다. 연 4회 발간되는 위험관리 전문 계간지로서 1981년부터 발간되고 있으며, 최신 방재 및 보험 정보 등을 수록하여 국내 안전문화 수준 제고 및 사고 예방 문화 정착에 기여하고 있습니다.

유관기관과의 커뮤니케이션

삼성화재는 어린이교통안전협회, 서울맹학교, 장애인먼저실천운동본부 등의 유관기관과 정기적인 회의를 통해 행사 계획, 추진 일정, 프로그램 기획 등에 대한 논의를 추진하고 있습니다. 유관기관과의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 폭넓게 의견을 수렴하고, 이를 통해 유관기관과의 밀접한 관계를 유지함으로써 체계적인 사회공헌활동 추진이 이루어지고 있습니다.

Our Stakeholders / Partner

삼성화재는 RC활동 프로세스 단계별로 필요한 콘텐츠를 지원하고 효율적인 고객관리를 돕기 위해 '정보큰바다'를 운영합니다. 또한 보상업체 포탈 시스템 구축, 각각 영업 파트너와 보상 파트너를 대상으로 하는 다양한 상생 프로그램, 파트너 커뮤니케이션 강화 등을 통해 사회공동체 발전에 기여하고, 신뢰받는 기업시민으로의 역할을 충실히 수행합니다.



자동차에게 휴가를 주자

- 적어도 일주일에 며칠쯤은 도보나 자전거 혹은 대중교통을 이용하여 출근하는 계획을 세워보는 건 어떨까? 배기가스의 오염을 줄여 환경을 보호하는 것은 물론, 건강까지 증진시킨다.



데스크톱 대신 노트북을 사용하자

- 데스크톱 대신 노트북을 사용하면, 에너지를 최고 90퍼센트까지 절약할 수 있다. 이와 함께 컴퓨터 스크린을 밤새 꺼놓으면, 전자레인지로 여섯 번의 저녁식사를 충분히 데울 수 있는 엄청난 양이 절약된다.



플라스틱이나 비닐을 함부로 태우지 말자

- 플라스틱이나 비닐 등을 태우면 이산화탄소, 염소 등이 나오게 되고 이것들은 자연스레 공기를 더럽히게 된다. 그래서 가급적 사용하지 않는 게 좋다.

04.05

파트너

파트너 지원시스템 운영

영업 RC 지원 시스템

삼성화재는 RC활동 프로세스 단계별로 필요한 콘텐츠를 지원하고 효율적인 고객관리를 돕기 위해 '정보큰바다'를 운영하고 있습니다. '정보큰바다'는 다양한 상품을 구축하여 RC로 하여금 지속적으로 영업활동과 고객관리를 실천할 수 있도록 설계된 삼성화재RC 전용 콘텐츠몰로, 고객과의 친밀도를 쌓는 과정이나 상품가입 유도 과정에서 필요한 자료, 판촉물, 편지지, 카드 등 다양한 콘텐츠를 지원하고 있습니다. 또한 삼성화재 RC들이 영업현장에서 좀더 효율적으로 일하고 고객과의 응대에서 만족도를 높일 수 있도록 모바일포탈 서비스를 제공하고 있습니다. 이를 이용해 고객을 만나는 자리에서 바로 계약조회, 설계변경 등을 처리함으로써 발 빠른 고객응대가 가능하며, 사무실에서 처리해야 하는 주요 업무도 외부에서나 이동 중에 간편하게 처리할 수 있습니다.

보상업체 포탈 시스템 구축

삼성화재는 2010년 2월 보상파트너와의 업무 효율성을 향상시키기 위해 온라인 업무 환경 구축을 추진하였습니다. 포탈시스템을 사용하여 기존에 수기 혹은 복잡한 과정을 거쳐 진행되었던 보험금 청구를 전 건 온라인화하였으며, 협력업체가 직접 시스템에 접속해 입력함으로써 실시간 조회 및 관리가 가능하도록 하였습니다. 또한 보험금 지급과정의 실시간 관리를 통해 미지급, 지연지급을 방지하는 데에도 크게 기여함으로써 효율적 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 협업 환경 구축에 기여하고 있습니다. 포탈 회원 수는 현재 13,000명 정도(정비업체, 부품상, 유리, 렌터카, 기타업체 포함)이며, 시스템의 정착을 위해 보상직원을 대상으로 시스템 사용 교육을 진행하고 있습니다. 보상직원은 업체에 사용을 전파함으로써 업체별, 팀별 사용률을 관리하며, 사용이 부진한 업체의 경우에는 직접 방문/교육하여 시스템 활용을 적극 독려하고 있습니다.

- 정보큰바다

- 보상업체 포탈 시스템





상생 프로그램

보상 및 지원

삼성화재는 대표적인 파트너인 영업 파트너와 보상 파트너를 대상으로 다양한 상생 프로그램을 추진하고 있습니다. 단순히 비즈니스의 관계를 떠나 파트너로서 함께 성장하기 위해 육아지원, 교육지원 등의 다양한 지원을 추진하고 있으며, 이러한 지원이 파트너의 영업, 보상활동에 동기 부여가 되도록 돕고 있습니다.

