

삼성화재 지속가능경영보고서 2011-2012

SAMSUNG FIRE & MARINE INSURANCE

Sustainability Report 2011-2012



think **Next**

삼성화재

SAMSUNG

보고개요

본 보고서는 삼성화재의 지속가능경영활동에 대한 두번째 보고서로써, 별도의 인쇄물 없이 웹을 통해 공개되는 친환경적 보고(Paperless Report)입니다. 앞으로도 이해관계자 누구나 삼성화재의 지속가능경영 활동에 대한 정보를 손쉽게 '실시간'으로 확인하고, 삼성화재와 '양방향' 소통이 가능하도록 온라인 보고를 계속해서 발전시켜 나가겠습니다.

특징

Smart	인쇄물 없이 온라인상에서 지속가능경영 활동과 성과를 실시간으로 확인하는 신개념의 보고
Value	지속가능경영의 근간인 이해관계자와의 상생을 위하여 활동과 성과를 각 이해관계자별 기대사항에 따라 균형적으로 공개하여 소통
Sustainability	GRI, ISO26000 등 국제기준에 따라 작성 및 국내 보험산업 사회적책임 가이드라인의 이행내용을 포함하여 공개

범위와 기간

- 보고범위	삼성화재 본사 및 사옥 중심이며, 일부 내용에 대해서는 자회사 및 해외사업장을 포함
- 보고기간	2010년 1월 1일 ~ 2011년 12월 31일
- 데이터 정보	재무정보의 경우 회계연도(4월부터 다음해 3월까지)를 기준으로 표기. 정량적 데이터의 경우 3개년 실적을 함께 공개하였으며, 정성적 데이터의 경우는 과거를 포함한 2012년의 일부 활동 및 성과를 함께 표기함

작성기준

- 보고내용 작성기준	GRI G3.1 가이드라인 및 GRI 금융산업지표(FSSS)
- 보고내용 참고기준	국제 사회적책임 가이드라인(ISO26000) 국내 보험산업 사회적책임 가이드라인
- 이해관계자 참여기준	AA1000SES에 따른 이해관계자 참여내용을 공개
- 보고서 3자 검증	AA1000AS(2008)의 3대 원칙을 근간으로 하는 3자 검증 실시
- GRI Application Level Check	GRI로부터 A+수준의 보고임을 확인하는 Statement 발급

문의

- 주 소	100-782 서울특별시 중구 을지로29 (을지로1가 87번지) 삼성화재빌딩
- 전 화	02) 758-4036
- 팩 스	0505) 161-3164
- e-mail	csr@samsungfire.com

Contents

삼성화재 지속가능경영	4	Community	65
CEO 메시지	5	업의 본질을 살린 사회공헌	66
기업소개	7	지역사회 참여	69
지속가능경영 체계	11	임직원 나눔	71
이해관계자 참여	13	사회적 보험 상품·서비스	73
중대성 평가 및 핵심 이슈	20		
이해관계자	21	Environment	74
Shareholders & Investors	22	녹색경영 체계	75
투명한 지배구조	23	기후변화 완화와 적응	76
정도를 지키는 윤리경영	25	친환경 보험 상품·서비스	79
선제적 리스크 관리	30		
창의와 혁신을 통한 도약	32	성과데이터	80
		경제적 성과	81
Customers	42	환경적 성과	82
고객만족 서비스 체계	43	사회적 성과	83
고객만족 상품 개발	45		
고객감동 서비스 제공	46	부록	86
고객안전 강화	50	이해관계자 피드백	87
		제3자 검증의견서	89
Employees	51	환경관련 검·인증	91
임직원 가치 제고	52	GRI Statement	92
소통경영의 확산	55	GRI Index	93
일과 삶의 조화	58	보험산업의 사회적 책임 가이드라인	97
		지속가능경영 관련 수상 현황	98
Partners	60	지속가능경영 협회 가입 현황	99
행복파트너 RC	61	삼성화재 연혁	100
협력업체와의 상생경영	63	응어 해설	101



삼성화재 지속가능경영

CEO 메시지	5
기업소개	7
지속가능경영 체계	11
이해관계자 참여	13
중대성 평가 및 핵심 이슈	20

CEO메시지

삼성화재 지속가능경영

CEO메시지 >>

기업소개

지속가능경영체계

이해관계자 참여

중대성 평가 및 핵심 이슈

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록



존경하는 삼성화재 이해관계자 여러분!

고객에게 安心을 주고, 사회에 사랑을 전달하는 회사가 되고자 하는 삼성화재의 지속가능경영 활동을 이해관계자 여러분들과 함께 하게 되어 기쁘게 생각합니다.

지난해는 일본대지진, 태국홍수 등 세계각지에서 자연재해가 빈발한 가운데 그리스, 이탈리아 등 일부 국가의 재정위기가 유로존 전체의 금융위기로 확산되면서 세계경제의 불확실성이 증폭되었습니다. 또한, 국내 손해보험 시장도 상품과 채널의 다변화가 급속히 진행되는 가운데 대형 보험사 중심의 시장점유율 경쟁심화로 과거 어느 때보다 힘겹고, 바쁜 한 해를 보냈습니다.

이처럼, 어려운 경영여건 속에서도 저희 삼성화재는 이해관계자 여러분이 보내주신 관심과 성원 덕분에 매출 및 손익 등에 있어서 뛰어난 성과를 거두었으며, 세계 최고 수준의 신용등급과 국내 최고 수준의 고객만족 평가를 획득하였습니다.

이와 함께, 싱가포르 재보험 시장에 Samsung Re를 설립하는 등 본격적인 해외사업 확대 기반을 마련하였습니다.

향후에도 수익성과 시장성을 균형적으로 고려한 마케팅과 상품 전략을 추진하여 내실 있는 국내성장을 지속해 나감은 물론이고, 미래 성장동력 확보를 위해 해외사업에도 역량을 집중하겠습니다.

최근 고객과 시장은 매우 엄격한 수준의 윤리의식과 준법정신을 기업에게 요구하고 있습니다. 작은 위법 사례에도 회사 경영 전반에 심각한 위기를 초래할 수 있음을 명심하고, 정도경영 및 고객정보 보호가 깊게 뿌리내릴 수 있도록 예방교육과 상시적인 점검을 강화하겠습니다.

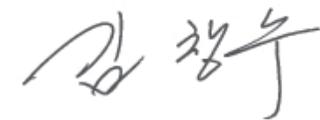
또, 친환경 활동 및 금융소외계층 배려를 위해서도 노력하여 주주, 고객, 임직원, 파트너, 지역사회 등 이해관계자 모두를 고려한 지속가능경영 활동을 체계적으로 전개하고, 활동 내용과 성과를 공유하여 이해관계자 여러분의 신뢰와 협조를 더욱 견고히 하도록 힘쓰겠습니다.

삼성화재는 올해로 창립 60주년을 맞이하였습니다. 옛부터 동양에서 60년은 한 주기의 완성인 동시에 새로운 시작을 의미합니다. 지난 60년 동안 다져온 튼튼한 반석 위에 끊임없는 혁신과 도전을 더하여 지속성장이 가능한 Global Top10 보험회사로 발돋움 할 것을 약속 드립니다.

감사합니다.

2012년 6월

대표이사 사장 김 창 수





기업소개

기업현황

삼성화재는 1952년 1월 26일 한국안보화재해상재보험(주)로 설립되어 1993년 12월 삼성화재해상보험 주식회사로 사명을 변경, 현재에 이르고 있습니다. 우수한 채널과 보상망, 차별화된 리스크관리 및 재무건전성 등을 기반으로 국내 최고의 손해보험사로 손꼽히는 삼성화재는 국내는 물론 미국과 유럽, 중국, 인도네시아, 베트남 등 글로벌시장에서도 의욕적인 활동을 전개하고 있으며 세계적인 종합 금융서비스사를 향해 착실하게 성장을 거듭하고 있습니다. 선진 금융기법 도입, 상품개발 강화, 보험 마케팅 혁신 및 언더라이팅 선진화, 전 임직원의 프로화, 효율적인 보상서비스 체계 구축 등 글로벌 경쟁력을 확보하여 모든 이해관계자와 함께 지속적으로 발전해 나가겠습니다.

[기업개요]

(2012년 3월 31일 기준)

기업명	삼성화재해상보험주식회사
본사소재	서울특별시 중구 을지로 29(을지로 1가)
대표이사	김창수
업종	손해보험업
설립일	1952년 1월 26일
임직원수	5,341명
총자산	38조 6,212억 원
자본금	265억 원
매출액	원수보험료 : 14조 5,846억 원 당기순이익 : 7,845억 원(개별기준)
신용등급	A.M. Best: 최고등급 A++로 상향(2011년 11월) S&P : 9년 연속 A+ (2011년 12월)
대표전화	1588-5114
홈페이지	http://www.samsungfire.com

* 2012년 2월 7일 김창수 CEO 선임

* 재무지표: FY'11 / K-IFRS 기준

자회사 현황

(2012년 3월 31일 기준)

	자회사명	소재지	설립일	자본금	지분율
해외	삼성화재 인도네시아 법인	인도네시아 자카르타	1996.11	19.1억 원 (Rp 150억)	70%
	삼성화재 베트남법인	베트남 호치민	2002.11	217.5억 원 (\$17,598,000)	50%
	삼성화재 중국 법인 (삼성재산보험(중국) 유한공사)	중국 상하이	2005.04	461.5억 원 (\$40,653,000)	100%
	삼성화재 브라질 법인	브라질 상파울로	2009.09	5억 원 (\$400,000)	100%
	삼성화재 유럽 법인	영국 런던	2011.03	189.8억 원 (\$17,053,000)	100%
	삼성화재 미국 관리법인	미국 뉴저지	2011.06	44억 원 (\$4,000,000)	100%
국내	삼성화재 싱가포르 법인	싱가포르	2011.12	604.8억 원 (\$52,312,000)	100%
	애니카자동차 손해사정 서비스	한국 서울	1996.01	5억 원	100%
	삼성화재 손해사정 서비스	한국 서울	1998.10	11억 원	99.86%

* 납입자본금 기준, 지분법 미적용

부속기관 현황

부속기관 교통안전문화연구소, 방재연구소, 보험금융연구소,
정비기술지원센터, 교통박물관, 삼성화재안내견학교 등



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 제정하였으며, 이를 실천해 나가기 위한 행동지침을 마련하였습니다.

[경영원칙]

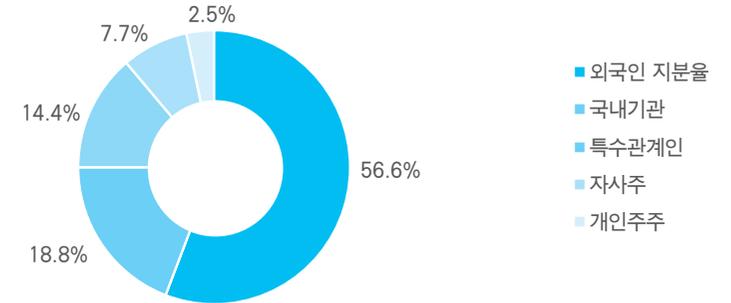
원칙 1	원칙 2	원칙 3	원칙 4	원칙 5
법과 윤리를 준수한다.	깨끗한 조직문화를 유지한다.	고객, 주주, 종업원을 존중한다.	환경, 안전, 건강을 중시한다.	글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 다한다.
<ul style="list-style-type: none"> - 개인의 존엄성과 다양성을 존중 - 법과 상도의에 따라 공정하게 경쟁 - 정확한 회계기록을 통한 투명성 유지 - 정치에 개입하지 않으며 중립을 유지 	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 업무활동에서 공과 사를 엄격히 구분 - 회사와 타인의 지적 재산을 보호하고 존중 - 건전한 조직 분위기를 조성 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객만족을 경영 활동을 우선적 가치화 - 주주가치 중심의 경영을 추구 - 종업원의 삶의 질 향상을 위해 노력 	<ul style="list-style-type: none"> - 환경친화적 경영을 추구 - 인류의 안전과 건강을 중시 	<ul style="list-style-type: none"> - 기업시민으로서 지켜야 할 기본적인 책무 수행 - 현지의 사회, 문화적 특성을 존중, 상생 실천 - 사업 파트너와 공존공영의 관계를 구축

주주현황

삼성화재의 주주현황은 외국인 56.6%, 국내기관 18.8%, 특수관계인 14.4%, 자사주 7.7%, 개인주주로 구성되어 있습니다. 5%이상 주주는 삼성생명(10.4%), First State Management(UK) Ltd.(8.5%)입니다.

[삼성화재 주주구성]

(2012년 3월 31일 기준)



조직도

삼성화재는 신속한 의사결정과 권한위임이 용이한 유연한 조직구조를 가지고 있으며, 6총괄, 6실, 20사업부, 8담당, 19팀으로 구성되어 있습니다.

(2012년 3월 기준)





삼성화재 중장기 비전 및 전략

삼성화재는 '2020년 보험매출 34조 원, 자산 100조 원 규모의 글로벌 초일류 손해보험사'라는 글로벌 Top 10 로드맵을 수립하여 지속가능한 성장을 추진하고 있습니다. 2012년 고객의 입장에서 업의 개념을 '고객에게 안심을 주는 Risk Solution사업'으로 재해석하였고, 성숙기에 접어든 국내 보험시장에서 한 발 나아가 해외사업의 확대를 통해 견실한 미래 성장기반을 다지고 있습니다.



[단계별 목표]

	Stage1(-2012년) 성장기반 확충	Stage2(-2015년) 적극적 성장 추진	Stage3(-2020년) Global 수준 달성
Target	- 매출 15조 원 - 국내영업력 제고 - 해외사업 비중 4%	- 매출 22조 원 - 금융서비스 신사업 적극확대 - 해외사업 비중 5%	- 매출 34조 원 - 보험서비스 회사로 전환 - 해외사업 비중 18%
고객·시장	- 국내사업 혁신(채널, 상품, 서비스) - 해외시장 성공경험 창출	- 헬스, 방재, 자동차 서비스 역량 차별화 - 신흥국 중심 해외시장 M&A	- 서비스 중심의 상품 제공 - 선진국 틈새시장 진출 - 신흥국 시장 지위 강화
핵심역량	- 해외이식가능 역량 확보 - 글로벌 경영시스템 구축 - 해외사업 전문인력 확보	- 로컬 보험사업 역량 확보(현지화) - 글로벌 경영인프라 로컬 적용	- 글로벌 초일류 사업 역량 및 경영인프라 완성

➔

2020 GLOBAL TOP 10

상품 · 서비스 소개

손해보험은 우연한 사고로 인하여 발생한 재산, 신체 손해를 실제 손해액만큼 보장하는 금융상품입니다. 각종 산업 및 개인에게 발생할 수 있는 모든 리스크를 보장하는 것을 목표로 다양한 상품을 개발 · 제공하고 있으며, 크게 일반보험, 자동차보험, 장기손해보험, 개인연금, 퇴직연금 등이 판매되고 있습니다. 삼성화재는 ‘언제나 고객이 옳다’는 모토 아래 고객의 의견이 적극 반영된, 최적의 상품 · 서비스를 제공하고자 노력합니다. 또한, 전문화된 컨설팅 조직인 RC(Risk Consultant)를 통해 고객만족판매를 실천하고 있습니다.

[삼성화재 주요 상품 · 서비스]

상품 및 서비스	대표상품	주요내용
일반손해보험	화재	주택,일반, 공장화재보험 화재, 폭발 등으로 인하여 발생하는 재산 손해 보상
	해상, 항공	선박, 항공, 적하보험 해상 및 항공 / 우주 사업으로 인해 발생하는 손해 보상
	특종	기술, 상해, 배상책임보험 등 건설, 유통, 생산물 제조 등 산업의 각종 공정에서 발생할 수 있는 다양한 손해 보상
장기손해보험	상해 / 질병	건강보험 S케어, 새희망 보장 보험 상해 / 질병 의료비, 일상생활 배상책임, 상해흉터 복원수술비, 암 진단 등 100세까지 보장
	운전자	나만의 파트너 중상해 교통사고 처리지원금 비용손해 지원 교통상해 소득보상금 상해의료비 등 보장
	통합	통합보험 슈퍼VI 인생의 단계 변화에 따라 보장의 추가가 자유롭고 하나의 보험으로 전 가족구성원의 상해, 암, 질병, 배상책임 등 종합보장이 가능
	재물	탄탄대로 주택화재, 도난손해, 가족의 일상생활 중 발생하는 배상책임 등 보장
	저축	수퍼세이브 목돈마련, 생활연금 플랜 등으로 구성되어 수령방식 및 보험기간, 납입기간 선택 가능 상해의료비, 입원일당, 배상책임 등 보장가능, 10년 이상 납입 후 만기 시 비과세
	개인연금	아름다운 생활 400만원 한도 소득공제, 상해 / 질병 사망, 최저보증이율 등 보장하는 세제적격연금
자동차 보험	애니카, 애니카레이디, 마이애니카	대인, 대물, 자차, 자기신체, 무보험차상해 보장 간병비, 자녀 교육비, 성형 및 치아보철 등 신체손해 특약과 렌트비용지원, 신가보장, 차량신규등록비용 등 차량손해 특약 추가 가능
대출 / 금융	대출상품	보험계약 대출, 아파트 담보대출, 신용대출
	펀드상품	삼성당신을위한코리아대표그룹증권투자신탁제1호[주식], 한국투자삼성그룹적립식증권투자신탁1호[주식] 외 105종
서비스	상품 / 제휴서비스	장례용품 지원, 스케일링, 의료복지, 주차안심, 건강검진 예약대행, 골프 예약대행, VIP차량관리, SERI CEO, 홈크린, 카크린, 카닥터, 크린홈, 해충방제할인, 어학캠프할인, 여행지원
	애니카서비스	긴급출동, 차량진단, 검사대행, 폐차대행, 카크린 서비스
	손해사정서비스	대물 손해사정, 일반 / 장기보험 손해사정
	회원부가서비스	허니빈포인트, 바이러스백신, 도서요약서비스, 재테크 / 세무정보

삼성화재 지속가능경영

- CEO메시지
- 기업소개
- 지속가능경영체계** >>
- 이해관계자 참여
- 중대성 평가 및 핵심 이슈
- 삼성화재 이해관계자
- 성과데이터
- 부록

지속가능경영 체계

삼성화재는 이해관계자와의 소통을 바탕으로 재무적 성과와 함께 사회적 책무를 성실히 이행하는 좋은 보험사가 되겠습니다.

삼성화재의 지속가능경영

삼성화재는 이해관계자들과의 진정성 있는 소통을 통해 함께 성장·발전할 수 있는 지속가능경영을 실천함으로써 존경 받는 초일류 보험회사가 되고자 노력하고 있습니다. 이런 노력에 힘입어 최근 연말에 발생한 글로벌 금융위기로 혼란에 빠진 경영환경 속에서도 성장성, 위험관리, 해외사업 추진 등의 성과를 인정받아 권위 있는 보험사 전문평가기관으로부터 높은 평가를 받았습니다. 앞으로도 삼성화재는 끊임없는 혁신과 도전 그리고 기본과 원칙에 충실한 정도경영을 통해 경제, 사회, 환경 전 영역에서 기업의 모범이 되고 모든 이해관계자들에게 신뢰받는 보험사가 되겠습니다.

중장기 지속가능경영 전략 로드맵

삼성화재는 재무 분야 뿐만 아니라 환경·사회 등 비재무 분야에서도 진정성을 담은 사회적 책임을 다하고자 지속가능경영 및 환경·에너지경영방침 수립, 지속가능경영보고서 발간 등 지속가능경영의 기반을 구축해 나가고 있습니다. 앞으로도 지속가능경영을 조직의 문화로 정착시키고 지속가능한 보험상품 제공을 확대하는 등 사회적 책무를 성실히 이행하여 사회와 동반 성장하는 기업으로 자리매김하겠습니다.