영업 파트너

보육시설 지원 | 삼성화재는 2010년 7월 임직원과 RC 자녀들을 위한 직장 내 보육시설인 '삼성화재 동탄 어린이집'을 개원하였습니다. 이를 통해 출산 및 육아에 대한 부담을 줄임으로써 여성의 경제활동 참가율을 높이고, 우수 여성 인재가 장기간 근무할 수 있는 업무 환경을 제공하고 있습니다. 향후 삼성화재는 전국 사업 거점 지역으로 직원과 RC 자녀를 위한 직장 어린이집을 순차적으로 확대 설치할 계획입니다.

성균관대 위탁교육 지원 | 삼성화재는 금융 및 마케팅 핵심교육을 통한 전문금융인 양성을 목표로 하여 RC를 대상으로 성균관대학교 경영전문대학원 위탁교육을 추진하고 있습니다. 교육은 금융보험트렌드, 마케팅, 재무, 경영전략, 리더십, 고급교양 등의 내용으로 진행되며, 2008년부터 총 91명의 RC가 교육을 이수함으로써 보험설계 전문가로서의 역량을 강화해 나가고 있습니다. 이와 같은 다양한 교육 지원을 통해 RC 개개인의 능력향상에 기여했을 뿐만 아니라 국내에서 우수인증설계사를 가장 많이 보유한 기업으로 거듭나는 발판을 마련하였습니다.

RC 자녀 캠프 지원 | 2001년부터 RC 자녀 초, 중, 고등학생을 대상으로 봉사활동과 교육이 함께 어우러진 캠프 프로그램을 운영하고 있습니다. RC 자녀캠프는 주로 장애인시설 방문, 장애인 초청 등을 통한 봉사활동 프로그램에 따라 진행되며, 청소년 교육 캠프는 경제교육, 리더십교육 등 다양한 교육 커리큘럼에 따라 추진되고 있습니다. 삼성화재는 봉사활동 체험을 통해 자녀의 건전한 자아상 함양에 기여하고, 교육 프로그램을 통해 청소년기에 필요한 지식을 습득할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 또한 RC 자녀들에게 부모에 대한 존경심과 부모 직장에 대한 자부심을 부여함으로써 RC 뿐만 아니라 가족에게서까지 존경 받는 기업으로 인정받고 있습니다.



보상 파트너

우수정비업체 선정 및 지원 | 삼성화재는 매년 우수정비업체를 선정하여, 삼성화재 우수협력업체 홍보, 애니카패밀리서비스, 4대 부가서비스 등을 지원하고 있습니다. 또한 2008년부터 연간 최우수 협력업체를 대상으로 일본 벤치마킹 업체에 대한 해외 연수프로그램을 지원하고 있습니다.

우수정비업체 경영우수사례 Festival | 삼성화재는 수리기술 및 정비서비스 우수사례를 발굴 및 공유하여 우수정비업체의 원천 경쟁력을 제고하고, 삼성화재와의 상생경영에 대한 공감대 형성과 실천 의지를 고취하기 위해 '2009 경영우수사례 Festival'을 개최하였습니다. '2009 경영우수사례 Festival'을 통해 우수정비업체 대표자들은 고객만족, 생산성 향상, 환경개선 등을 주제로 우수사례를 공유하였으며, 우수사례 발표기업에게는 시상상을 통해 상금을 수여하였습니다. 행사 진행 후에는 우수업체 동영상 교육 교재를 제작하여 배포하고, 공유된 우수사례를 전파하는 등의 활동을 통해 정비업체의 경쟁력 향상을 위한 지원을 지속하고 있습니다.

파트너 커뮤니케이션 강화

삼성화재는 RC 간담회, 보상파트너 간담회를 실시하고 있습니다. 간담회를 통해 파트너의 실질적인 영업환경 개선과 중장기적 발전을 모색하고 있으며, 협력업체와의 상생협력을 강화하고, 고객 지향적인 협력회사 지원 프로그램과 윤리경영 의지를 공유하고 있습니다.

삼성화재는 삼성화재 경영활동의 근간이 되는 RC 및 보상파트너와의 지속적인 파트너 커뮤니케이션 확대를 통해 사회공동체 발전에 기여하고 신뢰와 사랑 받는 기업시민으로서의 역할을 충실히 수행하도록 노력하겠습니다.

●
Performance

구분	세부항목	2007	2008	2009
경제적 성과				
경제성	원수보험료(억원)	91,606	97,449	108,951
	친환경 보험상품 매출액(억원)	0.7	29.8	32.9
	사회적 보험상품 매출액(억원)	-	4.9	3.5
	당기순이익(억원)	4,765	5,987	5,245
	총자산(억원)	207,405	230,922	266,559
	배당금(억원)	1,393	1,395	1,397
안정성	비상위험준비금(억원)	9,867	10,593	11,328
	지급여력비율(%)	394.6	447.7	490.0
세금	국세(억원)	1,947	2,500	1,768
	지방세(억원)	203	261	199

※ 경제적 성과 수치는 회계연도를 기준으로 작성되었습니다.