[지속가능경영 비전 체계도]



[지속가능경영 전략 로드맵]

1단계(-2012)	2단계(-2015)	3단계(-2020)
지속가능경영 기반 구축	지속가능경영 정착	지속가능경영 리더십 확보
<ul style="list-style-type: none"> - 지속가능경영 보고서 발간 - R&D 기반 구축 - 창조적, 혁신적 조직문화 강화 - 대외 커뮤니케이션 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 기후 변화 대응 선도 - R&D 본격 사업화 - 리스크 통합관리 체계 구축 - 글로벌 이니셔티브 참여 	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 사회공헌활동 강화 - 지속가능한 보험금융 상품 및 서비스 제공 확대 - 글로벌 경영역량 완성

삼성화재 지속가능경영

CEO메시지

기업소개

지속가능경영체계

이해관계자 참여

중대성 평가 및 핵심 이슈

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

>>

지속가능경영 추진조직

삼성화재는 지속가능경영 추진을 가속화하고 보다 효과적으로 운영하기 위해 지속가능경영 위원회와 CSR사무국을 구축하였으며, 관련 부서를 중심으로 전략과제를 이행하고 있습니다. 또한, 사업의 지속가능성 확보를 위해 CEO가 참여하는 R&D위원회(Committee)를 운영, 3대 핵심과제(시장지배력 확대, 해외사업 견실한 성장, 소통활성화 및 도전적 조직문화 구축) 중심으로 지속가능경영 연구활동을 구체화하고 있습니다.

[지속가능경영 추진조직]



[지속가능경영 연구성과 및 2012년 계획]

	2010~2011년 주요성과	2012년 계획
환경 / 안전	<ul style="list-style-type: none"> - 서울시와 'Safe Seoul 한마당 행사' 운영(2009~2012년, 총 4회) : 시민 안전의식 개선 활동 - BCM(Business Continuity Management, 사업영속성관리) 인증 획득(2010년7월) : 고객서비스 및 핵심업무가 재해, 재난상황에서도 유지될 수 있는 환경 조성 - 에너지경영시스템 구축 및 ISO50001 인증 획득 (2012년 5월) 	Global 누적위험시스템 구축을 통한 사업 Risk 사전 예측 및 최소화 지향
교통	<ul style="list-style-type: none"> - 선진사 기술연수 및 RCAR 초청 보험사·정비업체 상생 협력 국제세미나 실시(2011년) - 안전운전 컨설팅 실시(2011년 법인체 4개사, 개인고객 1,580명) - 안전운전 교육 실시(2011년 70개사 3,003명 대상 36회 실시) - 교통사고 줄이기 온라인 캠페인 실시(500만여 명 대상) - 참여형 안전운전 프로그램 '마이세이프드라이빙 App' 보급(2012년 4월) 	교통사고 다발지역에 대한 개선활동을 통해 기업 손해를 감소와 지역사회 기여의 동시 달성 추구
건강	<ul style="list-style-type: none"> - 상품 R&D 센터 구축 및 통합 Health Care 서비스 개발 	고령화, 조기은퇴 등 사회 Trend를 반영한 보험상품개발을 통한 미래 수익원천 확보
Customer Insight / Market Intelligence	<ul style="list-style-type: none"> - 서비스 아이덴티티 '내 일처럼' 개발 - 무빙 우수시랑 런칭(2011년 6월~10월, 39개 사업장 방문) - 2012년 손해보험시장 전망, 보험사의 모바일·온라인 활용전략 등 연구 - 일본 와세다대학 교수 초청 세미나 개최(2011년 11월) 	고객 및 시장조사를 통한 중장기 사업 방향 설정으로 시장 지배력 강화

이해관계자 참여

이해관계자 중심의 가치경영 활동을 통해 국내 1위 손해보험사로 만족하지 않고, 글로벌 지속가능한 손해보험사로 도약하겠습니다.

삼성화재 지속가능경영

- CEO메시지
- 기업소개
- 지속가능경영체계

이해관계자 참여

중대성 평가 및 핵심 이슈

- 삼성화재 이해관계자 성과데이터
- 부록

>>

삼성화재 이해관계자

삼성화재는 고객, 주주 / 투자자, 임직원, 지역사회, 파트너 등의 이해관계자와 상호 영향을 주는 사회적으로 밀접한 관계에 있습니다.

삼성화재는 이 모든 이해관계자를 주인(owner)이자, 이용자(user)이자, 통제자(controller)로 인식하여 주요한 지속가능경영 관심 이슈를 공유하고, 활동과 성과를 지속가능경영보고서를 통해 보고하고 있습니다.

주요 이해관계자와의 커뮤니케이션 과정은 삼성화재 지속가능경영의 가치를 높여줄 것입니다.

이해관계자 분류

소통 채널

주주 / 투자자

- 주주총회
- 신용평가
- EV설명회
- 홈페이지
- IR Mailing Service
- 이사회
- 결산설명회
- 사업보고서
- Annual Report
- 지속가능경영보고서

고객

- '내 일처럼'
- 고객만족도조사
- SNS(I am 초보, 화제만발 등)
- 지속가능경영보고서
- 고객패널제도
- VOC

임직원

- 평가원협의회
- 고충처리제도
- 호루라기
- 임직원만족도조사
- Exciting특특
- 마음누리상담실
- 인트라넷
- 지속가능경영보고서

파트너

- RC지식센터
- RC만족도 조사
- Good Partner Awards', Partner's Day 행사
- 지속가능경영보고서
- 정보큰바다

지역사회

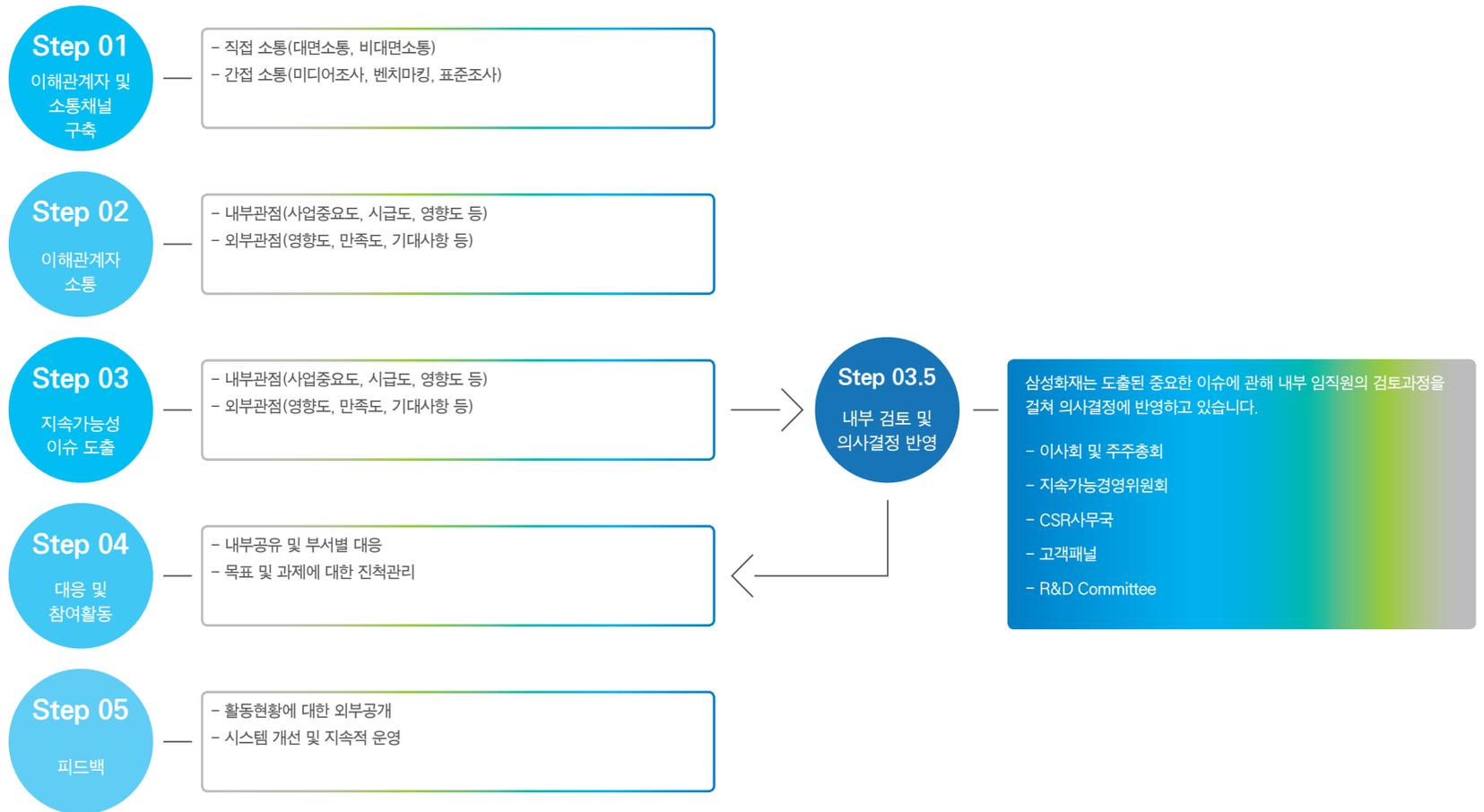
- 삼성교통안전문화연구소
- 삼성애니카봉사단
- 주니어 글로벌 리더스포럼
- 지속가능경영보고서
- 삼성화재안내견학교
- 청소년 금융교육
- Smart & Green 환경 캠페인



이해관계자 참여 프로세스

삼성화재는 모든 이해관계자들과 동반성장을 실현하기 위해 지속적인 커뮤니케이션으로 주요 관심 이슈를 공유합니다. 각 이해관계자들과 소통할 수 있는 다양한 채널을 운영하고 있으며, 이 채널을 통해 이해관계자별 주요 이슈를 파악하여 기업의 의사결정에 반영하고 있습니다.

[이해관계자 참여 프로세스]



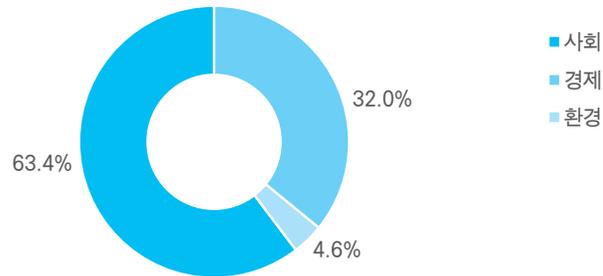


2010-2012년 미디어 조사 결과

미디어 조사는 보험산업과 삼성화재에 대한 이해관계자들의 사회적 관심도와 이슈를 파악하는데 중요한 도구가 될 수 있으며 이를 통해 이해관계자의 잠재적 의견 및 자사에 미치는 리스크를 조기에 파악하여 선제적 대응을 할 수 있습니다. 삼성화재는 2010년부터 2012년 3월 까지 언론을 통해 노출된 총 39,155건의 기사 중 지속가능경영에 관련된 849건에 대해 조사하여 삼성화재의 지속가능경영에 대한 중요한 이슈를 도출해냈습니다.

삼성화재, Anycar, 손해보험 등 총 11개 키워드 검색으로 실시된 미디어 리서치 조사 결과 사회부문이 63.4%로 가장 많은 부문을 차지하였으며, 경제 32.0%, 환경 4.6%의 결과를 나타냈습니다. 향후에는 경제, 사회, 환경적 책임에 대하여 균형 있는 활동 및 성과를 전개하겠습니다.

[2010-2012년 미디어 조사 결과]



이해관계자 리서치

삼성화재는 표준 및 제도 검토, 벤치마킹, 미디어조사, 설문 등의 방법으로 이해관계자 리서치를 실시하여 이해관계자의 현황을 분석하고 주요 이슈와 요구사항을 지속가능경영보고서에 반영 및 대응하는 체계를 확립하고 있습니다. 뿐만 아니라 다양한 이해관계자 관점에서 지속가능경영 수준을 파악하여 삼성화재의 지속가능경영 방향성을 도출하고 발생할 수 있는 주요 이슈에 대해 선제적으로 대응할 수 있는 도구로 활용하고 있습니다.

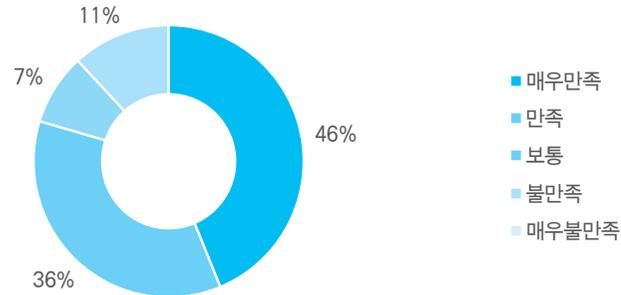
이해관계자 설문 이해관계자와의 소통을 통해 경제, 환경, 사회 세가지 부문에서 삼성화재의 현수준, 핵심 이슈 그리고 향후 방향성에 관련된 주요 이슈를 도출했습니다.

설문기간	2012년 3월 14일-3월 31일(18일간)
설문대상	삼성화재 내·외부 이해관계자(총 300명)
설문형태	설문지에 의한 자기기입식 설문 이메일을 통한 설문응답
설문결과	각 분야별 만족도, 강점, 보완점 확인



경제적 책임:

삼성화재는 경제적 책임을 다하고 있다고 생각하십니까?



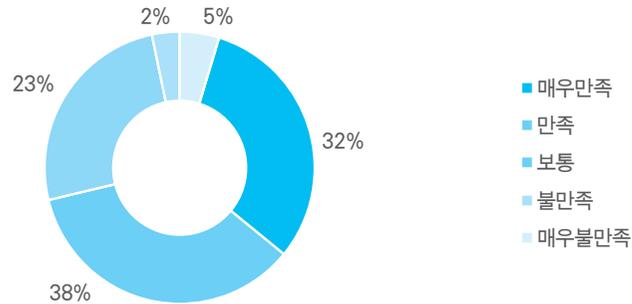
삼성화재의 경제적 책임에 있어 현수준을 파악하기 위해 이해관계자 리서치를 한 결과 '브랜드 관리 및 기업이미지 제고'와 경영수익의 지속적인 개선' 부분에 대해서는 잘하고 있지만 '지배구조 독립성 및 전문성 강화'와 '해외시장 및 신사업의 적극적인 진출'부분은 좀 더 보완해야 할 것으로 나타났습니다. 삼성화재는 정도경영을 통해 지배구조의 독립성과 전문성을 강화하고 적극적인 해외 진출로 글로벌 네트워크를 구축하여 성장동력 발굴을 위해 노력하고 있습니다.

분야	보완해야 할 분야	잘하고 있는 분야
지배구조의 독립성 및 전문성 강화	22%	1%
사회적 책임 국제규범의 적극적 이행	9%	9%
해외시장 및 신사업의 적극적 진출	21%	6%
경영수익의 지속적인 개선	7%	24%
선제적 통합 리스크관리	4%	17%
이해관계자 커뮤니케이션 및 투명한 정보공개	12%	5%
창출된 성과에 대한 공정한 배분	16%	3%
윤리경영 및 내부통제시스템 강화	4%	6%
브랜드관리 및 기업이미지 제고	4%	29%



환경적 책임:

삼성화재는 환경적 책임을 다하고 있다고 생각하십니까?



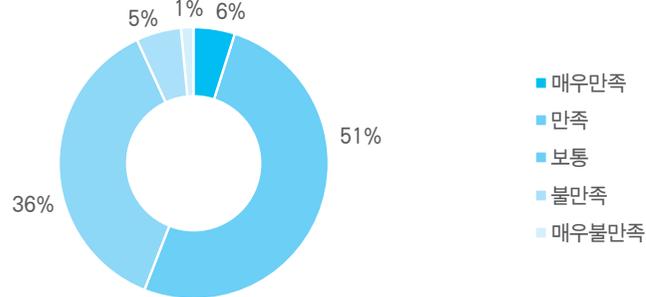
삼성화재의 환경적 책임에 있어서 '에너지절감 및 자원효율성 증대'와 친환경보험 및 서비스 제공'에 대해서는 잘하고 있으며 '친환경활동의 적극적인 실천'과 '친환경 보험 및 서비스 제공'부분에 있어서는 보완해야 할 것으로 나타났습니다. 삼성화재는 환경·에너지경영 방침 수립, 에너지경영시스템 구축 등을 통해 친환경 경영활동을 전개하고 있으며, 전자약관 서비스, 마일리지 자동차보험, 날씨보험 등 업의 특성에 맞는 친환경 보험 상품·서비스를 개발 및 제공하고 있습니다.

영역	보완해야 할 분야	잘하고 있는 분야
오염물질에 대한 원천적 관리	9%	5%
에너지 절감 및 자원효율성 증대	8%	30%
친환경활동의 적극적인 실천	22%	15%
온실가스감축 및 기후변화대응 노력	13%	10%
환경, 생물다양성 보호 및 자연 서식지 복원	11%	7%
친환경 보험 및 서비스 제공	20%	21%
녹색경영체계 구축 및 성과관리	18%	12%



사회적 책임:

삼성화재는 사회적 책임을 다하고 있다고 생각하십니까?



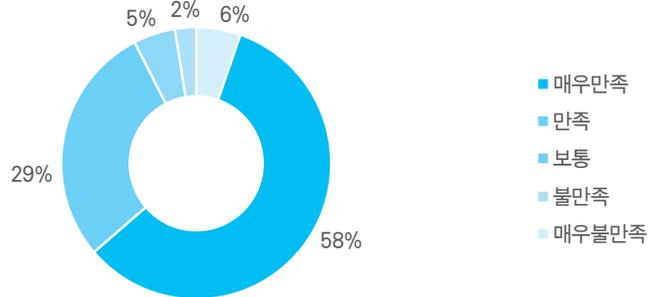
삼성화재의 사회적 책임에 있어서 '지속가능한(착한) 소비의 촉진 및 교육'과 '중소기업 동반 성장 및 사회적 책임이행 촉진' 부분이 좀 더 보완해야 할 것으로 나타났습니다. 삼성화재는 정비업체와 RC(Risk Consultant) 등 협력업체를 대상으로 CS교육 실시, 상생협력 프로그램 제공 등을 통해 이를 보완해 나가고 있습니다.

	보완해야 할 분야	잘하고 있는 분야
보험사기에 대한 적극적인 대응	11%	15%
공정한 정보제공 및 마케팅 활동	15%	19%
지속가능한(착한) 소비의 촉진 및 교육	24%	6%
민원 및 분쟁에 대한 적극적인 해결노력	17%	19%
고객정보보호 강화	11%	16%
e-커뮤니케이션 및 정보 접근성 강화	12%	18%
앞서가는 고객감동 서비스 제공	11%	8%
책임있는 공정경쟁 이행	15%	10%
중소기업 동반성장 및 사회적 책임이행 촉진	19%	5%
보험설계사의 상생지원 강화	5%	22%
사회적이슈에 대한 적극적인 해결	11%	12%
업과 관련된 특화된 사회공헌활동의 추진	9%	21%
사회기여형 상품·서비스 개발	19%	5%
지역사회 안전 및 재해방지에 대한 대응노력	8%	20%
지역사회에 대한 적극적인 투자	13%	6%

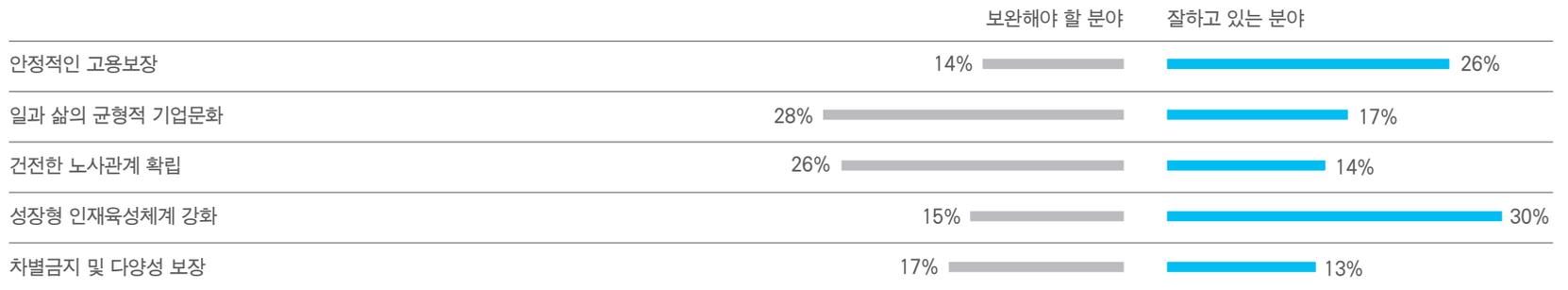


임직원 책임:

삼성화재는 임직원에 대한 책임을 다하고 있다고 생각하십니까?