환경적 성과				
용수	사용량 ¹⁾ (톤)	273,186	266,567	300,403
온실가스	배출량(전기)(톤)	16,099	16,311	17,280
	배출량(화석연료)(톤)	3,107	3,143	3,226
	배출량(보유차량) ²⁾ (톤)	205	181	199
폐기물	발생량(톤)	1,351	1,287	1,246
	재활용 비율(%)	45	45	37
용지	복사용지 구매량(톤)	716	970	1,228
	복사용지 구매금액(원)	728,132,812	2,032,427,100	1,941,396,050
	인쇄용지 구매량(톤)	4,000	3,950	3,950
	인쇄용지 구매금액(원)	2,530,000,000	3,188,000,000	3,465,000,000
토너 및 잉크	정품구매수량(개)	81,339	90,559	84,719
	정품구매금액(원)	7,017,515,920	7,014,692,450	8,512,198,884
	재생구매수량(개)	-	3,897	-
	재생구매금액(원)	-	318,774,600	-
환경보전	사회공헌비용(억원)	13	8	14

※ 환경 데이터는 본사 및 국내 28개 지사(가든타워, 광주상무, 대구범어, 대구서문로, 대전, 마산, 부산연산, 부산초량, 부천, 삼성빌딩, 서초, 성남, 수원, 수유, 순천, 안산, 역삼, 울산, 원주, 이태원, 인천, 일산, 전주, 제주, 청량리, 춘천, 합정, 호남), 유성연수원, 배구단합숙소를 포함한 정보입니다.

사회적 성과				
고객	고객 개인정보 위반 건수(건)	없음	없음	없음
	고객만족도조사(CSI)(점)	78.2	77.3	77.0
	국가고객만족도조사(NCSI)(점)	74	72	72
임직원	임직원 현황(명)	5,344	5,433	5,220
	인당 교육비(천원)	1,374	1,290	1,387
	인당 교육시간(시간)	103.68	86.95	96.34
	이직율 ³⁾ (%)	4.0	3.1	2.4
	결근/손실일수 ⁴⁾ (일)	1,233/150	1,724/180	2,011/82
	장애인 고용율(%)	1.12	1.25	1.29
	사회공헌비(기부금액 포함) (백만원)	30,806	26,226	25,372
지역사회	임직원 사회공헌활동 시간(1인)(시간)	21.3	21.6	13.7
	사회공헌 참여 누적인원(명)	35,160	37,718	21,744
투자자	투자자 관리(IR) 미팅 건수(건)	503	475	453

1) 총 31개 범위 중 가든타워 지사, 이태원 지사는 용수 사용량이 없습니다.
2) 보유차량의 경우 손해사정, 애니키서비스를 제외한 화재부문의 차량만 해당되며, 리스 등 임대차량을 포함하고 있습니다.
3) 임직원 수는 정규직/비정규직의 합이나 이직율은 정규직만 계산하였습니다.
4) 직무상 병결은 결근으로 계수하지 않고 손실에 포함됩니다.

대차대조표 (단위 : 백만원)

●

	2007	2008	2009
자산			
I. 현금 및 예치금	566,337	595,980	303,237
II. 유가증권	11,917,353	13,337,203	15,727,378
III. 대출채권	4,120,042	4,720,338	5,610,366
IV. 유형자산	1,093,666	1,142,347	1,141,559
V. 기타자산	2,052,751	2,248,933	2,754,767
VI. 특별계정자산	990,397	1,047,358	1,118,579
자산총계	20,740,546	23,092,159	26,655,886
부채			
I. 책임준비금	14,239,827	15,747,731	18,085,463
II. 비상위험준비금	986,676	1,059,285	1,132,825
III. 차입부채	-	25,500	36,700
IV. 기타부채	1,094,330	1,332,287	1,337,206
V. 특별계정부채	1,004,141	1,064,385	1,123,364
부채총계	17,324,974	19,229,188	21,715,558
자본			
I. 자본금	26,473	26,473	26,473
II. 자본잉여금	733,749	734,867	736,626
III. 자본조정	(93,039)	(92,708)	(92,496)
IV. 기타포괄손익누계액	950,596	937,168	1,627,537
V. 이익잉여금	1,797,792	2,257,171	2,642,188
자본총계	3,415,571	3,862,971	4,940,328
부채 및 자본총계	20,740,546	23,092,159	26,655,886

손익계산서 (단위 : 백만원)

●

	2007	2008	2009
I. 영업수익	11,003,690	11,870,731	13,262,264
II. 영업비용	10,320,463	11,067,606	12,595,481
III. 영업이익	683,227	803,125	666,783
IV. 영업외수익	24,127	42,137	40,198
V. 영업외비용	46,989	24,457	18,776
VI. 법인세비용차감전순이익	660,365	820,805	688,205
VII. 법인세비용	183,875	222,097	163,695
VIII. 당기순이익	476,490	598,708	524,510

현금흐름표 (단위 : 백만원)

●

	2007	2008	2009
I. 영업으로 인한 현금흐름	721,360	246,979	(104,859)
II. 투자활동으로 인한 현금흐름	(228,442)	(173,576)	162,426
III. 재무활동으로 인한 현금흐름	(334,385)	(111,956)	(125,760)
IV. 현금의 증가(I+II+III)	158,533	(38,553)	(68,193)
V. 기초의 현금	98,603	257,136	218,583
VI. 기말의 현금	257,136	218,583	150,390