임직원에 대한 책임에 있어서 삼성화재는 '성장형 인재육성체계 강화'와 '안정적인 고용 및 고용보장' 부분은 잘하고 있는 것으로 나타났으며, '일과 삶의 균형적 기업문화'와 '건전한 노사관계 확립'은 좀 더 보완해야 한다는 결과가 도출되었습니다. 삼성화재는 일과 삶의 균형적 기업 문화를 만들기 위해 훌륭한 일터 만들기 활동을 하고 있으며, 건전한 노사관계를 확립하기 위해 '평의원협의회', 'Exciting 토크'와 같은 임직원간의 소통의 장을 확대, 운영하고 있습니다.



중대성 평가 및 핵심이슈

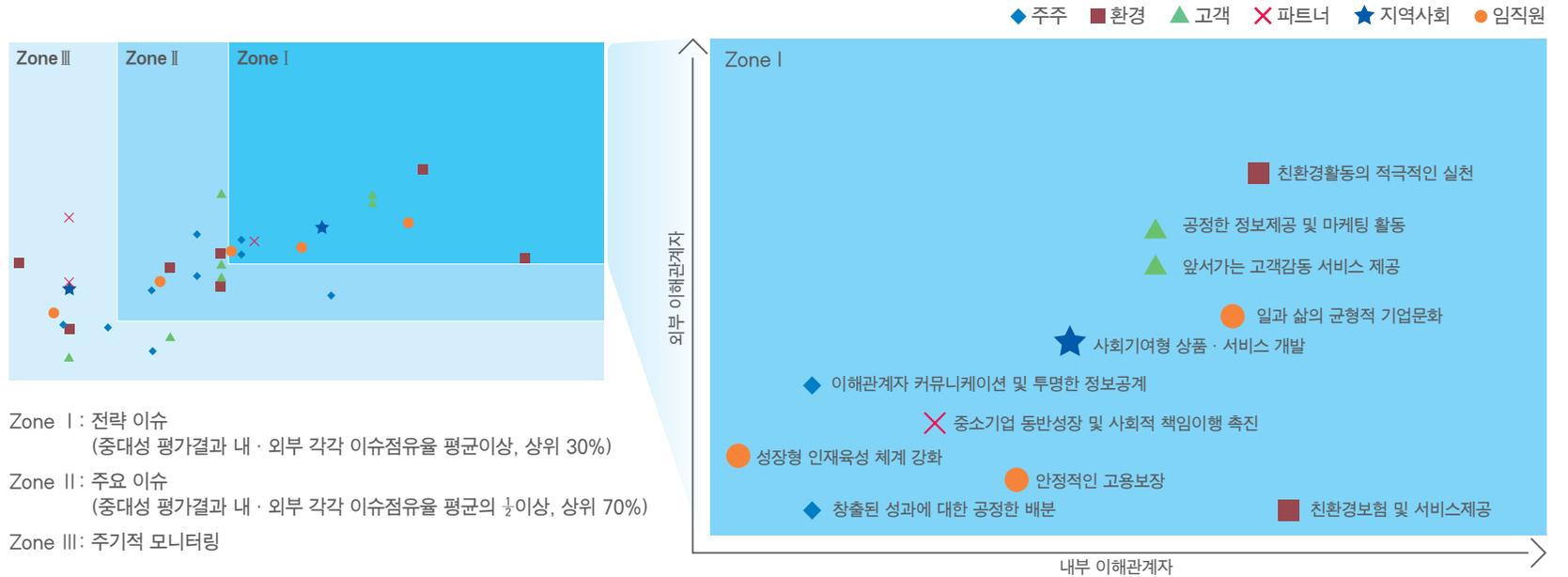
삼성화재 지속가능경영

- CEO메시지
- 기업소개
- 지속가능경영체계
- 이해관계자 참여

중대성 평가 및 핵심 이슈 >>

- 삼성화재 이해관계자 성과데이터
- 부록

삼성화재는 지속가능경영에 관련된 중요 이슈를 선정하고 이슈관리를 위해 중대성 평가(Materiality Test)를 실시하였습니다. 중대성 평가 결과 선정된 중요이슈는 삼성화재의 지속가능경영체계에 따라 전략이슈와 주요이슈 중심으로 관리되고 있으며 본 보고서에 중점적으로 공개하고 있습니다.



[핵심이슈 리스트]

이해관계자	핵심이슈	페이지
주주 / 투자자	이해관계자 커뮤니케이션 및 투명한 정보공개	13~20
주주 / 투자자	창출된 성과에 대한 공정한 배분	40~41
환경	친환경활동의 적극적인 실천	77~78
환경	친환경 보험 및 서비스 제공	79
고객	공정한 정보제공 및 마케팅 활동	45~47, 50
고객	앞서가는 고객감동 서비스 제공	43~44

이해관계자	핵심이슈	페이지
파트너	중소기업 동반성장 및 사회적 책임 이행 촉진	60~64
지역사회	사회기여형 상품·서비스 개발	73
임직원	안정적인 고용보장	52~53
임직원	일과 삶의 균형적 기업문화	58~59
임직원	성장형 인재육성 체계 강화	52~54



이해관계자

Shareholders & Investors	22
Customers	42
Employees	51
Partners	60
Community	65
Environment	74

Shareholders & Investors

Our Approach

삼성화재는 '2020 글로벌 Top10' 장기적 로드맵을 바탕으로 윤리경영, 선제적 리스크관리, 글로벌 사업 영역 확대 등을 통해 2020년 'Total Risk Solution Partner'의 기반을 구축하고 있습니다.

투명한 지배구조	- 이사회 독립성 확보 및 주주가치 극대화
정도를 지키는 윤리경영	- 준법문화 정착과 사업의 건전성 확보
선제적 리스크관리	- 급변하는 금융시장 대응과 안정성 확보
창의와 경영혁신을 통한 도약	- 창조적 경영혁신과 지식경영 - 해외시장 확대 및 경쟁력 강화 - 브랜드 가치제고 'Think NEXT'

[싱가포르 재보험사 'Samsung Re' 설립]



2011년 삼성화재는 아시아 금융의 중심지인 싱가포르에 삼성재보험주식회사(Samsung Reinsurance Pte.Ltd)를 설립하였습니다.

Performance Highlights

원수보험료 **14조 5,846**억 원

당기순이익 **7,845**억 원
(개별기준)

신용등급 **A.M.BEST A++**, **S&P A+**
(최고등급) (9년연속)

[혁신올림피아드 개최]



2011년 개최한 혁신올림피아드에서 분야별 Best Practice를 선정하였습니다. .

투명한 지배구조

삼성화재는 이해관계자의 신뢰와 지지를 얻고자 투명한 기업지배구조 확립을 공고히 하고 있습니다.

이사회 현황

삼성화재는 중요 의사결정 기구인 이사회 중심으로 경영체계를 확립하고 있습니다. 이사회는 경영진으로부터 독립성을 확보하여 이해관계자의 신뢰와 지지를 얻을 수 있는 의사결정을 내리고 있습니다. 또한, 책임경영을 바탕으로 주주의 이익에 부합될 뿐만 아니라 사회, 환경과 같은 사회적 책임을 존중하는 경영 의사결정이 이루어 질 수 있도록 하고 있습니다.

이사의 독립성 제고

삼성화재의 이사회는 총 7명으로 사내이사 3명과 회계, 경영 등 전문 지식과 풍부한 경험을 가진 사외이사 4명으로 구성되어 있습니다. 이사회는 과반수 이상을 사외이사로 선임하여 견제 기능을 강화하고 이사회 운영의 투명성을 제고하고 있습니다. 사외이사의 경우 사외이사후보추천위원회 규정 10조에 의거하여 삼성화재와의 이해관계 여부 및 전문성 등을 사전 심사 후 최종 주주총회 의결을 거쳐 선임하고 있습니다.

또한, 삼성화재 대표이사는 이사회 의장을 겸임하지 않고 분리 선임함으로써 CEO의 전문성 강화와 책임경영을 구현하는 한편 경영투명성을 확보할 수 있는 체계를 구축하였습니다.



[이사회 현황]

구분	성명	성명	직책	경력사항
사내이사	김창수	남	대표이사	삼성물산 기계플랜트본부장
	전용배	남	경영지원 실장	삼성전자 경영지원팀장
	이재식	남	감사위원	금융감독원 회계감독1국장
사외이사	김강정	남	이사회위원장	목포문화방송 대표이사 사장 현)동아원 사외이사
	이원창	남	사외이사	감사원 감사위원 현)연세대 경영대학 겸임교수 현)동양 사외이사
	신현철	남	사외이사	현)SK미소금융재단 이사장
	신동엽	남	사외이사	현)연세대 경영학과 교수 현)태평양제약 사외이사

이사회 운영

이사회는 연간 운영계획에 따라 매 분기 정기적으로 개최하고 있으며 기타 경영활동상에 중요한 사안이 발생하거나 의장 또는 이사회의 요구가 있을 경우 임시이사회를 개최하여 법령 또는 정관에서 정한 사항과 회사 경영에 관한 중요한 사항을 심의·결정하고 있습니다. 이사회 내의 이해관계상의 충돌을 방지하기 위해 이사회규정 11조에 의거하여 이사회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사하지 못하도록 규정하고 있습니다. 삼성화재는 2011년 총 8회의 이사회를 개최하였으며 윤리·준법 모니터링 계획 보고, 기부금 집행, 내부 통제 평가, 퇴직연금 가입 등의 지속가능경영 관련 이슈도 함께 논의함으로써 삼성화재의 지속가능경영 방향을 제시하고 이해관계자의 권익을 보호하고 있습니다. 또한, 2011년 기준 사외이사 참석률은 93.8%로 적극적이고 책임있는 참여가 이루어지고 있습니다.

이사회 내 위원회

삼성화재는 지배구조를 개선하고 경영의 투명성을 제고하기 위하여 이사회 산하에 경영위원회, 리스크관리위원회, 내부거래위원회, 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 보상위원회 등 6개의 위원회를 설치·운영하고 있습니다.

[위원회 현황]

위원회	역할
경영위원회	이사회 운영의 효율성 제고를 위해 이사회 위임을 받아 주요 경영현안과 지속가능경영 관련 사항 의결
리스크관리위원회	회사 경영상 발생할 수 있는 리스크의 효율적 관리, 감독, 정책수립 및 평가 등 리스크관리 업무총괄
내부거래위원회	내부거래 투명성 제고를 위해 계열사간 중요한 내부거래를 점검, 관리 및 시정조치 건의 등을 수행
보상위원회	경영진에 대한 성과보상제도 설계, 운영, 지급결정 등 제반업무를 수행
감사위원회	이사회, 집행기관으로부터 독립된 위치에서 기업 전반적인 내부통제시스템의 적정성과 경영성과 평가 및 개선
사외이사후보추천위원회	사외이사후보선임의 공정성과 독립성을 확보하기 위하여 사외이사후보를 주주총회에 추천

성과평가 및 보상

삼성화재는 최고경영자와 주요 임원에 대한 성과 평가 체계를 구축하고 있으며 이를 통해 평가 및 보상을 실시하고 있습니다. 또한, 전사 목표 및 평가방향과 연계하여 임원별 평가 KPI를 선정하고, 이를 기준으로 주기적인 피드백과 과정관리를 수행하여 최종 결과에 반영하고 있습니다. 부문간 시너지 및 평가투명성, 공정성을 기하기 위해 공통목표를 설정하고 이에 따라 평가를 실시하고 있습니다. 사내이사의 보수 지급은 직위, 담당부서, 경영 기여도 등을 감안한 평가 결과와 보상위원회에서 정한 기준에 따라 지급하고 있습니다.

지배구조 시스템의 유지 및 개선

삼성화재는 경영정보의 공시 및 투명성 확보를 위해 내부회계관리 제도와 내부통제관리시스템인 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 정확성을 확보하고 체계적인 이력관리를 추진하고 있습니다. 통합인터페이스시스템을 통해 데이터 통합관리를 진행함으로써 재무정보에 대한 투명성을 확보하고 있으며, 내부 통제체제의 견실화를 통해 회사의 지속성장에 기여하고자 내부 감사제도를 운영하고 있습니다. 내부감사는 재무적 측면뿐 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 평가제도(Risk Assessment and Application System), 공시이행실태 자체 점검 등이 있습니다.

주주의 권익보호

삼성화재는 경영상의 주요한 결정사항에 대해 즉각 공시함으로써 주주 및 이해관계자들에게 신속한 경영정보를 제공하고 있으며, 유럽재정위기 등 금융시장 변동성 증가에도 불구하고, 적정 배당 수준이 유지되고 있습니다. 최근 시장 참여자들의 권리의식 신장으로 인한 주주 및 소비자의 소송제기 가능성, 증권관련 집단소송제 시행 등 경영자의 경영활동에 대한 제반리스크가 증가하고 있어 삼성화재는 경영진의 자율적인 의사결정 및 업무집행을 보장하기 위하여 1997년부터 임원배상책임보험을 가입하고 있습니다. 한편 일정요건을 갖춘 주주의 경우 이사회에 주주총회 의안을 제안할 수 있으며, 주주총회에서 의안에 대한 질의 및 설명을 요구할 수 있습니다.

정도를 지키는 윤리경영

바른기업, 깨끗한 기업은 지속가능한 성장의 초석이며, 삼성화재는 정도를 지키는 윤리경영을 실천해 나가겠습니다.

윤리경영

삼성화재는 준법감시인 선임, 윤리강령 및 행동지침 개정, 공정거래 자율준수 선포 등 다양한 활동을 통해 윤리경영을 실천하고 있으며, 윤리경영에 대한 고객의 기대에 부응하고 모든 이해관계자들에게 진정으로 신뢰받는 회사가 되기 위해 노력하고 있습니다.

[윤리경영 전략]



윤리경영 추진

삼성화재는 2000년부터 준법감시인 선임, 금융업계 최초로 공정거래 자율준수 의지 천명 등을 통해 윤리경영 실천의 초석을 마련하였으며, 내부신고제도 운영뿐만 아니라 윤리경영을 성과평가에 반영함으로써 윤리경영이 기업문화로 구축되도록 노력하고 있습니다. 앞으로 해외 시장 진출 확대에 따라 윤리경영시스템과 문화를 글로벌 스탠다드 수준으로 발전시켜 나가겠습니다.

[단계별 윤리경영 추진]

1단계: 윤리경영 도입 (2000년-2002년)	2단계: 윤리경영 체계 확립 (2003년-2009년)	3단계: 윤리경영 문화 구축 (2010년-2012년)
준법감시팀 설치(2000년) · 준법감시 담당자 지정 · 내부통제 기준 지정	윤리강령 개정(2003년-2004년) · 윤리위원회 개편 · 실천사무국 발족 · 윤리준법모니터링 · 윤리경영서약서	윤리경영 실천결의 · 삼성화재 임직원, 자회사 및 협력업체 포함
윤리강령 및 행동지침 개정(2001년) · 윤리경영 홈페이지 오픈 · 사이버 윤리경영 교육	경영원칙 선언 (2005년-2009년) · 경영원칙 및 핵심가치 제정 및 선포 · 경영원칙 실천서약 · 경영원칙 실천위원회 발족	직무별 자가점검 체크시스템 구축 · 9개 세부 업무별 점검 항목 구분 · 분기당 자가점검 2회 실시
윤리경영 선포(2002년) · 윤리행동지침 개정 · 내부통제 기준 제정 · 윤리위원회 발족 · 윤리경영 서약서		금품수수 / 거절 신고 시스템 구축(2012년) · 명절선물 안주도 안받기 캠페인 · 서면 신고양식 시스템화

윤리경영 추진조직

준법감시팀에서는 윤리교육, 일상감시, 내부통제 활동 등을 수행하고 있으며, 이를 지속적으로 모니터링 및 피드백 실시하여 문제점을 개선하고 있습니다. 또한, 감사위원회는 독립된 위치에서 견제와 균형을 통해 윤리경영 운영 시스템을 좀 더 효과적으로 수행할 수 있도록 감시·감독하고 있습니다.

[윤리경영 추진조직 및 활동]



삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

윤리경영 활동

삼성화재는 윤리경영의 활성화를 위해 윤리서약서, 준법교육, 내부거래위원회 운영 등 다양한 활동을 펼치고 있으며, 윤리경영 실천에 대한 과정관리 및 내·외부 윤리경영 평가지표 관리를 통해 윤리경영 추진활동을 강화하고 있습니다.

[윤리경영 주체별 추진활동]

주체	세부내용	주요 추진활동
CEO	윤리경영의지 CEO의 솔선수범	- 신년사, 월 조화사를 통해 임직원 전파 강화 - CEO 및 경영진에 대한 윤리성 평가 실시
주주 / 투자자	이사회 건전성, 독립성 및 위원회의 전문성	- 이사회 내 내부거래위원회 운영 - 경영원칙 실천위원회 운영 - 공시제도 운영 적정성 모니터링 및 개선
	재무보고 건전성	- 감사인의 외부감사 보고서를 통한 적정성 분석 - IR을 통한 회사의 경영지표 공표 - 내부회계관리시스템 운영 - 경영 통일 공시 홈페이지 공시전 일상감시 검증 - 사업보고서 공시전 작성 적정성 검증TF 운영
고객	소비자 보호	- 홈페이지 내 소비자 신고 게시판 운영 - '부정정보'를 통한 고객의 소리 청취
임직원	고용평등, 인재육성, 안전보건, 노사관계	- '호루라기'(내부신고제도) 운영 - 전 임직원 윤리·준법 교육실시(신입, 승격자 대상) - GWP활동(일하기 좋은 일터 가꾸기)
협력업체	윤리 / 공정거래시스템	- 리베이트 등 불공정거래 적발 - 인터넷을 통한 전자입찰제 운영 - 협력업체 평가시 윤리 항목 추가

윤리경영 성과평가 반영

삼성화재는 윤리경영을 강화하기 위해 임직원의 윤리경영 실천활동을 주요한 평가 항목으로 선정, 반영하고 있습니다. 임원의 경우 2002년부터 업적평가 시 윤리지수 항목을 포함하였으며, 직원의 경우 인사평가 또는 각종 시상 선발에 있어 직원의 윤리활동을 평가항목으로 반영하고 있습니다.

[연도별 윤리경영 평가항목]

2002	2003	2006	2010
- 금전 / 부정사고 - 모집질서 위반 - 공정거래 위반	- 금전 / 부정사고 - 모집질서 위반 - 공정거래 위반 - 윤리교육 - 사회공헌활동 - 민원지수	- 금전 / 부정사고 - 공정거래 위반 - 윤리교육 - 사회공헌활동 - 민원 / 분쟁심의 위원회 지수 - Compliance Risk	- 임원별 CR개선 - 준법활동 - 민원 / 분쟁심의 위원회 지수

윤리·준법교육 실시

임직원의 윤리의식을 고취시키고 실천력을 높이기 위해 전 임직원을 대상으로 내부신고사례와 각종 우수 및 실패사례 등 윤리교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 2011년 온라인 교육 2개, 오프라인 교육 51개 과정, 총 53개의 과정이 개설되어 있으며, 온라인 교육에는 12,881명, 오프라인 교육에는 1,819명의 임직원과 7,997명의 RC가 참여했습니다. 또한, 성희롱 예방을 위해 Think Next e-공유가치 교육과정에 '성희롱, 성차별 없는 건강한 기업문화'를 주제로 하는 교육을 포함하여 진행하고 있습니다.

[윤리·준법교육 주요 과정]

구분	교육내용	비고
Think Next e-공유가치	내부통제, 자금세탁방지, 개인정보보호, 공정거래, 청결한 조직, 성희롱 / 성차별 없는 건강한 기업문화, 내부신고제도 등	임직원 (온라인)
Compliance교육	윤리경영, 고객만족판매, 부정부실 방지 등	RC (온 / 오프라인)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

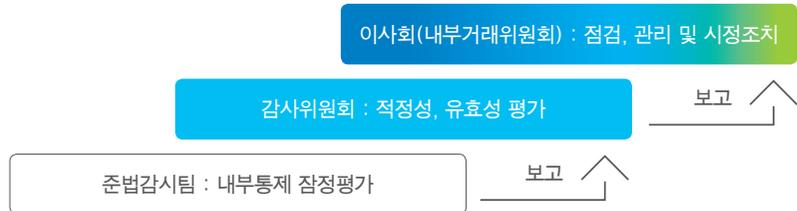
내부통제(Compliance)

삼성화재는 윤리경영의 활성화를 위해 윤리서약서, 준법교육, 내부거래위원회 운영 등 다양한 활동을 펼치고 있으며, 윤리경영 실천에 대한 과정관리 및 내·외부 윤리경영 평가지표 관리를 통해 윤리경영 추진활동을 강화하고 있습니다.

내부통제 관리 체계

삼성화재는 기업 운영상에서 발생하는 다양한 내부통제에 관련된 사안을 감사위원회와 내부거래위원회 주관 하에 관리하고 있습니다. 매 반기 준법감시인은 총 9개의 내부통제 평가항목에 관한 잠정평가를 감사위원회에 보고하고 있으며, 감사위원회는 보고받은 내용에 대해 적정성과 유효성을 평가하여 이사회에 보고하는 과정을 통해 지속적인 모니터링을 실시하고 있습니다.

(내부통제 관리 프로세스)



공정거래 내부감시기구 운영

부당거래로 인해 발생할 수 있는 컴플라이언스 리스크를 제거하고 내부거래의 투명성을 제고하고자 공정경쟁 내부감시기구인 내부거래위원회를 운영하고 있습니다. 외부인사 3명으로만 구성되어 있는 내부거래위원회는 계열사와의 내부거래 보고 청취, 심의 및 의결 업무, 시정조치 건의 등의 역할을 수행하고 있습니다. 계열사간의 대규모 내부거래에 대해서는 50억 원 이상, 보험업법상 제한되는 대주주와의 거래 건의 경우 10억 이상일 경우 이사회 의결을 통해 심사가 이루어지고 있으며 그 외 간사가 중요하다고 판단하는 건에 대해서도 의결을 진행하고 있습니다. 또한, 직원의 부패행위 적발 시 공정하고 적절한 징계규정 및 절차에 따라 심사 후 조치를 취하고 있습니다.

자금세탁방지 시스템 운영

국내 규제뿐만 아니라 컴플라이언스 관련 글로벌 스탠다드 요구에 대응하기 위하여 자금세탁방지 시스템을 구축·운영하고 있습니다. '자금세탁 위험도 평가 및 모니터링', '금융거래제한자와의 거래차단' 등을 실시 하여 회사의 보험거래가 자금세탁에 활용될 잠재적 리스크를 사전에 예방하고 고객 자산관리의 투명성을 제고하고 있습니다.

(공정거래위원회 심사 현황)

연도	심사건수(건)	심사 결과
2009	5	무혐의, 심의절차 종료 등
2010	5	무혐의, 심의불개시 등
2011	3	무혐의, 심의절차 종료 등



(공정거래 자율준수 선포식)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

공정거래 자율준수 프로그램

삼성화재는 준법문화 정착을 위해 자율준수 관리자를 임명하여 '공정거래 자율준수 프로그램'을 운영하고 있습니다. 2001년 국내 금융권 최초로 시작된 '공정거래 자율준수 프로그램'은 공정거래 윤리강령, 행동준칙, 처리규정, 체크리스트, 내부제보제도 등으로 공정거래에 대한 삼성화재의 의지를 담고 있습니다. 공정거래 자율준수 문화가 초기에 정착될 수 있도록 공정거래 자율준수 편람을 제작, 임직원들에게 배포하였으며, 향후에도 자체 점검 활동이나 다양한 교육프로그램을 실시하여 공정거래 문화를 확산시켜 나가겠습니다. 한편, 부적절한 광고 및 마케팅은 법적으로 금지되어 있으며, 삼성화재 별도 내부규정을 마련하여 이를 준수하고 있습니다.

준법활동 실천력 강화

삼성화재는 준법경영 실천력을 강화하고자 자가점검과 일상감시 사전검토를 실시하고 있습니다. 매월 196개 부서에서는 내부통제 자율점검 및 활동보고서를 작성하고 있으며, 이를 통해 전 임직원의 준법경영에 대한 이해 고취와 정도영업 문화를 정착시켜 나가고 있습니다. 뿐만 아니라 전 임직원을 대상으로 윤리준법서약을 실시하여 준법경영 실천을 다짐함으로써 청렴한 조직문화를 구축하고 있습니다. '금융사고예방 전사 일제점검'과 '개인 PC 고객정보 일제정비' 등 테마활동을 실시하여 임직원 스스로 준법활동에 대한 경각심을 제고하고 실천력을 강화하고 있습니다.

자가점검 실시 모든 임직원은 준법경영에 대한 자가 점검을 실시하고 있습니다. 임직원 스스로 업무영역과 분야별 주요 리스크에 대해 점검함으로써 임직원의 준법경영에 대한 이해도를 증진시키고 의식 변화를 유도하는 등 준법문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

일상감시를 위한 사전검토 임직원은 내부통제기준 제9조에 의거하여 업무 활동 시에 관련 법규, 사규 및 윤리경영 등을 준수하여야 합니다. 준법감시인은 임직원의 업무에 대한 법규 준수 및 내부통제 측면에서 사전 검토를 실시하고 있습니다.

일상감시 사전 검토 대상

1. 내부규정의 제정 및 폐기
2. 이사회(감사위원회를 제외한 이사회 내 위원회 포함) 및 각종 중요 위원회의 부의사항
3. 새로운 업무·제도의 개발과 추진
4. 임직원 또는 대주주와의 내부거래
5. 약관 및 대고객 안내 자료
6. 각종 경영공시 사항
7. 감독기관에 제출하는 중요한 자료나 문서
8. 일정규모이상의 보험금 지급에 관한 사항
9. 그 밖에 대표이사가 필요하다고 정하는 사항

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

공익제보 채널 운영

비윤리적이거나 공공의 이익에 반하는 비리 행위에 대해 사전 대응할 수 있도록 공익제보 채널을 운영하여 윤리경영 문화를 공고히 하였습니다.

내부 제보채널 '호루라기'

삼성화재는 임직원의 윤리의식을 공고히 하고 윤리경영을 기업문화로 확립하기 위해 '호루라기'(前 정도지킴이)를 운영하고 있습니다. '호루라기'는 조직 또는 조직 내부 구성원의 비윤리적이거나 공공의 이익에 반하는 행위를 신고하여, 사전에 리스크를 예방하는 제도로서 신고자가 준법감시팀에 전화, 팩스, 이메일 또는 인터넷 사이트 등을 통해 직접 접촉할 수 있는 채널이며, 윤리강령위반행위, 임직원 부정행위, 공정거래 자율준수프로그램 위반행위, 보험모집질서위반행위, 기타 제안사항 등에 대한 제보를 할 수 있습니다. 또한, 내부신고제도 운영지침에 의거하여 본인이 원치 않을 경우 신고자에 대한 철저한 비밀을 보장하는 등 신고자에게 불이익이 가지 않도록 보호하고 있습니다. 2011년 '호루라기'를 통해 총 73건의 제보가 처리되었으며, 앞으로 내부신고 문화를 더욱 확산시켜 윤리경영을 실천하겠습니다.

신고대상	- 임직원의 법률 미준수 행위 - 판매조직의 법률 미준수 행위 - 불공정 거래행위 등 공정거래법 위반행위 - 임직원의 부당한 업무처리 - 판매조직의 부당한 업무처리 - 모집질서 위반행위 - 기타 건의 및 제안사항
신고채널	전화 02-758-7112
	팩스 02-758-4310
	서면 경영원칙 실천사무국
	이메일 ethics@samsungfire.com

부정제보 접수

고객이 임직원 및 판매조직의 비윤리적이거나 비리 행위에 대해서 감사팀에 제보를 하는 채널로서 '공금횡령 및 수뢰', '이중취업', '비상장 거래업체에 대한 부당지분 참여', '금품, 접대 요구나 제공', '기타 임직원 가이드라인 위반사항' 등에 대해서 신고할 수 있습니다. 신고자 및 신고내용은 내부신고제도 운영지침에 의거하여 철저하게 보장하고 있으며 신고내용으로 인한 어떠한 불이익도 없습니다.

신고대상	- 공금횡령 및 수뢰 - 비상장 거래업체에 대한 부당지분 참여 - 이중취업 사례 - 금품, 접대 요구나 제공 - 기타 임직원 가이드라인 위반 사항
신고채널	팩스 02-758-7796
	서면 감사팀
	이메일 auditing@samsung.com



(호루라기 사이트)

선제적 리스크관리

삼성화재는 기업의 성장과 수익성 확보 등 경영활동 전반에 존재하는 위험요소를 사전에 점검, 예방함으로써 지속가능성을 확보하고자 노력하고 있습니다.

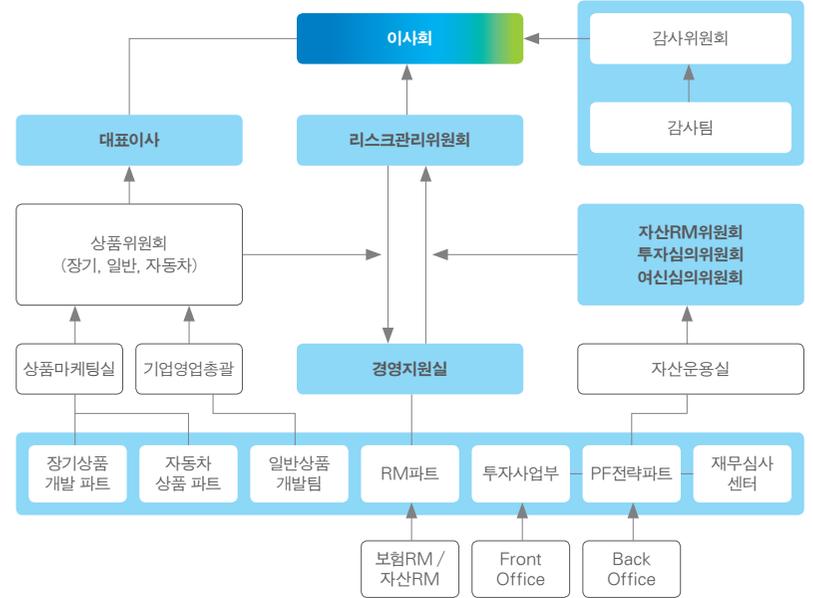
리스크관리 위원회

삼성화재는 변화하는 금융시장에 대응하고, 효율적인 리스크관리 업무를 수행하기 위해 1999년 리스크관리 규정 제정과 더불어 리스크관리위원회를 설치하였으며, 리스크 중심 경영의 활성화를 위해 매년 5회 이상의 리스크관리위원회를 개최하고 있습니다. 리스크관리위원회는 이사회 내 소위원회로서 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.

전사적 리스크관리

국내·외 경영환경의 급격한 변화와 불확실성의 증가에 따라 리스크관리의 중요성이 확대되고 있습니다. 이에 따라 삼성화재는 부문별 리스크관리에서 벗어나 전사적 차원에서 통합관리할 수 있는 리스크관리(ERM, Enterprise Risk Management) 체계 도입을 진행하고 있습니다. 뿐만 아니라 영국표준협회 인증을 획득한 BCM(Business Continuity Management, 사업영속성관리) 체계 구축을 통해 위기상황에서도 고객과 주주의 재산을 보호하기 위해 철저히 대비하고 있습니다. 삼성화재는 리스크관리 문화가 자산운용 및 보험사업 등의 부문에서 정착되는 중이며, 향후 모든 사업부문을 대상으로 통합된 리스크관리 체계를 구축해 나갈 예정입니다.

(리스크관리 조직체계)



(BCM 모의훈련)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

리스크관리 프로세스 삼성화재의 리스크관리는 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 피드백 하는 프로세스로 운영됩니다.

리스크 분석 및 관리 삼성화재는 국내 손보사 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 분석결과는 신상품의 가격결정, 보험상품 수익성 가이드라인, 투자상품 위험 및 손실 분석, 듀레이션 관리 등에 활용되고 있습니다.

(리스크관리 프로세스 5단계)



창의와 혁신을 통한 도약

삼성화재는 단기적으로는 상품 · 서비스 차별화, 일하는 방식 및 조직문화 혁신을 추진하여 국내에서의 차별화된 경쟁력을 확보하는 데 집중하고, 중기적으로는 전체 업무 프로세스와 시스템을 선진화하여 글로벌 초일류 도약의 기반 확립을 추진하고 있습니다.

창조적 경영 혁신과 지식경영

삼성화재는 서비스 체질개선과 차별화된 경쟁력을 확보하기 위해 CEO부터 전 임직원이 함께 하는 전사적인 혁신 활동을 지속적으로 추진해오고 있습니다. 업무 프로세스 혁신, 상품서비스 혁신, 조직문화 혁신을 3대 핵심 혁신 목표로 설정하고 IT인프라, 혁신제도, 지식경영, 혁신추진역량 강화 등을 통해 글로벌 Top 10 비전을 달성할 것입니다.

[경영혁신 추진 Framework]



*PI: Process Innovation

상품서비스 혁신

삼성화재는 고객에게 보다 높은 가치를 제공하기 위해 차원이 다른 서비스를 개발하고 혁신을 체질화 하기 위해 노력하고 있으며, 고객이 진정으로 필요로 하는 상품과 서비스를 제공하기 위해 고객 친화적 관점에서 상품서비스 혁신을 전개하고 있습니다.

업무프로세스 혁신

업무방식의 선진화와 운영경쟁력을 확보하기 위해 체계적이고 일관된 프로세스 혁신을 가속화 하고 있습니다. 배서업무 프로세스 개선, 진료비 전자 청구(EDI, Electronic Data Interchange) 시스템 개발 등을 통해 본업의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 또한, 2011년 부터 2016년 까지 기준정보 체계 정립 및 프로세스 혁신을 통해 일하는 방식의 혁신을 추진하고 이를 시스템으로 구현함으로써 ERP(Enterprise Resource Planning)를 통한 혁신의 지속성을 확보해 나가고 있습니다.

[업무프로세스 혁신 활동 및 성과]

	2001~2008년	2005~2008년	2011~2013년
혁신활동	E-BIZ 시스템 구축 6시그마 프로젝트 추진	차세대 시스템 구축	Biz 영업 · 보상 모바일화 추진
주요성과	- 6시그마 활용 재무성과 (2,156억 원) - 유관업체 온라인 업무 시간단축	- 재무성과(연간349억) - IT운영 생산성 증대 - 시스템개선 통한 RC / 보상 직원 현장활동 강화 - 상품 / 채널 관점 업무 프로세스 혁신	- 모바일 & 스마트 RC상 구현 - 현장 완결형 모바일 영업 환경 구축 - 업무리드타임 20%감축 - 사용자 중심 업무 지원형 시스템 구축 - 시스템 기반 코칭 체계 구축

2010~2011년 프로세스 혁신활동 주요내용

- [전사적 혁신 활동]
- 현장업무 간소화(2010년) : 고객 가치 창출과 관련성이 낮은 업무 제거 / 감축
 - 전사 Process Innovation 추진(2011년 9월-), PLM(Product Lifecycle Management) 구축 및 통계 고도화 추진(2011~2012년)
- [부문 단위 혁신 활동]
- 자동차보상 프로세스 혁신(2008~2010년) : 핵심 손해감소 업무의 속성에 따라 전문화
 - 보상과 영업 현장업무 효율화(2010년) : 현장 저부가가치 업무 간소화 및 효율화
 - 대인보상 진료비 전자청구(EDI) 및 자동심사 체계구축(2010~2011년)
 - RC판매력 강화를 위한 도입 / 육성 프로세스 혁신(2011년 9월~10월)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

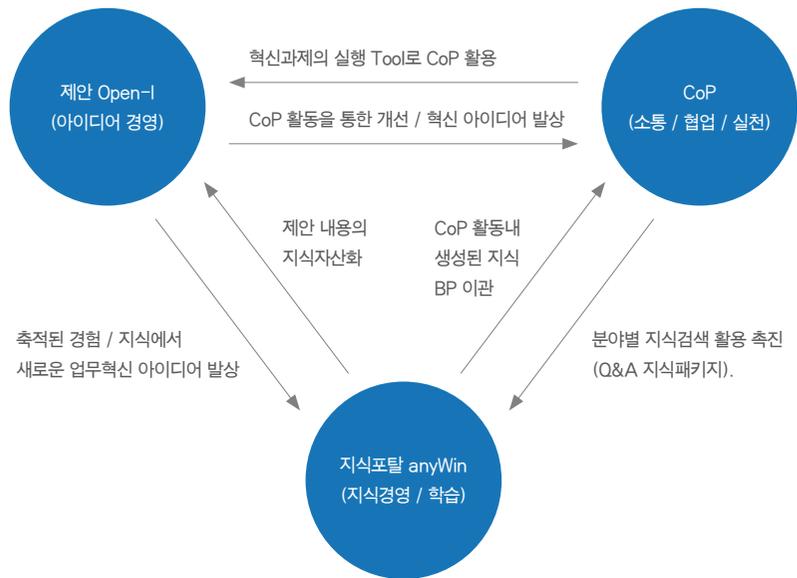
>>

조직문화 혁신

삼성화재의 경영혁신 노력은 CEO로부터 시작되며, 전 임직원이 다함께 혁신활동을 실천하고 있습니다. CEO와 직원간의 커뮤니케이션 채널인 Exciting 특특-CEO 코너를 통해 회사의 경영방침과 주요 현안 등을 공유하고 변화와 혁신에 대한 메시지를 전파하고 있습니다. 또한, 혁신성과에 대한 보상과 인센티브를 지급함으로써 혁신문화의 확산을 제고하고 있습니다.

실행력 강화를 위한 지식경영

삼성화재는 아이디어와 지식경영을 통한 일, 학습 그리고 혁신의 일체화를 추진하고 있습니다. Open-I를 통한 혁신과제 발굴, CoP(Community of Practice)를 통한 혁신실천, 그리고 anyWin을 통한 혁신 노하우 확산이라는 일련의 과정을 통해 지속적인 지식품질을 관리하고 있습니다. 특히 2011년에는 '혁신방송 운영'과 'BP(Best Practice)센터'를 개설하여 삼성화재의 새로운 지식소통 채널로 활용하여 혁신 실행 역량을 강화하고 있습니다.



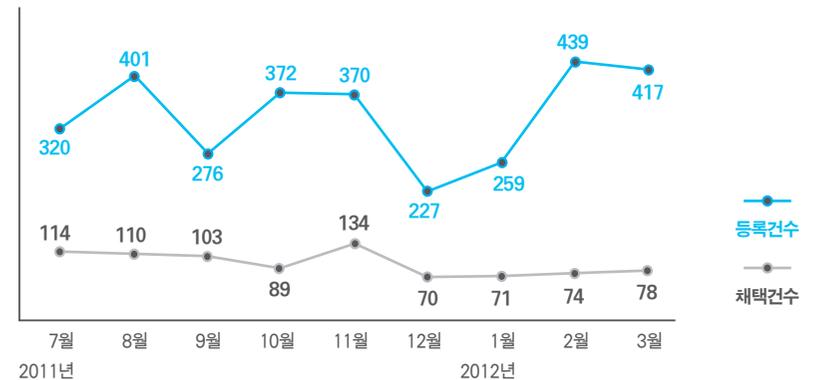
Idea 소통공간 제안제도: 'Open-I'

Open-I는 업무개선, 현안이슈, 새로운 가치창조 등에 대해 전 임직원 누구나 다양한 아이디어를 자유롭게 제시하고 관련된 부서가 이를 채택, 실행함으로써 회사의 경영성과 창출에 기여하는 열린 소통의 장입니다.