제3자 검증보고서

2009 삼성화재(주) 지속가능경영보고서 독자 귀중

1. 서문	본 검증인은 삼성화재(주) 2009 지속가능경영보고서에 대한 독립적 검증 요청을 받았습니다. 본 보고서의 작성 책임은 삼성화재(주) 경영자에게 있으며 검증인은 본 보고서가 GRI G3가이드라인 및 GRI 금융산업 부가지표(FSSS)에 따라 충실히 작성되었는지에 대한 의견을 표명하는데 있습니다.
2. 검증범위	삼성화재(주)의 지속가능경영보고서는 동사의 지속가능경영 활동에 대한 노력과 성과를 경제, 사회 및 환경 분야로 나누어 핵심이슈/이해관계자별로 기술하고 있으며, 본 검증인은 다음과 같은 사항을 검증하였습니다. - 재무실적 데이터가 삼성화재(주)의 2007, 2008 및 2009년 재무보고서에서 적절히 추출되었는지 여부 - 사회 및 환경분야 정보가 중대한 오류나 편의(bias)가 없으며 자료관리 시스템이 신뢰성있게 운영되고 있는지 여부
3. 검증기준	본 검증인은 중앙대학교(회계연구소) 지속가능보고서 검증기준(CAU-APSR, Chung-Ang University, Assurance Protocol for Sustainability Reporting)에 근거하여 검증을 수행하였습니다. ※ CAU-APSR은 다음을 기반으로 마련된 지속가능성 검증기준입니다. · Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines 3.0 · AA1000 Accountability Principle Standard(2008)
4. 독립성	본 검증인은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 삼성화재(주)와 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않고 있으며 독립성을 유지하고 있습니다.
5. 주요 검증 절차	본 검증인이 검증의견 표명을 위하여 수행한 절차는 다음과 같습니다. - 제1단계 : 검증기관의 경영진과 검증계획을 수립하고 보고서 초안을 검토하여 각종 자료를 탐색하며 전반적인 평가를 수행하였습니다. - 제2단계 : 본사를 방문하여 검증기관의 경영진 및 주요 담당자와 인터뷰를 수행하고, 보고서 초안에 포함된 내용에 대해서 사실확인을 하였으며, 동시에 데이터관리 시스템의 품질에 대한 평가를 수행하였습니다. - 제3단계 : 검증 및 분석결과를 종합하고, 분석내용과 토의내용을 문서화하고 최종적으로 검증의견서를 작성하였습니다.

6. 검증의견	본 검증인의 판단으로는 보고서 내용이 GRI G3기준 및 GRI 금융산업 부가지표(FSSS)를충실히 따르고 있으며 보고서 내용에 중대한 오류나 편의(bias)가 포함되지 않은 것으로 판단됩니다. CAU-APSR의 세부검증 원칙에 따른 평가내용은 다음과 같습니다. - 중요성(Materiality) : 보고서에 포함된 중요성평가 결과 선정된 17가지 우선성과지표와 5가지 핵심이슈들이 이해관계자들의 요구에 적절히 부합하고 있습니다 - 완전성(Completeness) : 보고범위, 경계 및 기간을 기준으로 중요한 정보의 누락이 없으며, 보고서가 다양한 정보를 균형있게 다루고 있습니다. - 중립성(Neutrality): 지속가능경영성과와 관련된 정보의 선정과 보고에 있어 이용자들의 판단에 왜곡이나 편의(bias)를 가져올 수 있는 여지를 지양하여 중립적이고 편견이 없는 정보를 제공하고 있습니다. - 신뢰성(Reliability): 보고서에 나타난 정보의 정확성과 비교가능성은 유지되고 있으며, 정보의 수집, 기록, 전달시스템의 품질도 신뢰할만한 수준으로 평가되었습니다. - 대응성(Responsiveness) : 보고서의 정보공개 수준과 기업의 정책설명, 전략 및 계획이 보고서 이용자들이 기업의 지속가능이슈 대응역량과 노력을 평가하기에 충분하다고 판단하였습니다. - 이해관계자 참여(Stakeholder inclusiveness): 기업이 효과적이고 시스템화 된 방법으로 이해관계자를 선정하고 참여를 유도하였으며, 이해관계자의 요구사항이 기업전략과 목적에 적절하게 피드백 되고 있습니다.
7. 개선권고사항	동 검증보고서에서 명기한 검증절차를 수행한 결과 본 검증인은 다음과 같은 권고사항을 제시하였으며 회사는 이에 개선할 것으로 동의하였습니다. - 지속가능경영 역량을 2020년까지 글로벌 Top10수준으로 향상시키고 이를 기업가치에 반영되도록 하기 위해서는 지속가능경영전략과 기존의 중장기경영전략을 면밀하게 통합하고 이를 관련시스템에도 충분히 반영시켜 실질적인 경영성고가 창출될 수 있도록 해야 할 것입니다.