(Open-I 시스템)

구분	내용
업무제안	기간·주제에 상관없이 임직원들이 업무 중 개선사항 및 새로운 시도에 대한 아이디어를 제안하는 공간
테마제안	일정한 주제를 정해 특정 기간 동안 임직원들의 아이디어를 수집하는 공간으로 현안 이슈가 있는 어떤 조직(총괄(실), 부서, 팀, TF 등)이라도 활용이 가능
상상플러스	자유롭게 Idea를 등록하여 여러 임직원들의 추가의견을 모아 숙성시키는 아이디어광장과 본인의 아이디어에 대한 임직원들의 찬 / 반 의견을 묻고 토론하는 공간인 OX 토론방으로 구성

(월별 업무제안)



2011년 7월-2012년 3월까지 Open-I를 통해 월 평균 342건의 업무제안이 등록되고 94건의 안이 채택되었습니다. 참여 결과를 제안 유형별로 분석하고 요구사항 개선시 현장의견에 대한 수렴절차를 통해 개선·발전시켜 나가고 있습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

전략실행 및 혁신활동의 장: 'CoP'

'CoP'는 실행공동체를 의미하며 단순한 커뮤니티가 아닌 '실행'이 전제된 삼성화재만의 소통의 공간, 열린 협업의 공간, 자발적으로 참여하는 실천하는 온라인 공간을 의미합니다. 조직 내 특정지식 분야에 대해 관심을 같이 하는 구성원들이 업무상 주요 이슈에 대한 공동 해결 및 조언, 자료 교환 등을 통해 다양한 아이디어와 지식을 나누고 이를 실천하는 장으로 활용하고 있습니다.

[운영 CoP수]

(단위: 개)

구분	2009	2010	2011	2012
CoP	216	303	296	202

지식경영시스템: 'anyWin'

상이한 지식·문서 분류 체계를 표준화하고 산재해 있던 다양한 문서를 전자화함으로써 회사 차원에서 통합·표준화된 지식자산(문서)관리가 가능해졌으며, 이를 업무시스템과도 연계시켜 업무생산성 향상에도 기여하였습니다. 또한, 문서 보안관리 체계를 구축하여 지식·정보 유출을 방지하는 등 지식자산을 보호하고 있습니다.

[anyWin 지식경영 활성화 성과]

(단위: 건)

구분	2009	2010	2011
지식등록	7,539	4,661	3,135
지식조회	167,639	165,158	114,283

[지적재산권 등록 및 출원건수]

(단위: 건)

구분	2009	2010	2011
지적재산권 등록 및 출원	89	98	102

*지적재산권은 상표, 서비스표, BM특허, 저작권 내용을 포함하고 있으며 2009년, 2010년은 회계연도 기준입니다.

지식경영 인프라 선진화 추진

삼성화재는 2012년 1월부터 스마트 워크 정착, 글로벌 사업 확대, ECM(Enterprise Contents Management)도입 등 변화하는 환경 속에서 전 임직원이 언제 어디서든 유효한 지식을 생성 및 공유함으로써 업무역량을 강화하고 협업체계를 구축하여 경영성과 달성을 지원할 수 있는 지식경영 인프라 선진화를 추진하고 있습니다.

[지식경영 인프라 선진화 방향 및 추진과제]



삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

지식경영 성과 관리

혁신올림피아드, Best Practice상, 지식전문가 선정, 최우수 CoP 시상 등 다양한 보상제도 운영을 통해 지식품질 제고 및 임직원의 자발적 참여를 유도해가고 있습니다.

벤처idea 전 임직원들이 신규사업 등 벤처성 아이디어를 제안하면 벤처idea위원회를 통해 비용, 시스템, 인큐베이팅 조직 등 인프라를 지원받아 사업을 직접 추진할 수 있습니다. 임직원의 과감한 도전을 촉진시키기 위해 과제 채택 시 아이디어 제안자에게 건당 100만원을 지급하고, 실제 사업으로 추진되면 투입비용을 초과한 재무성과의 5%를 성과 인센티브로 지원하고 있습니다.

혁신올림피아드 혁신올림피아드는 1년간의 혁신활동을 정리하며 창조적 혁신문화를 한 단계 성장할 수 있는 기회를 만드는 삼성화재만의 혁신 축제입니다. 매년 1-2회 개최되는 이 행사를 통해 창조적인 사고와 실천을 통해 얻은 우수사례를 전사에 전파하여 임직원의 혁신IQ와 실행력을 높이고 있으며, 경영진 및 중간관리자가 함께하여 혁신의 중요성을 공감하고 혁신활동에 참여하는 환경을 조성하고 있습니다. 또 혁신성과가 우수한 조직 및 임직원을 선발하여 보상 및 포상함으로써 삼성화재의 경영혁신에 대한 동기부여를 제공하고 있습니다.

Innovation Incentive 임직원의 도전의식을 고취시키고, 혁신적인 성과 창출을 위해 신상품·서비스 개발, 신시장 개척 등의 신규사업 추진 및 기존업무 혁신 활동에 대해서 이노베이션 인센티브를 지급하고 있습니다.



(혁신올림피아드)

해외시장 확대 및 경쟁력 강화

글로벌 선진금융시장 사업 확대와 신흥국가 진출 등 적극적인 글로벌 사업 확대를 통해 이익 창출과 지속가능성을 확보 하였습니다.

적극적인 해외시장 진출

삼성화재는 성숙기에 접어든 국내 시장환경에 대비하고 미래 수익성 확보와 '2020년 Global Top 10' 비전 달성을 위해 국내 시장에서의 시장 점유율 확대뿐만 아니라 글로벌 네트워크 확대, 해외시장 발굴 및 선점 등 글로벌 사업을 적극적으로 모색하고 있습니다. 현재 삼성화재는 해외 진출시장, 중점 사업영역, 필요 역량에 대한 해외사업 중장기 계획을 수립하여 체계적으로 이행과제를 실천하고 있습니다.

해외시장 변화대응

글로벌 선진금융시장은 자유경쟁으로 사업에 대한 많은 기회가 기대되지만 엄격한 법규와 컴플라이언스 리스크 등의 문제가 예상되므로 사전에 철저한 준비가 필요합니다. 삼성화재는 글로벌 기업으로 도약하기 위해 역량을 강화하고 있습니다. 유럽보험시장은 2013년 Solvency II 를 도입, 공정한 경쟁을 촉진하고, 재무건전성 및 계약자 보호를 강화하는 등 보험감독체계가 새롭게 적용됩니다. 이에 삼성화재는 법인 설립시 재무건전성 강화, 발행자신용등급 평가 실시 등 시장변화 및 규제에 대한 준비를 철저히 하여 지속가능한 성장기반 강화에 만전을 기하고 있습니다.

[해외사업 중장기 사업계획]

	Stage1(~2012)	Stage2(~2015)	Stage3(~2020)
	<p>국내 : 15.0조 원 해외매출 비중: 4%</p>	<p>국내 : 22.0조 원 해외매출 비중: 5%</p>	<p>국내 : 34.0조 원 해외매출 비중: 18%</p>
전략	<ul style="list-style-type: none"> - 주요국가 성공모델 창출 - 중국, 미국, 싱가포르 	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬시장 본격확대 - 신시장 성공모델 확산 	<ul style="list-style-type: none"> - 사업포트폴리오와 해외사업 핵심역량 글로벌화 달성
중점 추진전략	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 자동차보험 직판 개시 - 미국 일반보험 성공모델 창출 - 재보험사업 조기 안정화 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 자동차보험 사업 확대 - 미국 로컬사 M&A - 아시아 신흥시장 M&A 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 제2 내수시장화(M&A포함) - 미국사업 Biz라인 확대 - 싱가포르 Top5 재보험사 달성
필요역량	<ul style="list-style-type: none"> - 해외사업 RM체계 - 글로벌 IT시스템 - 해외사업 인력양성 	<ul style="list-style-type: none"> - M&A역량 - Local 인프라 확대 지속 	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 사업역량 - Local 인프라 완성
거점	<ul style="list-style-type: none"> - 6법인, 7지점, 6사무소 	<ul style="list-style-type: none"> - 11법인, 11지점, 10사무소 	<ul style="list-style-type: none"> - 14법인, 15지점, 10사무소

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

>>

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

해외사업 확대 성과

삼성화재는 2011년 미국지점 관리회사를 설립하는 등 미국, 중국, 유럽 등 전 세계 8대 전략 지역에 글로벌 네트워크 구축을 완성하였습니다. 삼성화재는 2011년 유럽, 미국, 싱가포르 법인 그리고 중국 천진의 영업지점을 오픈하면서 현재 10개국 19개 거점(법인 6, 지점 6, 사무소 7)을 운영하고 있으며, 2011년 기준으로 해외시장에서 매출 3,833억 원(3.5억 불)을 달성했습니다. 이는 2010년에 비해 26.1% 향상된 성과이며 2020년까지 해외 로컬사업을 본격화하여 해외매출 비중을 18% 수준까지 확대하고자 합니다.

선진금융시장 사업 확대 미래 성장동력을 강화하고 성장성을 유지하기 위해 글로벌 선진금융시장 진출을 확대하고 있습니다. 삼성화재는 유럽, 싱가포르, 미국 등 선진 보험시장에 법인을 설립하면서 글로벌 선진금융시장 개척을 위한 교두보를 마련하였습니다. 특히 세계 금융의 중심지인 미국에 관리회사를 개설함으로써 독자경영이 가능해져 글로벌 보험사들과 본격적인 경쟁을 할 수 있는 여건이 조성되었습니다. 향후 글로벌 거점을 강화하는 동시에 글로벌 네트워크를 통해 성장 동력을 발굴하고 그 전략을 공유하여 지속적인 이익 창출을 실현하겠습니다.

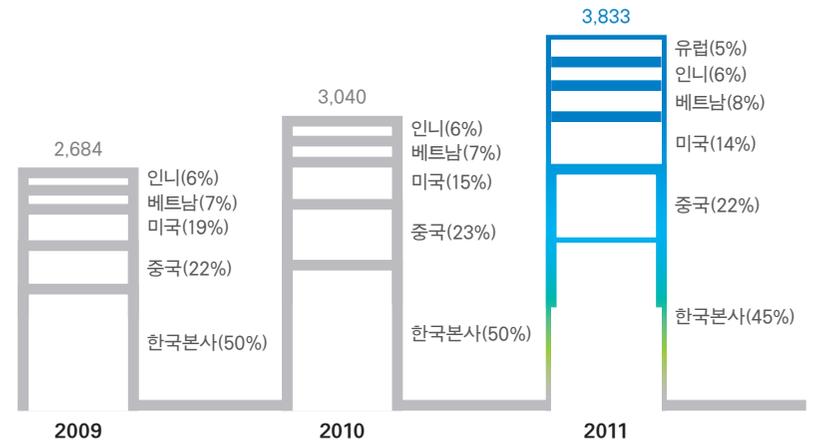
신흥국가 진출 세계 보험시장은 신흥국의 경제성장과 인구증가로 높은 성장세를 보이고 있으며, 이에 따라 신흥국 진출은 삼성화재의 미래 성장동력원으로 작용할 것입니다. 삼성화재는 선진금융시장과 함께 중국, 두바이, 인니, 베트남, 브라질 등 신흥국 진출 노력의 결과, 2011년 1월 원수 보험사 최초 두바이 중아사무소를 오픈하였으며, 아랍에미레이트 1,2위 보험사와 업무협정을 체결하여 현지 보험사와의 파트너십을 강화하고 있습니다.

또한, 2011년 10월에는 북경, 심천, 소주, 정도에 이은 5번째 중국 지점인 천진지점을 오픈하면서 적극적인 신흥시장 사업확대를 추진하고 있습니다. 삼성화재는 파트너십 강화와 적극적 로컬화 등을 통해 지속적으로 글로벌 네트워크를 확대해 나갈 것입니다. 더불어 신흥국 진출을 통해 해당 국가에 선진보험기법을 전수하고 우수하고 전문화된 보험서비스를 제공하는 등 글로벌 종합보험사로서 사회적 책임 활동을 전개하고 있습니다.

국제회계기준(IFRS: International Financial Reporting Standards) 도입 자본시장 글로벌화가 본격적으로 시작됨에 따라 회계기준의 통일성이 크게 요구되고 있습니다. 삼성화재는 국제회계기준에 대비하여 2008년부터 별도의 TFFT를 구성, 한국채택국제회계기준 도입 프로젝트를 진행하여, 2010년부터 분·반기 및 기말 기준의 재무정보와 공시사항을 한국채택국제회계기준에 따라서 산출하고 있습니다. 국제회계기준(IFRS) 도입으로 삼성화재는 외부적으로 투명성 증진을 통해 투자자에게 기업이미지 개선과 주주가치를 제고하고 내부적으로는 보고단위를 통합함으로써 관리효율을 높이고 이중 회계처리비용을 방지하고 있습니다.

(법인별 해외매출 추이)

(단위: 억 원)



※ 유럽법인 2011년 설립

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

>>

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록



- Subsidiaries & Joint Venture(6)
- Branches(7)
- Representative(Liaison) Offices(6)

글로벌 신용평가 최고등급 획득

삼성화재는 성장성, 효율성, 수익성과 리스크관리 및 해외사업 추진 능력을 인정받아 2011년 세계 최대 보험회사 전문 신용평가기관인 A.M. Best사로부터 최고 신용등급인 A++(Superior)를 획득하였습니다. 전 세계 A.M. Best 등급을 받는 보험사 중 0.8%만이 본 등급에 해당하며 아시아에서는 동경해상과 삼성화재가 유일합니다. 또한, 세계 최대 신용평가 기관인 S&P(Standard & Poors)사로부터 자본력과 안정적인 수익성 유지, 위험관리 능력 등을 높이 평가하여 9년 연속 A+, 안정적(Stable) 등급을 부여 받았습니다. 삼성화재는 글로벌 신용평가 기관에서 높은 등급을 획득함에 따라 국내외 투자자와 고객에게 더 나은 신뢰와 믿음을 제공하고 있습니다.

A.M. Best사 신용평가



세계최고등급 A++

S&P사 신용등급평가



9년 연속 A+



브랜드 가치제고 “think NEXT”

기업 브랜드는 고객의 이성적 만족, 정서적 만족, 그리고 가치적 만족의 단계를 거치면서 성장합니다. 브랜드 가치 제고를 위해 기업은 지속적으로 본원적 역량, 고객과의 소통, 사회 친화적인 활동들을 강화하여야 합니다. 삼성화재의 브랜드관리는 단지 광고, 커뮤니케이션만의 문제가 아니라 기업의 본업과 함께 움직여야 한다는 차원에서 진행하고 있습니다. 삼성화재는 차별성, 일관성, 효율성 관점에 입각한 브랜드관리 활동을 통해 고객의 모든 생활에 안심을 주는 앞선 종합보험사로 포지셔닝하기 위해 노력하고 있습니다.

[브랜드 경영 비전]



브랜드 경영

삼성화재는 무형의 자산 가치를 증대시켜 지속가능한 기업으로 성장하고자 브랜드 경영을 추진하고 있습니다. 기업의 핵심 가치, 상품·서비스를 브랜드화하여 브랜드 간의 관계와 역할을 명확하게 규정짓고 새로운 가치를 창출하는 전략적 브랜드관리를 하고 있습니다. 기업 슬로건인 ‘think NEXT’, 자동차 보험 브랜드인 ‘애니카’, 컨설팅 판매조직인 ‘삼성화재RC’, 인터넷 자동차 보험 브랜드인 ‘마이애니카’ 그리고 서비스 브랜드인 ‘내 일처럼’은 시장상황에 유연하게 대응 가능하게 하며 브랜드간 시너지 효과를 극대화하고 있습니다.

‘think NEXT’

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

기업 브랜드



개별 브랜드



서브 브랜드



브랜드 가치제고

삼성화재는 브랜드 이미지 평가 및 개선 활동을 반기별로 진행하고 있으며 조사결과를 통해 고객접점부서와 함께 개선방안을 도출하고 추진계획을 실천함으로써 브랜드 가치를 제고하고 있습니다. 이런 브랜드관리의 노력으로 국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 손해보험부분 1위, 프리미엄브랜드지수(KS-PBI) 손해보험부문 1위, 한국산업의 브랜드파워(KBPI) 자동차보험부문 1위 등 대외적인 경쟁력 성과를 인정받았습니다. 향후 브랜드관리에 대한 정책 및 프로세스를 고도화하고 철저한 모니터링을 통해 지속가능한 미래가치 창출을 실현하겠습니다.

가치창출과 배분

유럽 국가들의 재정위기 확산으로 인한 국제금융시장 불안 및 세계 경기침체가 지속되는 가운데 손해보험 업계는 일본, 태국에서의 지진, 홍수 등 대형 자연재해로 인해 보험 리스크가 더욱 확대되었습니다. 그러나 어려운 경영환경 속에서도 삼성화재는 우수한 채널, 차별화된 리스크 관리 및 견실한 자산운용으로 매출, 손익 및 투자영업 등 많은 부문에서 가시적인 성과를 거두었습니다.

성장성

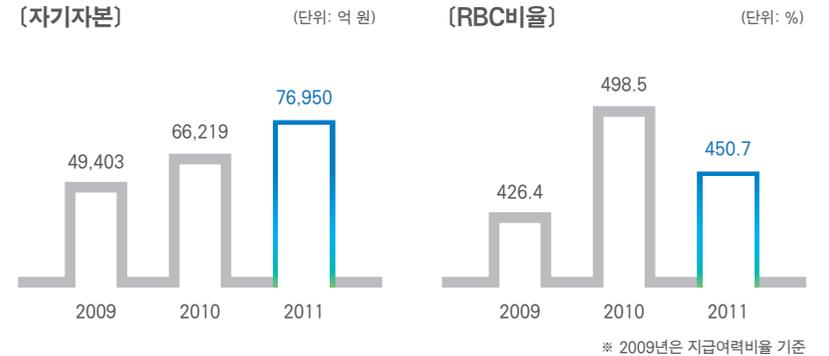
삼성화재 원수보험료 매출은 최근 2년간 연평균 성장률 15.9%를 기록하였는데, 이는 주로 장기보험이 최근 몇 년간 두 자릿수 성장을 지속한데 기인합니다. FY11 장기보험은 신계약 고성장, 계속보험료 의 지속적인 유입으로 18.0% 성장을 기록했으며, 일반보험과 자동차보험 역시 각각 12.7%, 5.7% 성장하면서 균형적인 매출 포트폴리오를 유지하였습니다. 총 자산은 장기보험의 안정적인 성장세를 바탕으로 19.7% 성장한 38.6조 원을 기록하였습니다.



안정성

지난 5년간 금융시장의 변동성에도 불구하고 삼성화재의 자기자본 연평균 성장률은 19.4%로 높은 성장세를 지속하고 있습니다. 또한, 보험회사의 자본적정성을 측정하는 RBC비율은 450.7%로 업계 최고의 지급여력을 확보하고 있습니다.

삼성화재는 이와 같은 우수한 자본력은 물론 안정적인 경영성과 및 견실한 리스크관리 등의 능력을 인정받아 세계 최대 신용평가기관 S&P, A.M. Best로부터 우수한 평가를 받고 있습니다.



수익성

삼성화재 당기순이익은 자동차 및 장기보험의 손해를 개선과 투자부문에서의 이익 증가에 힘입어 지난해대비 16.0% 성장한 7,845억 원을 시현하였습니다. 특히 자동차와 장기보험의 손해율은 전년대비 개선된 것은 물론 2위권사 대비 격차를 확대하고 있는데, 이는 당사의 차별화된 Underwriting 정책과 효율적인 보상프로세스에 기인합니다.



삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

투명한 지배구조

정도를 지키는 윤리경영

선제적 리스크관리

창의와 혁신을 통한 도약

고객

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

경제적 가치배분

경영활동으로 발생된 경제적 가치를 삼성화재의 모든 이해관계자와 함께 나누고 있습니다. 2011년 한 해 창출한 경제적 성과에서 고객, 임직원, 파트너, 주주와 투자자, 정부 그리고 지역사회에 환원한 가치는 총 9,858억 원이었습니다. 삼성화재는 앞으로도 지속적인 경제적 성과창출과 함께 사회적 기업으로써 책임을 다하겠습니다.

[2011년 경제적 가치배분]

(단위: 억 원)

대상	항목	2011년 금액
주주	배당금	1,749
정부 / 지방자치단체	국세 및 지방세	2,138
지역사회	사회공헌비	253.9
채권자	이자비용	47
임직원	급여 및 복지비용	5,649

미래의 자산가치 보존 손해보험은 불의의 사고로 인한 피해를 보상하여 불확실한 미래에도 현재의 자산가치를 보존할 수 있게 함으로써 고객의 삶의 질과 기업경영의 안정성을 향상시킬 뿐만 아니라 궁극적으로 국가 경쟁력 제고의 원동력이 되고 있습니다. 삼성화재는 최근 빈번해지고 있는 허리케인, 쓰나미, 지진 등 대형 자연재해에 대해서도 업의 본질에 맞게 사회안전망 역할을 충실하게 함으로써 지속가능한 발전에 기여하겠습니다

교통안전 사고예방 삼성화재는 안전의식 및 안전문화 확산을 위한 다양한 활동을 실시하고 있습니다. '삼성교통안전문화연구소' 운영으로 체계적이고 과학적인 교통안전 조사와 연구를 진행하고 있고 교통안전예방자료 발간, '삼성애니카교통나라' 운영 등 시민의 교통안전과 생활 안전에 대한 인식개선에도 앞장서 사회전반에 안전문화를 정착시키고자 노력하고 있습니다.

장애인 인식개선 삼성화재는 장애인에 대한 편견과 차별이 없는 세상을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 안내견사업, 장애인 사회적응 지원사업과 같은 직접적인 지원 이외에도 장애인 역시 비장애인과 마찬가지로 독립된 삶을 가진 사회의 일원이라는 올바른 인식을 갖도록 '장애인 인식개선' 사업을 펼치고 있습니다.



(뽕꼬 아 뽕꼬)



(키자니아 삼성화재 소방서)

Customers

Our Approach

삼성화재는 진정성을 담은 신속하고 정확한 서비스를 통해 고객만족경영을 실현하고자 합니다. 고객 중심의 서비스 체계를 정비하고 고객만족을 넘어 고객 감동을 실현하는 서비스를 구현하고자 노력하고 있습니다.

고객만족 서비스 체계	- CS 운영체계, SI 정립을 통한 고객센터 역량강화
고객만족 상품개발	- 고객의 니즈를 파악하고 이를 반영하는 상품개발 프로세스 운영
고객감동 서비스 제공	- 고객 접점 서비스와 모니터링 실시
고객안전 강화	- 고객 정보보호 강화와 보험사기 방지



2011년, '내 일처럼'이라는 Service Identity 를 확립하여 고객만족경영의 기틀을 갖추었습니다.

Performance Highlights

CS교육 **423**회 **18,760**명

고객패널 운영 **11**기

고객만족도 **1**위
그랜드슬램 달성



2011년 3월 삼성화재 고객사랑방인 '아우시랑' 3호점(목동)이 오픈하였습니다.

고객만족 서비스 체계

삼성화재는 체계화된 고객서비스를 제공하여 브랜드 가치를 높이고 고객의 신뢰를 받는 기업으로 나아가고자 노력합니다.

고객만족경영

삼성화재는 언제나 고객의 입장을 이해하고, 고객에게 쉽고 정확한 서비스를 제공하여 고객과 평생을 함께하는 기업으로 나아가고자 노력합니다. 삼성화재가 신뢰와 안심을 주는 기업이 될 수 있도록 기업경영의 중심에 고객을 두고 서비스 가치를 구체화하여 임직원에게 실천가이드를 제공하고 있습니다.

고객감동의 기준, '내 일처럼'

2012년 1월, 언제나 고객의 입장에서 고객의 일을 우선으로 생각하겠다는 삼성화재의 서비스 원칙을 담아 SI(Service Identity)를 선포하였습니다. '내 일처럼'은 고객을 위한 CS문화를 정착하여 차별화된 상품과 서비스를 제공하기 위한 삼성화재의 지향점이자, 고객에게 드리는 약속입니다.

Service Identity-내 일처럼



Simple	caring	Sincere
간편하고 신속, 정확한 서비스	더 세심하며, 친절함 감동서비스	진정성과 진심을 담은 감성서비스

Service Identity	Moments Of the Sure 『믿음이 가고 안심이 되는 순간들』
SI Slogan	자신의 일처럼 진정성을 갖고 고객에게 최선을 다해 서비스하자는 다짐
Core Value	Simple - Caring - Sincere

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

고객만족 서비스 체계

고객만족 상품 개발

고객감동 서비스 제공

고객안전 강화

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

CS운영 체계

삼성화재는 고객업무품질개선위원회를 두어 전사적으로 고객만족 서비스가 원활하게 운영될 수 있도록 지원하고 있습니다. 고객업무품질개선, 고객권익보호, 자율조정, 분쟁심의회와 같은 고객만족 활동 4가지 분야에서 전국의 CS 담당자가 유기적으로 협력하여 고객과 관련한 이슈를 파악하고 있습니다. 아울러 고객서비스 활동에 대한 정량·정성적 평가를 통하여 현 수준을 확인하고 개선을 위한 역량을 제고하고 있습니다.

CS 역량강화

삼성화재는 지속적인 CS 교육을 통해 급변하는 금융산업에 대한 지식을 축적하고 경쟁력 있는 고객 서비스를 제공하고자 노력하고 있습니다. 고객과 직접 마주하며 고객의 니즈에 따라 적절한 서비스가 제공될 수 있도록 직무 별로 역량진단과 분석을 실시하고 특성에 맞는 교육 프로그램을 운영합니다. 임직원 및 FC들은 고객에 대한 기본 서비스 응대부터 불만고객응대, 컨설팅, 팀워크, CS 리더양성과정에 이르기까지 온·오프라인 교육을 의무적으로 수강하고 있습니다.

삼성화재는 이 밖에도 사외 강사 초빙, CS 교육 방송, CS 매뉴얼 보급 등 다양한 매체를 활용하여 고객 의식 개선과 서비스 경쟁력 강화에 대한 교육 활동을 추진하고 있습니다.

[2011년 CS교육 주요내용]

구분	교육 내용
영업	고객관리 중요성, CS활동 우수사례 소개
보상	민원, VOC 수집, CS활동 중요성, Role Playing
손해사정	녹취콜 분석 및 코칭, Role Playing
고객 청구	미스터리 쇼핑, 1:1 영상촬영 및 코칭, Role Playing



(고객 First 캠페인)



(고객감동 캠페인)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

>>

고객만족 서비스 체계

고객만족 상품 개발

고객감동 서비스 제공

고객안전 강화

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

고객만족 상품 개발

삼성화재는 고객입장에서 보험상품·서비스를 제공하고 고객에게 더 큰 가치와 만족을 드리고자 노력합니다.

지속가능한 상품 운영

삼성화재는 시장동향, 고객분석, 상품 모니터링을 통해 지속가능한 상품·서비스를 제공하고 있습니다. 고객의 생명과 안전에 필요한 상품들 뿐만 아니라 노후대비, 자녀육아, 재테크, 여행 및 레저, 그리고 생애 주기에 필요한 모든 보험을 통합한 상품들이 고객의 기호에 따라 다양하게 설계되어 있습니다. 특히 평소 보험상품에 대해 갖고 있던 고객 아이디어나 개선점을 적극 수용하여 상품 기획 및 설계의 단계에서부터 다각도로 반영하고 있으며, 상품실무협의회에서는 Business Case를 도출하여 심의하고 있습니다. 삼성화재는 고객의 입장에서 도움이 되는 사항을 적극적으로 파악하고 고객의 안전과 재산을 보장하는 다양한 방안을 연구함으로써 보험상품 개발에 대한 전문성을 더해가고 있습니다.

건전한 보험 계약 문화 정립

삼성화재는 보험가입과 인수 과정에서 모든 고객에 대해 평등한 계약조건을 적용하고 있습니다. 특히 장애인 심사에 있어서도 신체적, 정신적 장애에 대해 의학적·통계적인 정당한 원칙에 기반하여 인수여부를 결정할 것을 보험계약 가이드라인에서 규정하고 있습니다.

[상품개발 프로세스]



브랜드네이밍 체계 개선

고객이 좀 더 쉽게 상품을 기억 할 수 있도록 브랜드네이밍 체계를 개선하여 기업브랜드인 '삼성화재'를 각인시키고 있습니다. 고객이 상품의 이름만을 접하더라도 해당 서비스에 대한 이해가 명확하고 기억에 용이하게 각인 될 수 있도록 상품에 대한 주목도를 확보하여 고객과의 커뮤니케이션을 원활하게 하는 효과를 얻고자 합니다.

고객감동 서비스 제공

삼성화재는 고객 가까이에서 목소리를 들으며 진정성이 담긴 서비스를 제공함으로써 고객의 가치를 높이고 있습니다.

고객접점의 서비스

고객은 삼성화재의 핵심가치이자 경영활동의 중심입니다. 고객에게 더 큰 가치를 제공하기 위해 고객의 입장에서 고객을 대하고 고객의 접점에서 진정성이 담긴 서비스를 창출하기 위하여 Speed, One-stop, Network, 24H 365D를 필두로 다양한 채널을 통해 고객서비스를 제공하고 있습니다.

모바일 고객서비스 운영

모바일을 이용한 인터넷 이용 증가 추세에 적극적으로 대응하여 다양한 모바일 기기를 이용한 보험 서비스를 제공하고 있습니다. 삼성화재는 모바일 홈페이지(m.samsungfire.com)를 통해 상품, 보상 및 부가서비스 정보를 제공하고 있으며 고객창구 어플리케이션을 이용해 계약조회 / 변경, 사고접수, 대출 및 증명서 출력 등 보험업무처리서비스를 제공하고 있습니다.

마이애니카 M 스마트폰 어플리케이션을 통해 사고접수, 정비소 조회, 자동차 보험료 계산, 상품 확인을 쉽게 할 수 있고, 차계부, 내차 위치 찾기 등 차량이용 편의 서비스를 이용할 수 있습니다.

'콜투웹'서비스 콜 대기 중 스마트폰에서 고객이 직접 사고 접수와 고장출동 요청을 할 수 있으며, 자동차 사고 사진 보내기, 대출서비스 및 증명서 발급도 쉽게 이용할 수 있습니다. 향후 예도 모바일과 콜 서비스를 연계한 대고객 서비스 편의성을 강화하도록 하겠습니다.

운전성향 점검서비스 안전운전캠페인의 일환으로 운전자의 운전성향을 진단해주는 서비스를 스마트폰에서 구현하고 있습니다. '마이세이프드라이빙' 어플리케이션은 가속센서, 자이로센서와 GPS를 활용하여 스마트폰을 통해 운전자들의 운전점수, 전국의 세이프 존, 참여자 랭킹 등을 확인 할 수 있습니다.

휴일 없는 서비스 '24HOURS'

365일 24시간 고객을 위한 휴일 없는 서비스를 제공하는 '24HOURS'는 지난 2010년 11월에 개설되었습니다. 본사 내 종합상황실을 설치하여 출동요청, 계약문의, 고객상담, 사고접수는 물론, 민원대응과 현장출동까지 맡아 관리하고 있으며, 직원이 매 시간 상주하며 즉각적인 대응방안을 수립하고 실행합니다.

CAFÉ형 고객 공간 '이우사랑'

'이우사랑'은 지역주민들을 위한 사랑방과 같은 공간으로 지역주민들과 주부들에게 많은 호응을 얻고 있는 삼성화재 라운지입니다. 아파트 입주민을 대상으로 편안한 카페와 문화강좌 프로그램 등을 제공하여, 어느새 고객 친화공간으로 자리잡았습니다. 또한, 대형 버스안에 이우사랑 인프라를 옮긴 '무빙 이우사랑'등 신개념 보험샵을 운영하고 있습니다. 삼성화재는 지역주민을 위한 공간마련과 같은 특화된 서비스와 다양한 고객친화 프로그램을 통해 고객에게 가까이 다가가고자 합니다.



(이우사랑)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

>>

고객만족 서비스 체계

고객만족 상품 개발

고객감동 서비스 제공

고객안전 강화

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

미래 고객에 대한 투자

삼성화재는 미래 고객 선점을 위해 다양한 마케팅 활동을 펼치고 있습니다. 다이렉트사업부에서는 대학 산학협력을 통해 20-30대를 대상으로 영세대 마케팅을 진행하고 있습니다. 아울러 대학생 마이애니카 서포터즈를 선발하여 이들이 마이애니카 홈페이지를 통해 상품정보에 대한 정확한 이해를 돕고 상품이 필요한 세대에 홍보활동이 가능하도록 지원합니다. 이 밖에도 삼성화재는 온·오프라인을 연계한 프로그램을 운영하며 젊은 세대의 다양한 생각과 아이디어가 반영될 수 있는 상품 개발을 확대하고자 노력합니다.

다이렉트 존 운영

20-30대의 젊은 층의 자동차 보험 가입이 늘어남에 따라, 삼성화재는 젊은 고객층 확보를 위해 신개념 무인점포인 삼성화재 다이렉트 존을 설치하였습니다. 이는 자동차보험에 관심이 있는 누구나 쉽게 접할 수 있는 소형부스로 현재 대학교와 영화관내 문화 여가공간의 특성을 활용한 초소형 무인점포로 운영되고 있습니다. 다이렉트 존에 설치된 컴퓨터에 고객의 인적사항과 차량정보만 입력하면 예상보험료가 계산되어 고객에게 간편하고 신속한 서비스를 제공합니다.

고객 커뮤니케이션

삼성화재는 고객에 대한 인식을 새롭게 하고 고객 서비스의 기본을 충실히 하고자 전사적으로 고객 1st 캠페인을 전개하여, 고객을 응대하는 임직원의 기본자세를 점검하고, CS 혁신 4대 과제와 세부 실행계획을 추진하여 CS 경쟁력을 제고하였습니다. 고객만족 캠페인은 일회성 이벤트로 그치지 않고 세부적인 활동들을 연속해서 실시함으로써 업무의 중심에는 항상 고객이 있음을 전 임직원들이 인식할 수 있도록 하였습니다.

‘고객속으로’ 캠페인

‘고객속으로’ 캠페인을 통해 본사 임원들 및 부서장들은 현장에서 사고현장, 청구업무 수행, 고객 안내 등 다양한 역할 체험을 하였습니다. 2011년 4월부터 2개월간 본사 스텝 직원들은 본사 인근 도로와 횡단보도에서 안전운전 피케팅과 리플릿을 배포하여 운전자들의 안전운전을 독려하는 교통안전 가두캠페인을 실시하였습니다. 또한, 감사의 인사를 전하는 ‘Thank U’ 편지쓰기 캠페인은 전 임직원이 예쁜 손 글씨가 담긴 카드로 고객에게 정성을 표현하는 행사로, 삼성화재의 큰 경쟁력이 되어준 고객에 대한 인식을 새롭게 하는 계기가 되었습니다.

영업 및 보상부문 고객서비스

장기보험을 2년 이상 계약 유지하고 있는 고객들을 대상으로 고객 방문과 경품 이벤트를 실시하고 RC들을 통해 고객 캠페인에 대한 성과를 모니터링 하고 있습니다. 또한, 소비자센터가 주관하는 보상관련 부실 민원 감축 캠페인은 보상 CA들의 기본지킴이, 일일 자가진단 프로그램 등으로 구성하여 고객에게 친절하고 사후 처리에 대한 충분한 안내, 공정한 불만 해결 등의 기본 업무에 대한 진단을 할 수 있도록 하고 있습니다. 뿐만 아니라 ‘미스터리 쇼핑’ 제도를 도입하여 현장 출동에서부터 보상에 이르는 전 과정을 점검함으로써 고객의 입장에서 필요한 서비스가 정확하게 제공될 수 있도록 노력하고 있습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

>>

고객만족 서비스 체계

고객만족 상품 개발

고객감동 서비스 제공

고객안전 강화

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

고객 소통 채널 운영

삼성화재는 다양한 고객층과 자유롭게 소통하기 위해 온라인 SNS 채널을 통해 교통, 안전, 건강, 환경, 보험, 재테크 등 보험 및 금융상품에 대한 고객의 이해를 높이는 동시에 회사에 대한 인지도를 제고하고 있습니다. 2008년에 개설된 초보운전 커뮤니티 네이버 카페 'I am 초보', 블로그 '화제만발'은 2030세대를 위한 콘텐츠로 각광받고 있으며, 2만여 고객과 소통하고 있는 삼성화재 공식 트위터와 페이스북도 삼성화재와 고객의 소통창구로서 역할을 톡톡히 하고 있습니다.

고객만족대상 개최

연 1회 실시되는 고객만족대상은 삼성화재의 고객만족을 위해 한 해 동안 수고한 이들의 공로를 치하하고, 고객을 위한 노력의 결실을 맺는 뜻 깊은 행사입니다. 2012년 18회를 맞이한 고객만족대상은 RC와 고객, 파트너사 대표들을 초대하여 사업부 공로상, 우수영업팀장상, RC상, CS실천인상, 우수협력회사 감사패 등을 수여하였습니다. 많은 시간을 고객과 함께하며 고객만족을 일구어온 임직원과 RC들을 격려함으로써 업무에 대한 자부심을 가지고 열심히 활동할 수 있도록 독려하고 있습니다.

고객패널제도 실시

삼성화재 고객은 매년 실시되는 '고객패널' 활동을 통해 직접 보험 상품·서비스를 체험하고 그에 대한 개선점과 발전 방향을 임직원과 함께 공유할 수 있습니다. 홈쇼핑 연금·적금, 집 보험, 마케팅 캠페인 등 다양하게 선정된 주제에 대하여 고객들은 일정기간 동안 상품 가입 상담, 회사별 마케팅 비교분석 등의 활동을 하게 됩니다. 약 4개월에 걸친 활동의 결과물을 고객패널 발표회를 통해 삼성화재 임직원들과 함께 공유하고, 직원들은 패널들의 목소리를 반영하여 상품·서비스를 개선하여, 향후 제도나 정책 수립에 활용하게 됩니다. 고객패널 제도는 2005년 6월부터 2011년 12월까지 총 11기가 지속적으로 운영되고 있으며, 현장 체험과 인터뷰를 통한 생생한 현장 분석을 토대로 실질적인 상품·서비스 개선안이 마련되었습니다.

(고객패널운영 주요성과)

기수	주제	주요 추진 활동
01	자동차보험	고객맞춤형컨설팅시스템 수정 및 보완 홈페이지 디자인, 콘텐츠 개선
02	고객정보제공	알기쉬운 보상사례집 제작 및 배포 고객안내장·리플렛 등 품질 개선
03	RC 경쟁력	고객만족판매 실천가이드 기준 수립 영업관리자·RC 업무태도 개선교육
04	고객접점서비스	사고처리단계별 안내프로세스 개선 협력업체 직원대상 CS메뉴얼 제작 및 배포
05	신채널 경쟁력 제고	판매인 교육강화, 상품안내자료 개선 방카슈랑스 담보보완 개정상품 출시
06	자동차보험	애니카레یدی 출시, 신규약관 개발 모바일 출동 관제시스템 오픈
07	장기보험 만족도 강화	부가서비스 운영관리 시스템 구축 실손의료비 사전조회 프로세스 개선
08	2030대 자동차 보험	멤버십카드 출시, 드라이빙 스쿨 실시 긴급출동서비스 ARS 접수단계 축소
09	30대 여성 장기보험	자녀보험 보장범위 확대 기업블로그 운영
10	24 / 365체계 접점서비스	전 출동자 CS 교육, 3대 이행과제 실시 SNS채널(블로그 / 트위터, 카페 등) 활성화 추진
11	홈쇼핑 연 / 적금 집보험 마케팅 강화	홈쇼핑 연 / 적금 금리 인상, 집보험 보장강화 마케팅 캠페인 아이디어 반영

서비스 모니터링

삼성화재는 언제나 고객의 목소리를 상품·서비스에 반영하고자 고객만족도 조사 및 VOC 수집 활동을 활발히 실시하고 있습니다. 수집된 고객의 의견은 관련부서 및 RC, 파트너사와 공유하여 고객의 불편을 최소화하는 방안을 마련하고 있습니다.