2010년 9월
중앙대학교 회계연구소 소장/교수 장지인



GRI 공개지표

●

	GRI	페이지
전략 및 분석		
1.1	최고의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	10~11
1.2	조직과 지속가능성 : 주요 영향, 위험 요인 및 기회	10~11, 24~26, 31~32
조직 프로필		
2.1	조직 명칭	14
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	15~16
2.3	주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작 회사를 비롯한 조직 구조	14, 16
2.4	본사/본부 소재지	14
2.5	영업 중인 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적인 연관성을 갖는 국가명	14, 84~85
2.6	소유 구조 특성 및 법적 형태	14
2.7	대상 시장	14, 84~85
2.8	조직의 규모	14, 84
2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	14, 84
2.10	보고 기간 중 수상 내역	앞표지 날개
보고 매개변수		
3.1	보고 대상 기간	앞표지 날개
3.2	최근 보고서 발간 일자	보고서 첫 발간임
3.3	보고 주기	앞표지 날개
3.4	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	앞표지 날개
3.5	보고 내용 정의 프로세스	앞표지 날개
3.6	보고 경계	앞표지 날개
3.7	보고 범위 또는 보고 경계 상의 구체적인 제한사항	앞표지 날개
3.8	기간별 또는 조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준	앞표지 날개
3.9	정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷받침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	앞표지 날개
3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과 및 재기술 사유	보고서 첫 발간임
3.11	이전 보고 기간 대비 보고서의 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	보고서 첫 발간임
3.12	GRI 대조표	116~120
3.13	검증	114~115
지배구조, 책임, 참여		
4.1	조직의 지배구조 (전략수립, 전사적 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함)	17~18
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	17
4.3	이사회가 일원화된 조직의 경우, 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수	17
4.4	주주와 직원이 이사회에 조언하거나 방향을 제시하는 메커니즘	19
4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직의 성과간의 관계	19
4.6	이사회 내의 이해관계상의 충돌 방지를 위한 프로세스	18
4.7	경제/환경/사회 전략을 보조하기 위한 이사 자격 및 전문성 기준을 결정하는 프로세스	17
4.8	경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련하여 내부에서 마련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령 및 원칙	25, 30, 50, 81
4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차	17
4.10	이사회 자체의 성과, 특히 경제/환경/사회 관련 성과를 평가하는 프로세스	17
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식에 대한 설명	20~23
4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	33, 123
4.13	산업협회 및 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득 현황	123
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	37
4.15	참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준	34~36
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황	35, 37
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처 방식	38

GRI		삼성화재 적용지표	페이지
경제 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			39
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분(수익, 영업비용, 종업원 급여, 기부, 지역사회투자, 이익잉여금, 투자자/정부 보상)	수익, 비용, 매출액 등 삼성화재가 창출한 직접 경제 성과(해외 사업 진출 성과 포함) 및 분배 가치	82~84, 111~112
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	기후변화 리스크 관리	61
EC3	복리후생 지원 범위	임직원 복리후생, 퇴직연금 프로그램 운영 성과 및 계획	93~94
EC4	정부 보조금 수혜 실적	해당사항 없음(수혜 실적 없음)	-
EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	법정최저임금(성과급을 제외한 기본급) 대비 신입사원 임금 비율	89
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	해당사항 없음(현지 구매 활동 없음)	-
EC7	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	해당지역 우선채용을 통한 지역경제 발전 기여	93
EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	업무와 연계된 금융 분야 사회공헌 실적 (경제교육 등)	105
EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	자본시장 운영 효율성 증대, 환경, 사회 등에 기여하는 상품 개발(저소득층, 장애인 등 사회약소계층을 위한 금융서비스 제공)	62, 76, 102
환경 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			40
EN1	종량 또는 부피 기준 원료 사용량	종이/토너 및 잉크 사용량	111
EN2	재생원료 사용 비율	재생 토너 및 잉크 사용량	111
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	사옥 등의 난방과 관련된 석유, 석탄, 천연가스 등의 사용량	60, 111
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	에너지 사용량(전력사용량) 및 저감 계획	60, 111
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	전사 에너지절약 조치를 통한 에너지 사용 저감 실적/내용, 이를 통한 온실가스 배출 감축 성과	60
EN6	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량	해당사항 없음. 그러나 향후 사옥 신축 시 태양광 등의 신재생에너지 설치를 검토 중임	-
EN7	간접에너지 절약사업 및 성과	전사 에너지절약 활동을 통한 에너지 사용 저감 실적/내용, 이를 통한 온실가스 배출 감축 성과	59~60
EN8	공급원별 총 취수량	용수사용량	111
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	해당사항 없음(상수도 사용)	-
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	해당사항 없음	-
EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지의 위치 및 크기	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 생물다양성에 미치는 영향	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN13	보호 또는 복원된 서식지	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN14	생물다양성 관리 전략, 현행 조치 및 향후 계획	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN15	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보존연맹 지정 멸종위기 종과 국가지정 멸종위기종의 수 및 멸종위험도	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	경영활동상 발생하는 온실가스 총 배출량	60, 111
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	기타 간접온실가스배출량(임직원 출장 및 출근 등 이동수단으로 인한 간접 영향)	60, 111
EN18	온실가스 감축사업 및 성과	해당사항 없음. 그러나 향후 사옥 신축 시 태양광 등의 신재생에너지 설치를 검토 중임	-
EN19	오존층 파괴 물질 배출량	해당사항 없음(오존층 파괴 물질 배출하지 않음)	-
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 배출물	해당사항 없음(NOx, SOx 등을 배출하지 않음)	-
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	해당사항 없음(하수도 일괄처리)	-
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	일반폐기물 발생량 및 관리 노력	111
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	해당사항 없음(모든 발생 폐기물 적법 처리)	-
EN24	바질협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율	해당사항 없음(발생폐기물 운송사례 없음)	-
EN25	보고조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 명칭, 규모, 보호상태 및 생물 다양성 가치	해당사항 없음(사업지역에 생태계보호지역 없음)	-
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	전자약관서비스 등의 IT 시스템을 통한 에너지 및 자원 효율성 향상 노력	59
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	해당사항 없음(금융산업 특성상 포장재 사용 없음)	-