VOC수집 및 불만처리

애니카서비스 고객센터에서는 고객들의 불만들을 수집하고 분석하여 고객서비스를 원활하게 제공하고자 노력합니다. 상담사들은 365일 24시간 자동차 사고와 고장출동 접수 등 고객들의 불편사항을 적극적으로 청취하고 있습니다. 또한, '고객불편 개선 테마제안'을 실시해 임직원과 RC, 파트너사 직원들이 고객의 입장에서 불편해 할 수 있는 사항을 건의하고, 등록된 테마 제안은 프로세스, 시스템, 제도 등으로 구분하여 실행부서와 함께 개선해 나가고 있습니다.

[고객불만 유형]

기수	주제	점유율(%)
01	사고처리불만	5.8
02	계약관리 부실로 인한 RC 교체요청	5.6
03	사후고객관리 불만	4.9
04	상품설명 부실	4.1
05	지점, 영업소 직원 혹은 RC의 불친절	3.2
06	보상처리 불만족	2.9
07	해지금 과소불만	2.9
08	상품설명부실	2.9
09	과실상계	2.1
10	변경 / 정정관련 상담 및 처리	2.0

* 전체 고객불만 유형 중 상기 1-10위는 약 40% 점유율을 차지

고객만족도 조사

2011년 삼성화재는 한국생산성본부 주관의 국가고객만족도(NCSI) 손해보험 부문 11년 연속 1위, 한국표준협회 주관의 한국서비스품질지수(KS-SQI) 10년 연속 1위, 한국능률협회에서 주관하는 한국산업의 고객만족도(KCSI) 14년 연속 1위, 고객만족경영대상, 한국서비스대상, 보험소비자연맹이 뽑은 좋은 보험회사 1위 등을 수상하며 보험업계를 리드하는 '고객만족 기업'으로 인정받았습니다. 이러한 대외 인정은 현재의 서비스수준을 넘어 더 큰 감동을 위한 고객의 요구사항으로 생각하며 보다 적극적으로 진정성을 담아 고객만족경영을 실시하겠습니다



삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

>>

고객만족 서비스 체계

고객만족 상품 개발

고객감동 서비스 제공

고객안전 강화

임직원

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

고객안전 강화

고객의 재산과 안전을 지키는 것 뿐만 아니라 고객에게 안심을 전달하여 신뢰를 얻는 것이 최고의 고객만족 가치임을 명심하고 있습니다.

고객정보보호

주요한 고객정보와 금융거래 정보들이 악용되는 것을 방지하기 위해 전자금융거래법에 따라 철저한 유·무선 네트워크 보안과 정보보호시스템을 운영하여 고객의 소중한 정보를 보호하고 있습니다. 내부 핵심정보 및 네트워크 보안 위협에 대비해 보안시스템을 강화하여 삼성화재 내부 규제에 따라 해킹방지를 위한 보안 툴인 웹 방화벽, 이중방화벽, 침입탐지 시스템 등 고도화된 정보보호 시스템을 갖추고 있습니다. 또한, 고객정보 유출방지를 위한 고객정보 DB 암호화 저장, 네트워크 암호화, 24X365(24시간 365일) 사이버 관제를 통해 글로벌 수준의 고객정보 보안을 유지하고 있습니다.

개인정보보안 강화

최근 개인정보방침 규제 강화에 따라 삼성화재에서는 개인정보보호에 대한 방침과 정보관리 책임자에 대한 법적 규제를 홈페이지에 공시하고 있으며, 전자금융거래에 대한 고객의 정보보안강화를 명확히 하고 고객의 신용정보에 대한 내규를 공시 하고 있습니다. 상담의 과정에서 얻게 되는 고객 정보, 보험계약 진행과 보험 해지 이후에라도 남게 될 수 있는 고객의 정보에 대해서도 철저한 관리를 통해 정보 폐기를 실시하고 있습니다.

보험사기 방지 캠페인

삼성화재는 공정한 보험질서 확립을 위해 보험범죄신고센터를 운영하여 사전에 범죄를 예방하고 선량한 보험 고객을 보호하고 있습니다. 보상환경에 대한 개선을 도모하고자 2010년부터 보험범죄 제보 활성화 제도를 개선하고 언론을 통한 공익광고 및 포상제도 홍보를 한층 더 강화하였습니다. 모바일 및 인터넷 제보 채널을 다양화하여 선진화된 보험범죄 제보 인프라를 구축하는 한편, '으뜸RC제도'를 통한 RC들의 보험범죄 제보 활성화, 출동 에이전트의 인센티브 확대를 통해 제보 포상에 대한 질을 높이고 있습니다.

보험범죄 신고센터

02-7573-112

(신고자 익명보장)

- 지역의 보상센터 /
손해사정팀에도 제보가능

제보포상금

적발금액의 10~20%(최소 30만~최대 10억원)

Employees

Our Approach

삼성화재는 인재육성, 소통 활성화, 역동적인 조직문화 구축 등을 통해 임직원과 회사가 함께 지속적으로 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

임직원 가치 제고	- 우수 인재 선발과 양성을 통한 기업 경쟁력 제고
소통경영의 확산	- 직원간, 부서간, 노사간의 적극적인 소통
일과 삶의 조화	- 업무환경 개선, 스마트 워크를 통한 일과 삶의 조화 구현

Performance Highlights

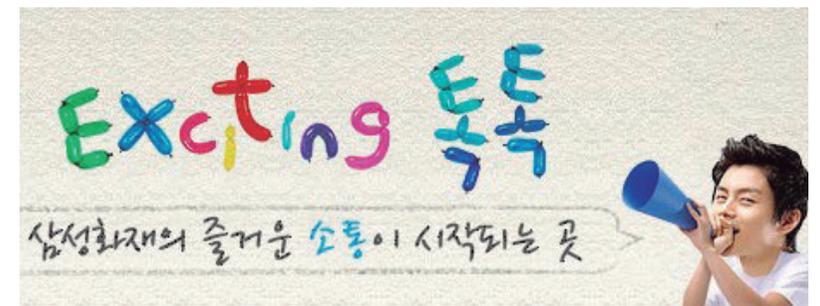
임직원 **5,341**명

임직원 1인당 교육 **113**시간

임직원 만족도 **80**점



2020 Global Top10' 달성에 대한 임직원의 참여를 제고하기 위해 '공감동행 2020'대장정을 시작하였습니다.



삼성화재 'Exciting 특특'은 임직원들이 함께 소통하는 공간으로 즐겁게 참여하고 있습니다.

임직원 가치 제고

삼성화재의 인재육성은 채용에서 교육, 성과보상에 이르기까지 체계화된 프로세스를 거쳐 이루어집니다.

삼성화재의 인재상

지속적인 성장과 성공을 일구어 온 삼성화재의 핵심요소는 바로 임직원입니다. 고객과 팀 성공에 대한 주인의식, 개인의 전문성 발휘와 정도를 향한 열정은 인재상의 핵심요소입니다. 체계화된 시스템을 통해 엄격하고 공정한 절차를 거쳐 선발된 삼성화재의 인재는 열정과 주인의식을 가진 글로벌 금융 파이오니어로 양성됩니다.

열정과 주인의식을 갖춘 '글로벌 금융 파이오니어'



다양한 인재선발

삼성화재는 글로벌 경쟁력 제고를 위해 매년 우수 인력 확보에 만전을 기하고 있습니다. 인턴 사원 채용은 우수 인재에 대한 사전 확보 뿐만 아니라 국내 고용촉진에도 기여합니다. 삼성화재는 글로벌 시장이 넓어짐에 따라 적극적으로 현지인 채용을 전개하며 글로벌 인재 양성을 위한 기반을 마련하고자 노력하고 있습니다. 또한, 임직원의 다양성을 존중하여 국가 유공자, 장애인 고용 등에도 적극적으로 동참하고 있으며 성별에 차별을 두지 않고 모두에게 동등한 기회를 부여합니다.

인재양성 전략

삼성화재는 개인과 조직이 함께 발전하기 위한 차별화된 교육 개발 프로그램을 제공하고 있습니다. 조직문화 공유 및 확산, 직무전문가 육성, 글로벌 차원의 리더 양성이라는 3대 핵심 가치를 기반으로 임직원의 역량을 제고 합니다. 직무별·직군별로 각 분야에서 최고의 전문가로 성장할 수 있도록 하며, 해외 현지 직원에 대해서도 해당 국가의 사정에 맞는 맞춤형 교육을 진행하고 있습니다. 또한, 본사에 근무하는 외국인 임직원들에게도 CAP(Culture Awareness Program) 교육을 통해 삼성의 핵심가치와 기업문화를 학습하고 한국의 전통문화를 체험할 수 있도록 합니다.

(인재양성 체계)



삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

>>

임직원 가치 제고

소통경영의 확산

일과 삶의 조화

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

교육 훈련 체계

핵심가치, 직무전문가 육성, 전략인재 양성 중심의 교육체계를 토대로 삼성화재만의 빠르고 역동적인 조직문화를 구축하고자 노력하고 있습니다. 임직원은 자신의 성장에 필요한 과제를 명확히 인식하고 지속적인 학습을 통해 글로벌 경쟁력을 갖추게 됩니다. 교육훈련은 가치함양, 전문성 강화, 리더십 제고의 3개 영역을 축으로 이루어져 있습니다.

역량개발제도(IDP, Individual Development Plan)

임직원의 역량개발제도는 각 개인마다 직무역량을 진단하고 부족한 역량을 보완할 수 있도록 다양한 학습리소스를 제공하여 임직원의 전문성을 향상시키는 프로그램입니다. 세부직무 별로 직무역량을 진단하고 진단에 따라 개인별 역량 개발계획을 수립하여 부서장 코칭을 받을 수 있도록 합니다. 개인별로 부여된 3가지 이상의 역량과정은 이수후에 역량평가와 직무평가를 거쳐 인사고과에 반영됩니다.

전문자격지원제도 사내 외 집합 교육, e-Learning, CoP, 컨퍼런스, 자격증 도전과 같은 다양한 학습리소스를 통해 전문성을 제고하는 한편, 임직원들의 주도적인 학습을 위해 교육 선택권을 확대·제공하고 있습니다. 또한, 직무전문성을 강화하고 대외 신뢰도 제고를 위해 전문자격지원제도를 운영하고 있습니다. 현재 총 36개(국내 17, 해외 19) 전문자격에 대해 교재비, 시험 응시료, 수당 등을 지원하고 있으며, 일부 자격과정은 교육비를 지원합니다.

경력개발센터(CDC, Career Development Center) : 퇴직지원 프로그램

삼성화재는 퇴직지원 프로그램을 운영함으로써 임직원의 퇴직 후 삶을 적극 지원하고 있습니다. 금융사 통합 경력개발센터(CDC(Career Development Center))를 출범해 금융업 특성에 맞는 퇴직 프로그램을 지원하여 커리어 개발의 시너지 효과를 창출하고 있습니다. 경력개발센터는 경력 전환을 희망하는 직원들을 대상으로 전문 상담인력의 진단 및 상담을 받을 수 있도록 하고 창업지원이나 교육 훈련의 기회를 제공합니다. 희망퇴직 신청자와 전문직 전환자들을 중심으로 전문적인 지식교육을 제공하여 재취업이나 창업에 대한 심적 부담을 줄이고 새로운 직장, 업무에 적응력을 높이고 자신감을 북돋아주고 있습니다.

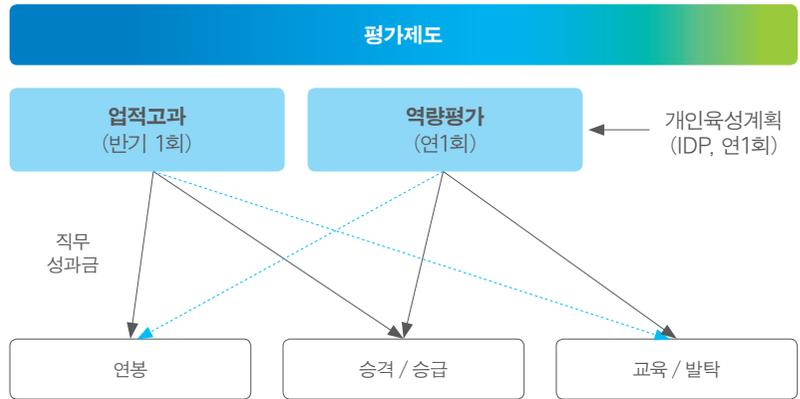
Beautiful Ageing 교육 임직원의 행복한 노후 생활을 보장하기 위해 임직원 만 50세 이상을 대상으로 2012년 5월부터 'Beautiful Ageing' 교육을 시작하였습니다. 직급별 과정과 외부 전문가의 컨설팅을 통해 임직원들이 인생의 후반기 계획을 착실히 준비하여 안전하고 행복한 노후를 보낼 수 있도록 지원하고자 합니다.

성과관리 및 보상

삼성화재는 전 임직원들이 성과평가 기준에 따라 체계적인 평가와 합리적인 보상을 받을 수 있도록 노력합니다. 직급별 상대평가에 의해 시현 업적과 역량 수준을 평가하고 있습니다. 임직원 개인의 성과와 역량 수준에 따라 차등화 된 보상제도를 운영하고 있으며, 성과와 역량 균형의 승격제도를 통해 비전 제시 및 동기부여를 강화하였습니다. 또한, 임직원 상호간 다면진단 실시, 평가결과에 대한 소원제도 운영, 체계적인 면담 프로세스 등을 통해 개인의 성과가 공정하고 투명하게 반영될 수 있도록 합니다.

임직원 성과평가 체계

임직원의 성과평가는 임직원의 업적고과와 역량평가를 구분하여 실시하고 있습니다. 업적고과는 반기 KPI 및 목표를 설정하고 과정관리를 통해 평가하며, 역량평가는 역량개발제도(IDP)와 연계하여 임직원 개인에게 요구되는 역량에 대해 요구수준 대비 달성도를 기준으로 평가합니다. 또한, 도전목표제도와 연계하여 우수부서 및 개인에 대해 다양한 인센티브 제도를 운영하는 등 성과에 따른 차별화된 보상제도를 강화해 나가고 있습니다.



소통경영의 확산

삼성화재는 임직원간의 소통 활동을 적극 추진하여 신뢰받는 노사관계를 형성하고 직원간 네트워킹을 활발히 하여 창의적이고 역동적인 조직문화를 구현하고 있습니다.

조직문화 활성화

삼성화재는 2002년부터 회사에 대한 신뢰 구축과 자아 실현을 위해 GWP(Great Work Place) 제도를 운영해오며, 2011년부터는 'Pride & Challenge', 'Young & Open', 'Fun & Joy'를 모티브로 'Exciting 삼성화재'라는 슬로건과 함께 조직문화의 운영 방향을 활기 차고 역동적으로 만들어 나가고 있습니다. 또한, 삼성화재 임직원에 특화된 SCI(Samsung Culture Index) 조사를 통하여 임직원의 업무 만족도를 체크하고 이에 대한 피드백을 실시하여 다양한 임직원 만족 프로그램을 전개하고 있습니다. 인사제도, 기업문화와 팀워크, 의사소통 및 업무 환경과 관련한 객관적인 데이터를 확보하여 내부적으로 개선점을 찾아 각 부서 리더들과 공유 함으로써 직원들의 사기를 북돋우는 프로그램들을 진행하고 있습니다.

Exciting 서포터 운영

'Exciting 삼성화재'의 구현을 위해 각 부서 단위의 상황에 맞게 조직 문화 혁신을 주도할 Change Agent로서의 'Exciting 서포터' 조직을 운영하고 있습니다. 전국 부서 단위 조직에서 1명씩 선발되는 250여 명의 Exciting 서포터들은 부서 내 소통활동에서부터 각 조직 별 특화된 부서 활성화 프로그램에 이르기까지 'Exciting 삼성화재'의 든든한 후원자이자 실질적 실행의 주체로서 조직문화 혁신을 실천하고 있습니다. Exciting 서포터는 부서원에 대한 관심과 배려심이 많고 봉사의식이 높으며, 부서 조직문화 활성화에 기여할 수 있는 부서원들로 구성됩니다. 선발은 각 부서에서 6개월 이상 근무한 선임-책임급이 대상이며, 1년의 임기중 특별한 사유 없이 임의 변경은 불가능합니다.

[GWP 추진전략]



임직원 만족도 SCI(Samsung Culture Index) 제고

SCI조사(삼성경제연구소 실시)는 임직원의 근무 만족도 수준을 제고하기 위해 임원 및 부서장을 제외한 전 임직원을 대상으로 업무피로, 자신감, 직무만족, 상호신뢰, 팀워크, 자긍심, 조직몰입 등과 관련한 70여 문항에 대해 매년 조사를 실시하고 있습니다. 조사결과는 부서단위 Exciting 리더인 부서장과 Exciting 서포터에게 공유되어 피드백을 진행합니다. 2011년에는 임직원 조사대상 4,643명 중 3,864명(83.4%)가 참여하여 80점의 만족도를 나타내었습니다. 업무 효율화를 제고하고 임직원 존중의 문화 정착을 통해 지속적으로 임직원 만족도를 높여가겠습니다.

노사간 신뢰 구축

삼성화재는 취업규칙 및 국제노동기구(ILO)에 따라 인권 및 노동 이슈와 관련하여 강제 노동 및 아동 노동을 금지하고 있습니다. 또한, 회사의 주요한 사업 변동에 관하여 평의원협의회, 사내 포탈 등 공식적인 채널을 통해 임직원에게 사전 통보를 원칙으로 합니다. 임직원을 존중하는 문화를 형성하고자 임직원의 불만 및 건의 사항 등을 철저히 보완된 각종 온라인시스템(고충상담실, 성희롱상담실, 언어폭력상담실)을 통해 청취하여 고충사항을 해결하고 있습니다.

평의원협의회 운영

평의원협의회는 근로자의 권익보호와 경제적 지위 향상, 그리고 나아가 회사 발전을 위해 1988년부터 운영되어 왔습니다. 평의원협의회는 명실상부한 삼성화재의 직원 대표기구로서 노사간 정기적인 대화 채널의 역할을 하며 평의원대회를 통해 임직원들의 의견을 수렴하고 있습니다. 현장부서 방문, 간담회, 전화 통화 등을 통해 이를 임직원의 고충사항, 불만, 개선사항에 대한 의견수렴의 과정을 거쳐 주요 이슈를 파악하며 정기적인 평협소식지를 통해 이를 임직원들과 공유하고 있습니다. 매 분기 노사협의회를 통해 임금협약 및 각종 근로조건과 관련된 단체협약을 맺고 있으며, 기타 사내 주요 경영활동의 결정에 적극적으로 참여하여 노사상생의 문화를 지속 유지, 발전시키고 있습니다.

평의원협의회 주요 활동	2011-2012년 주요 안건
- 평의원 고충처리제도 운영	- 임금인상
- 노사협의회 운영(연 4회)	- 근로조건 개선
- 임금 및 단체 협약 체결	- 복리후생 제도개선
- 노사공동 실무 워크샵(연 4-5회)	- 퇴직프로그램 강화
- CEO와의 간담회 실시	- 임직원 가족 프로그램 지원
- 경영회의 참석	
- 정기 평의원대회	

CEO와의 소통

삼성화재 CEO는 현장방문 활동을 통하여 직원들을 격려하고 현장의 소리를 직접 청취하고 있습니다. 각 지점 직원들과의 직접적인 커뮤니케이션을 통해 주요 현안과 시장 상황 등을 생생하게 듣고 상품·서비스 경쟁력 강화 방안을 논의하여 CEO의 현장경영을 실천하고 있습니다. 뿐만 아니라 온라인 공간인 'Exciting 톡톡'내 'CEO'라는 열린공간을 통해 회사의 현안과 혁신의 메시지를 서로 공유하여 대화의 장으로 활용하고 있습니다.