	GRI	삼성화재 적용지표	페이지
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수(환경법규 위반사항 없음)	-
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	기타 간접온실가스배출량 및 저감 계획(임직원 출장 및 출근 등 이동수단으로 인한 간접 영향)	59-69, 111
EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	환경보호활동, 친환경제품구매 등의 환경투자 현황	103, 111
노동 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			40
LA1	고용유형 및 지역별 인력 현황	고용 유형, 고용 계약 및 임직원 현황	89, 111
LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령, 성, 지역별)	퇴직자수 및 이직율	89, 111
LA3	상근직에게만 제공되는 복지 혜택 (주사업장별)	계약직을 제외한 정규직에게만 제공되는 복지혜택	93
LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	평사원 협의회 가입 비율(평사원 100% 가입) 및 주요 활동	95
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)	주요한 경영상 변화에 대한 사전통보 규정 및 최소 통보 기간	95
LA6	노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	평사원 협의회를 대표하는 임직원의 구성현황	95
LA7	부상, 질병병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	임직원 재해율, 결근율	94, 111
LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험관리 프로그램	임직원 건강관리 프로그램 운영 현황 및 주요 성과	94
LA9	노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	평사원 협의회와의 보건 및 안전 관련 주요 협의내용	95
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	임직원 일인당 연평균 교육시간	89, 111
LA11	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무교육 및 평생 학습 프로그램	전문인력 양성을 위한 직무교육 및 퇴직예정자 지원을 위한 생애설계 지원 교육 프로그램 운영 실적/계획	94
LA12	정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율	성과평가 및 경력개발 대상 임직원 비율	91
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등)	장애인 및 여성 고용 비율, 여성 임원 비율(남녀 고용 평등 차원)	92, 111
LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	남녀직원간 직급별 기본급 비율(남녀 고용 평등 차원)	89
인권 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			40
HR1	인권보호조항이 포함되거나 인권심사를 통과한 주요투자협약 건수 및 비율	공정거래 자율준수 선포	27
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율	윤리경영 추진	24
HR3	업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원교육시수	성희롱 예방교육, 인권보호교육 등 실적	26, 57
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	차별사례 없음	-
HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치	노사 분규 사례 없음, 평사원협의회 운영을 통한 노사협의 진행	-
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	아동노동 금지(만 19세 이상 채용)	89
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	강제노동금지	89
HR8	인권관련정책 및 절차에 대해 훈련받은 보안인력의 비율	성희롱, 고객 정보보완 정책 및 교육	57, 79
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	해당사항 없음	-
사회 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			40
SO1	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	사회공헌활동 추진 체계, 신문화 파트의 사회공헌 활동 영향 모니터링	99
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	부당 내부거래로 인한 컴플라이언스 리스크 관리를 위한 내부거래위원회 운영, 부패심사현황	26-27
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	윤리경영 교육 실적 및 주요 내용	26
SO4	부패 사건에 대한 조치	반부패 강화 필요성이 제기된 유형 및 부패행위로 인한 해고/징계 건수, 조치결과	26-27
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여	자본시장 활성화, 녹색성장 등을 위한 정부 공공정책 참여	61
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	해당사항 없음(내부 정책상 금지되어 있음)	-
SO7	부당경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	부당 경쟁행위 및 독점 행위로 인한 공정거래위원회 지적사항/ 관련 조치	27
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	일반 경영활동 상 법규위반으로 인한 벌금 지급 내역	27

	GRI	삼성화재 적용지표	페이지
제품책임 성과 지표			
Disclosure on Management Approach			40
PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	고객만족도 실시 결과	69-70
PR2	제품 및 서비스의 라이프사이클 상에서 고객 건강과 안전 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	고객만족도 실시 결과	69-70
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	경영공시 및 사업 포트폴리오 정보제공 노력	16, 62, 76-77
PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	보험영업의 3대 기본(구체적인 약관 내용 설명, 청약서 자필 서명, 청약서 부분 전달)의 이행	73
PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	고객만족도 실시 결과	69-70
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 및 자발적 규칙 준수 프로그램	공정거래법 준수, 내부규정 제정·운영	27
PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수	공정거래법 준수, 내부규정 제정·운영	27
PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	고객 개인정보 분실 및 정보보호 법규 위반 사례, 벌금 액수	79
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	고객 개인정보 분실 및 정보보호 법규 위반 사례, 벌금 액수	79
금융서비스 기관 성과 지표			
FS1	핵심사업 분야의 환경/사회방침	보험 서비스에 대한 환경/사회방침	30
FS2	핵심사업 분야의 환경/사회위험 평가 및 적격심사 과정	보험 서비스에 대한 환경/사회위험 평가 및 심사 과정	20-23, 61, 74-75
FS3	고객의 환경/사회위험 관리 및 개선여부 모니터링 과정	계약 또는 거래 시 고객의 환경·사회적 요구에 대한 이행 및 준수여부 모니터링 과정	62
FS4	환경/사회위험과 기회요소를 인지시키기 위한 직원교육 과정	환경/사회위험과 기회요소를 인지시키기 위한 직원교육 과정	26, 61, 72-73
FS5	환경위험과 기회요소에 관련된 고객/투자기업/사업파트너와의 상호작용	환경리스크관리 및 환경관련 상품개발이 고객 및 파트너, 사회에 미치는 영향 (환경리스크관리 및 환경관련 상품개발▶녹색산업 지원, 고객의 친환경생활 전환 촉진▶녹색금융사업의 활성화)	62
FS6	특정 지역이나 산업에 연계된 핵심사업별 포트폴리오 비율	핵심사업별 포트폴리오 비율	16, 62, 77
FS7	핵심사업 분야의 상품 및 서비스 중 사회이슈와 관련된 상품의 총 화폐가치	삼성화재 상품 및 서비스 중 사회이슈와 관련된 상품의 매출액	77
FS8	핵심사업 분야의 상품 및 서비스 중 환경과 관련된 상품의 총 화폐가치	삼성화재 상품 및 서비스 중 환경이슈와 관련된 상품의 매출액	62
FS9	핵심사업 분야의 환경/사회적 위험관리 시스템 및 절차에 대한 평가를 포함한 감사빈도와 횟수	상품개발 사전심사 시 윤리적 리스크 관리 실시	21
FS10	금융기관 포트폴리오 편입기업 중 환경/사회 이슈를 관리하고 보고하는 기업의 비율/ 수	삼성화재의 투자 포트폴리오 중 환경/사회적 이슈 관련하여 동참하고 있는 기업 없음	-
FS11	포지티브, 네거티브, 베스트 인 클래스(업종내 최상수준 선택) 방법론 등을 통해 적격심사하는 투자자산 비율	환경심사를 받는 자산 비율	19
FS12	보고기관이 의사결정 영향력을 가지고 있는 범주 내에서 환경/사회적 이슈에 관한 주주 의사결정 방침	삼성화재가 의사결정 영향력을 가지고 있는 범주 내에서 환경/사회적 이슈에 관한 주주 의사결정 방침	17-18
FS13	인구가 적거나 경제적으로 혜택을 받지 못하는 지역의 형태별 중계점(access points)	인구가 적거나 경제적으로 혜택을 받지 못하는 지역을 위한 금융 서비스 활동	102
FS14	저소득층, 장애인 등 사회약소계층을 위한 금융서비스 제공 이니셔티브	저소득층, 장애인 등 사회약소계층을 위한 금융서비스 제공 이니셔티브	102
FS15	금융상품의 공정거래 정책	요율통합 등의 금융상품 공정거래 정책	27
FS16	수혜자 형태별 금융지식 강화를 위한 이니셔티브	경제, 금융 상품에 대한 이해 증진을 위한 활동(청소년 금융교실 등)	105

용어해설 리스트

-

용어	해설	페이지
고객 패널 제도	고객이 제안한 아이디어를 전략 수립에 활용하는 제도로서, 고객의 소리를 능동적으로 청취함으로써 전문성과 차별성을 확보하는 '고객참여경영'의 실현을 위해 손보업계 최초로 도입됨	77
완전판매	고객과의 계약 체결 시 '3대 기본 지키기'인 자필서명, 청약서 부분 전달, 약관전달 및 중요 상품내용 설명을 철저히 지키는 것을 말함	73
전략적 자산배분(SAA : Strategic Asset Allocation)	투자목적을 달성하기 위해 장기적인 기금의 자산구성을 정하는 의사결정	23
BCM(Business Continuity Management : 위기상황관리 시스템)	갑작스러운 재해나 사고 등이 발생해 회사 업무가 중단될 경우, 제한된 시간 내 핵심적인 비즈니스 기능을 신속하게 재개하여 회사의 전반적인 정책과 시스템이 정상적으로 운영될 수 있도록 하는 위험관리시스템	23
CDP(Carbon Disclosure Project : 탄소정보공개 프로젝트)	기후변화 이슈와 관련, 각국의 주요 기업들을 대상으로 기후변화 이슈에 대응하기 위한 전략과 탄소배출 현황 등에 대한 정보를 설문형식으로 요청하는 전세계 금융/투자 기관의 글로벌 프로젝트	59
CoP(Community of Practice : 학습공동체)	조직 내 특정지식 분야에 대해 관심을 같이 하는 구성원들의 모임. 삼성화재는 능력개발제도 등 각종 지원제도를 통해 CoP 활동을 지원하고 있으며, 이러한 자발적인 현장학습의 장을 통해 Best Practice를 발굴하여 전파하고 있음	51
DJSI(Dow Jones Sustainability Indexes, 다우존스 지속가능경영지수)	글로벌 지속가능경영 평가기관 SAM, 금융정보 제공기관 다우존스가 개발한 우량기업 주가지수. 지배구조, 사회공헌도 등을 토대로 지속가능경영을 평가해 우량기업을 선정하고, DJSI World, DJSI Asia pacific, DJSI Korea 등 지역별 지수로 발표함	32
ERISS Sustainability Index	ERISS(Economic Research Institute for Sustainable Society, 지속가능 사회를 위한 경제연구소)가 국내 기업의 지속가능성을 '계량화 지수'와 '명성 지수'로 평가하여 산정하는 지속가능경영지수 중 하나	32
KRX SRI Index(Korea Exchange Socially Responsible Investment Index, 한국거래소 사회책임투자지수)	기업지배구조센터의 평가결과와 사회적 책임을 다한다고 여겨지는 우수기업 70개 종목을 선정해 산출한 국내 최초의 사회책임투자지수	32
UN Global Compact	1999년 스위스 다보스에서 개최된 세계경제포럼에서 코피아난 전 UN사무총장이 국제 사회의 윤리와 환경을 위해 제안하여 2000년 7월 뉴욕 UN본부에서 출범한 아니서티브	33
UNEP FI	금융기관들이 환경과 지속가능한 발전을 위해 어떠한 역할을 하고, 무엇을 해야하는지에 대한 방법론을 제시하기 위해 설립된 UN산하기관	33
VOC(Voice of Customer : 고객의 소리)	기업의 경영 활동에 있어서 고객이 기업들에 반응하는 문의, 불만, 제안 등의 정보	74



추가정보 접근방법

-

삼성화재 지속가능경영보고서 2009~2010'에 대한 의견이나 제안이 있으시면, 아래의 연락처로 문의 바랍니다. 여러분이 보내 주신 의견과 제안을 겸허히 수용하여, 차기 보고서에 적극 반영하도록 하겠습니다.

연락처

전화 02-758-4036

팩스 0505-161-3164

이메일 csr@samsungfire.com

주소 서울 중구 을지로1가 87 삼성화재빌딩 경영기획팀 기획파트

독자의견

-

1. 다음 이해관계자 중 귀하께서 속한 곳은 어디입니까?

① 파트너 ② 삼성전자 임직원 ③ 지역주민
④ 시민단체 ⑤ 산업계 ⑥ 학계
⑦ 정부 ⑧ 언론인 ⑨ 기타()

2. 어떤 경로를 통해 삼성화재의 지속가능경영보고서를 알게 되었습니까?

① 삼성화재 홈페이지 ② 세미나·강의·전시회 ③ 신문·잡지
④ 기타 웹사이트 ⑤ 삼성화재 임직원 ⑥ 기타()

3. 본 보고서에서 가장 흥미롭게 읽은 부분은 어느 부분입니까?

① 기업정보 ② 삼성화재의 지속가능경영 ③ Core Issues
④ Our Stakeholders ⑤ Performance ⑥ 기타()

4. 본 보고서에서 보완될 부분이 있다면 어느 부분입니까?

① 기업정보 ② 삼성화재의 지속가능경영 ③ Core Issues
④ Our Stakeholders ⑤ Performance ⑥ 기타()

5. 삼성화재의 지속가능경영보고서에 대한 기타 의견을 자유롭게 적어주십시오.

[illegible]

소중한 의견 감사합니다.

SAMSUNG FIRE & MARINE INSURANCE

- Sustainability Report 2009–2010

회원자격

-

구분	단체명	설립목적	가입
경제	금융법학회	금융관련 법제 연구	2005
	전국경제인연합회	기업간 의견교환 및 네트워크 형성	1984
	한국경제연구원	경제 및 산업동향에 대한 연구	1984
	한국계리학회	보험계리연구	2010
사회	세계미래포럼	미래지식 수급, 미래경영 교육 및 컨설팅	2010
	손해보험협회	손해보험업계의 공통현안에 대한 대응	1952
	윤리경영포럼	국내 기업들의 윤리경영 사례 공유 및 지속가능경영 공동 연구	2003
	한국경쟁법학회	공정거래 관련법 연구	2009
	한국공정경쟁연합회	경쟁원리 확산과 기업의 공정거래역량 강화 지원, 공정거래정책에 관한 정부·업계간 교량 역할을 수행	1995
	한국보험법학회	보험법 연구	2006
	한국보험학회	보험학 연구	1964
	한국상장회사협의회	상장회사의 의견 교환 및 권익보호	1975
환경	한국안전기관전문협의회	안전전문기관의 협력체계 강화 및 안전기술 개발	2008
	한국화재소방학회	화재, 화재안전에 관한 연구 및 관련정보 교류	2001
	화재보험협회	화재예방 및 소화시설에 대한 안전점검과 이에 관한 연구·계몽	1973
	CDP(탄소정보공개프로젝트)	탄소정보공개 프로젝트	2010
	UNEP FI	유엔환경계획 금융이니셔티브	2010
	RCAR (세계자동차수리기술연구위원, Research Council for Automobile Repairs)	자동차 안전성의 개선 및 수리기술 제고를 위한 기술협력 및 정보교환	2010



본 보고서는 재활용이 가능한 용지에 콩기름 잉크를 사용하여 인쇄되었습니다.



스마트폰으로 QR 코드를 인식하는 프로그램을 통해 간편히 삼성화재 모바일 홈페이지로 이동됩니다.

thinkNexT

삼성화재

SAMSUNG

100-782 서울특별시 중구 을지로1가 87 삼성화재빌딩

www.samsungfire.com