내부 임직원 소통활동

삼성화재는 부서간 업무의 벽을 낮추고 현장과 본사간 소통의 어려움을 해소하고자 다양한 내부 커뮤니케이션 채널을 제공하고 있습니다. 임직원 소통의 공간인 'Exciting 톡톡'에서는 회사의 주요 경영 현황과 부서간, 임직원간의 공통 관심사를 공유하여 업무의 효율성을 높일 뿐만 아니라 소통과 신뢰의 조직문화를 형성하고 있습니다.

Being 프로젝트

사내에 다양한 재능과 취미를 가진 임직원들은 사내 'Being 프로젝트'를 통해 자신의 관심분야를 더 발전 시킬 수 있는 기회가 생겼습니다. 개인의 취미나 특기 등 관심 활동을 회사 내 동료, 선배들과 공유하고, 그 활동 모습이 포함된 내용을 'Exciting 톡톡' 사이트에 게시함으로써 회사생활의 새로운 활력을 만들어가고 있습니다. 파트너사 임직원들도 함께 참여하는 Being 프로젝트는 스포츠, 음악, 문학, 미술 등 각 분야에서 활동하며 다양성을 존중하고 활력 있는 조직문화로 정착되고 있습니다.

소통배구대회

소통배구대회는 삼성화재의 대표 스포츠인 배구 경기를 통해 자연스럽게 사내 커뮤니케이션의 기회를 제공하고 선의의 경쟁을 통해 내부 팀워크 강화의 계기를 마련하는 삼성화재만의 대표적인 문화 프로그램입니다. 각 지역별, 사업부 단위로 모든 단위조직이 참여하여 예선 우승팀을 토대로 최종 결승전까지 진행되는 동안 다양한 상대팀을 만나면서 평소 업무 외에 만나기 힘들었던 타 부서와 교류하며 부서간 소통과 업무 이해도를 넓힐 수 있습니다.

한마음 합창대회

각각의 음색이 화합을 이루어야만 비로소 아름다운 화음이 완성되는 합창과 같이 임직원이 모두 하나되어 하모니를 이루어내는 합창대회를 실시하여 소통과 화합의 의미를 되새기고 있습니다. 사업부 구분 없이 지역별로 한 팀을 이루어 참여할 뿐만 아니라 파트너사, RC들이 함께 하는 한마음 합창대회는 임직원 스스로가 참여하고 완성해가는 문화 프로그램입니다. 특히, 합창을 준비하는 2달여의 긴 시간 동안 합창에 참여하는 각 소속의 임직원들이 서로의 업무와 환경에 대해 이해하는 시간들은 합창대회가 끝난 후에도 지속적인 교류와 소통으로 이어지는 좋은 원동력이 되고 있습니다.

공감동행 2020

삼성화재는 임직원들의 도전과 극기 정신을 제고하고 보다 적극적으로 현장과 본사간의 소통을 지원하고자 공감동행 2020을 실시하였습니다. 공감동행 2020은 전국의 거점을 연결하는 세 개의 코스를 현장과 본사의 임직원들이 함께 참여하는 릴레이 걷기 프로그램입니다. 걷기 코스별 임직원들의 자발적인 신청으로 운영되었으며 1박 2일의 여정을 통해 참가자 모두는 '2020년 글로벌 TOP 10'이라는 삼성화재의 중장기 비전 달성의 의지를 다질 수 있었습니다. 뿐만 아니라 외국인 임직원 및 RC까지도 동참해 행사를 풍성하게 하여 정도경영에 대한 실천 의식을 공고히 할 수 있었던 소통과 도전의 무대였습니다.

가족 친화 경영

삼성화재는 매년 5월 가족들과 함께 할 수 있는 다양한 행사를 열어 임직원 가족사랑 실천을 통해 화합을 도모하고자 합니다. 회사의 발전을 위해 열심히 일을 하는 임직원들과 이를 안팎에서 내조하는 가족들의 노고를 격려하고 행사를 통해 감사의 뜻을 전하며 즐거운 추억을 만들어 드리하고자 노력합니다.

임직원 자녀 영어캠프 및 경제봉사캠프

삼성화재는 연 2회 임직원 자녀 영어캠프를 실시하여 임직원 자녀들이 어학능력뿐만 아니라 인문학 소양을 키울 수 있도록 예술과 역사 등의 인문학 수업을 함께 진행합니다. RC 자녀들을 대상으로 한 초·중·고등학생 경제봉사캠프를 통해서도 지역복지시설 아동들과 어울리며 다양한 게임을 통해 경제 전반에 대한 지식을 쌓을 수 있습니다.

Exciting 가족한마당

가정의 달을 맞아 삼성화재 유성연수원에서는 임직원과 임직원 가족들이 함께 참여하는 Exciting 가족한마당을 개최합니다. 매년 5월 5일 어린이날에 실시되는 Exciting 가족한마당은 가족과 함께 체험하는 프로그램과 각종 문화 행사들로 구성되어 임직원들과 가족들의 많은 참여를 이끌어 내고 있습니다. 삼성화재는 임직원뿐만 아니라 가족들을 배려하는 프로그램을 통해 가족간의 사랑과 회사에 대한 만족도를 높이고 있습니다.

효도 큰잔치 행사

평의원협의회에서 주관하는 '효도 큰잔치' 행사는 중국 북경에서 임직원들의 부모님을 모시고 3박 4일 동안 북경의 명소를 관광하는 프로그램입니다. 평의원협의회는 2012년, 12회째 이 행사를 진행하고 있으며, 지금까지 초청된 직원 부모는 모두 2,200여 명에 이릅니다. 임직원 부모들은 이 행사를 통해 자녀에 대한 사랑과 회사에 대한 자부심을 느낄 수 있었습니다.

일과 삶의 조화

삼성화재는 훌륭한 일터를 만들기 위해 노력하여 임직원이 회사에 대해 신뢰를 갖고 자아실현을 할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

좋은 일터 만들기

삼성화재는 임직원의 일과 생활의 균형을 통해 일에 대한 만족도를 높이고 창의력과 혁신을 키우는 조직문화를 만들기 위해 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

콜센터 근무 환경 개선

근무환경 개선의 일환으로 애니카서비스 광주콜센터는 임신부팀을 신설해 여성 상담사들이 보다 안정된 여건에서 근무할 수 있도록 배려하고 있습니다. 임신부팀은 별도의 근무규정에 따라 고정 근무제로 운영되며 휴식과 수유를 위한 충분한 시간을 제공받고 있습니다. 뿐만 아니라 월 2회의 상담을 통해 고충을 듣고 해결 방안을 찾는 시간을 제공하는 등 여성근로자를 배려하는 다양한 정책들로 상담사들의 사기를 높이고 있습니다.

업무의 효율성 증대

삼성화재는 스마트 폰과 태블릿 PC를 보급하여 직원들이 언제 어디서나 모바일 시스템을 통해 업무를 처리할 수 있도록 하였습니다. 보상과 영업의 현장에서는 업무 절차가 간소화 되고 소요시간이 줄어 고객과 파트너사들도 만족하게 되었습니다. 뿐만 아니라 사내에서는 IT 기기를 이용한 선진 회의문화의 정착으로 업무프로세스가 효율적으로 이루어지고 있습니다.

임직원 복리후생

삼성화재는 임직원 모두가 일과 개인생활의 조화를 영위할 수 있도록 법정 4대 보험 외에도 복리후생을 적극 지원하고 있습니다. 2011년부터 선택적 복리후생이 실시, 임직원에게 복지 포인트를 제공하고 임직원의 자기개발과 여가 생활에 다양하고 자유롭게 쓰일 수 있도록 지원하였습니다. 향후에도 임직원의 다양한 니즈를 반영하여 복리후생제도를 확충할 계획입니다.

[복리후생제도]

구분	상세 내용
여가생활 지원	휴양소, 사내 휘트니스센터 운영, 캐리비안 베이, 장기근속 휴가 및 휴가비 지원
출산 / 모성 보호 지원	사내 직장 어린이집 2개소 운영, 여성 / 모성보호 휴게실 설치, 출산 지원제도, 출산기념품 지원, 임신부 자율출근제 실시
주거 / 생활 안정 지원	원거리 근무자 사택지원, 경조사지원, 주택자금대출 및 가계자금 대출, 개인연금 보조
의료 / 건강 지원	단체보험가입(본인, 배우자, 자녀), 건강검진
교육 지원	자녀 학자금(중,고,대학교), 임직원 자녀 동·하계 영어캠프 운영
선택적 복리후생	연간 복지포인트 제공(각종 여가활동, 교육비 지원, 의료비 지원 등)
기타	사옥 內 Exciting Zone 개설, 생일 / 결혼기념일 / 고희 축하선물, 자녀 초등학교 입학선물, 결혼도움방, 심리상담센터 운영

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

임직원 가치 제고

소통경영의 확산

일과 삶의 조화

파트너

지역사회

환경

성과데이터

부록

>>

육아출산휴가 지원 삼성화재는 저출산 문제 해결을 위해 적극적으로 사회적 책임을 수행하고 있습니다. 임신부 자율출근제를 통해 일과 삶의 균형을 찾을 수 있도록 지원하고, 남녀 임직원의 육아출산 휴가를 시행하여 출산 전후의 임직원의 근무 환경 개선에 노력하고 있습니다. 현재 남녀 직원 100%가 출산 휴가 후 업무로 복귀하여 일하고 있으며, 94%의 직원이 복귀 후에도 1년 이상 근무를 해오며 일과 가정에 충실하고 있습니다.

직장 내 육아시설 삼성화재는 본사와 경기도 동탄에 사내 직장 어린이집을 운영하여 임직원과 RC들의 자녀를 돌보고 있습니다. 직장 내 육아시설은 워킹맘의 근심을 덜어주고 엄마와 아이가 같은 건물에 있다는 안정감을 심어주어 육아 부담을 줄이고 일에 몰두 할 수 있도록 지원해주는 역할을 합니다. 또한, 삼성화재는 전국 사옥 내 곳곳에 모성보호 휴게실을 마련하여 모유수유를 지원하는 등 출산장려를 위한 기반 마련에 적극적인 지원을 아끼지 않고 있습니다.

퇴직연금제도 임직원들의 노후생활 안정을 위해 확정급여형(DB)과 확정기여형(DC)의 퇴직연금제도를 운영하고 있습니다. 삼성화재는 적립금을 사외 금융기관에 예치하는 등 퇴직금 관련 법적 기준을 준수하고 있습니다.

안전 및 보건

삼성화재는 산업안전보건법 및 내부 단체협약을 준수하여 임직원 안전과 보건을 위한 프로그램을 제공하고 있습니다. 임직원의 단체보험 가입을 비롯하여 건강검진을 지원하고, 업무환경 안전을 위해 근무환경 안전점검을 실시하여 쾌적한 사무공간 조성을 위해 노력합니다. 임직원 뿐만 아니라 임직원 가족의 건강검진을 지원해 회사의 복지 혜택을 넓히는 한편, 임직원 건강 캠페인을 통해 건강한 직장생활을 이어갈 수 있도록 합니다.

마음누리 상담실

2010년부터 운영하고 있는 마음누리상담실은 전문 심리상담사를 통해 심리상담과 각종 심리검사를 제공하고 있습니다. 임직원들은 대면 상담과 전화 상담, 채팅이나 이메일 등 원하는 방법으로 상담을 신청할 수 있습니다. 전문가의 심리 상담을 통해 임직원들은 정신적 어려움을 해결하고 빠른 시일 내에 스트레스를 해소하여 생활 안정과 업무 의욕을 되찾고 있습니다.



(마음누리 상담실)

Partners

Our Approach

삼성화재는 RC, 협력업체, 정비업체와 긴밀한 협력관계를 기반으로 상생경영을 실천하고 있습니다. 파트너와의 진정성을 담은 커뮤니케이션과 다양한 지원 활동을 통해 함께 성장하고자 합니다.

행복파트너 RC	- 고객 접점에서 맞춤형 컨설팅을 제공하는 전문금융인으로 성장
협력업체와의 상생경영	- 상생경영 강화 활동, 정비문화 선진화, 공정한 거래정착을 통한 협력업체와 신뢰 구축



2012년 4월, 일산 킨텍스에서 제18회 고객만족대상이 개최되었습니다.

Performance Highlights

RC 현황 **33,105**명
 (활동중인 표준 RC 기준)

RC 1인당 교육비 **153**천 원

정비업체 CS교육 **18**회, **432**명



삼성화재는 서울정비조합과 공동으로 해외연수를 실시하여 영국의 Thatcham사를 방문하였습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

>>

행복파트너 RC

협력업체와의 상생경영

지역사회

환경

성과데이터

부록

행복파트너 RC

삼성화재 RC는 고객의 입장에서 자산과 위험을 컨설팅하는 행복파트너가 되겠습니다.

RC 지원 체계

삼성화재 RC(Risk Consultant)는 전문 지식을 갖춘 종합 금융전문가로서, 고객의 자산과 위험을 관리하고 있습니다. '내일의 행복을 여는 이름'인 삼성화재 RC는 열정과 주인의식을 바탕으로 고객 맞춤형 컨설팅을 제공하는 행복파트너입니다.

RC 양성

삼성화재는 체계적인 RC 교육시스템과 영업지원시스템을 통해 보험전문가를 양성하고 있습니다. 1년 이하의 RC는 RC 주니어 과정을 통해 업무에 대한 전문지식과 영업 노하우를 터득하며 보험전문가로 성장하게 됩니다. 전문 RC양성 과정은 우수 RC들을 선발하여 마케팅, 재무, 회계 등 글로벌 수준의 삼성화재 MBA, SSU(Samsung Sales University) 프로그램을 통해 업계 최고의 컨설턴트로 성장할 수 있도록 합니다. 이 밖에도 자격취득 지원, 사이버 교육과정 운영 등 체계적인 지원 프로그램을 통해 RC의 역량을 제고하고 있습니다.

RC지식센터 운영 RC들의 금융 전문 지식과 세일즈 스킬, 상품 및 업무 지식을 배양하기 위해 RC지식센터를 운영하고 있습니다. RC지식센터는 고객응대를 위해 갖추어야 할 기본적인 지식, 영업 마인드 등을 효과적으로 학습하도록 웹 상에서 구현되어 RC들이 시간과 공간의 제약 없이 이용할 수 있도록 합니다. 또한, 사내방송을 통해 생생하고 재미있는 상품 교육도 듣고, RC노하우 공개를 통해 실질적인 업무 지식을 습득하는 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있습니다.

영업지원

삼성화재는 유비쿼터스 기반의 활동지원시스템을 구축하여 RC의 영업활동이 원활하게 이루어질 수 있도록 합니다. 고객의 접점에서 영업활동을 하는 RC들이 고객의 니즈에 신속하게 대응할 수 있도록 스마트 워크 체계를 구축하고, 고객을 관리하는 고객 맞춤형 컨설팅을 제공할 수 있도록 지원합니다.

'정보큰바다' 운영 '정보큰바다'는 고객이 궁금해 하는 상품·서비스 정보를 흥미롭고 다양한 콘텐츠를 통해 웹으로 구현한 고객관리 시스템입니다. 약 3,500여 종의 영업지원 콘텐츠 및 다양한 홍보 프로그램, 휴대폰 문자 발송시스템 등 여러 편의기능을 지원하고 있어 고객이 원하는 정보를 즉석에서 제공할 수 있으며, RC의 업무가 원활하게 처리될 수 있도록 돕고 있습니다.

스마트기기 활용 스마트기기를 활용한 영업지원시스템은 신속하게 고객의 요청을 처리할 뿐만 아니라 효율적으로 RC의 업무를 처리하는 효과를 동시에 거두고 있습니다. 장소나 시간의 제약 없이 영업과 보상에 대한 업무 정보를 현장에서 실시간 확인할 수 있습니다. RC는 멀티미디어 상담자료를 이용해 고객의 흥미를 유도하고 시뮬레이션형 콘텐츠를 활용하여 고객의 상품이해도도를 높이고 있습니다. 또한, 가입 설계부터 계약 체결에 이르는 전과정이 전자서명으로 가능하여 가입과정이 간소화 되는 등 고객 만족도를 높이고 있습니다. 이처럼 스마트기기를 활용해 영업의 새로운 모델을 시도함으로써 RC의 Smart Work를 실현하고 있습니다.



RC 보상 및 커뮤니케이션

삼성화재는 업계 최고 수준의 복리후생과 다양한 보상체계를 통해 RC들이 소속감을 갖고 안정적으로 고객관리와 영업활동에 집중할 수 있도록 지원하고, 정기적으로 RC간담회, 업무 만족도 조사, 사회공헌활동 등을 통해 회사와 커뮤니케이션을 하며 긴밀한 협력관계를 유지하고 있습니다.

RC 보상체계

삼성화재는 공통적으로 지원하는 복리후생 외에도 RC들의 성과에 따라 자격지원비와 기타 혜택 등을 제공하고 있습니다. 전속RC들의 자격등급에 따라 대학자녀학자금, 선택적 복리후생, 리프레쉬 패키지 이용권 등 육아 지원부터 생활 편의에 이르기까지 다양한 혜택을 누릴 수 있도록 합니다. 삼성화재는 RC에 특화된 보상체계를 강화하여 동기부여를 촉진할 뿐만 아니라 업무만족도를 높이고 있습니다. 아울러 초보 RC대상으로는 정착지원금 지원을 통해 영업 마케팅 강화와 일자리 창출 등 사회적 책임을 강화하고 있습니다.

RC 격려 활동 고객만족대상은 고객, RC, 협력업체, 임직원이 함께하는 대축제의 장으로 한 해 동안 고객만족을 위해 노력한 모든 이들에게 시상하고 있습니다. 2012년 고객만족대상에서는 RC 386명에게 상을 수여하여 그들의 노고를 치하하였습니다. 뿐만 아니라 행복동행 콘서트를 통해 감동과 재미를 담은 공연과 토크쇼를 진행하였습니다. 이러한 행사를 통해 RC들은 업무스트레스를 해소하고 상호 공감대를 형성함으로써 회사에 대한 소속감을 갖고, 자긍심을 키우게 됩니다.

RC 커뮤니케이션 활동

회사에 대한 소속감, 회사의 지원체계 수준 등 RC 업무 만족도 조사를 주기적으로 실시하여 실효성 있는 제도적 지원을 하고자 노력하고 있습니다. 또한, 정기적인 간담회를 통해 현업에서 생기는 애로사항들을 공유하고 실질적인 개선책을 찾고 있으며, 회사의 사회공헌 활동 프로그램에도 함께 참여하여 자부심을 갖고 일할 수 있도록 지원하고 있습니다.

고객과의 커뮤니케이션 삼성화재 RC는 '무사고 약속 운동' 캠페인을 통해 사고를 예방하고, 고객에게 삼성화재에 대한 좋은 인상을 심어주고자 노력하고 있습니다. 무사고 운전을 다짐하는 서약, 무사고 안전스티커 부착 등 자신과 고객, 이웃을 위해 안전 운전을 실천수범하여 고객에게 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.

삼성화재 행복드림봉사단: RC 참여 봉사활동 삼성화재 RC 자원봉사단체인 '삼성화재 행복드림봉사단'은 2012년 4월 20일 장애인의 날을 맞아 보건복지부장관 표창을 수상하였습니다. 지난 2005년부터는 삼성화재 RC 1만7000여명이 34억원의 기금을 적립해 장애인 주거환경개선사업인 '500원의 희망선물', 어린이 안전사고예방캠페인인 '해피스쿨 캠페인' 등에 참여하였으며, 이를 통해 장애인 가정 및 단체 146곳의 주거환경 개선 및 13개 초등학교에 각종 교통안전물품과 교육시설이 지원되었습니다. 삼성화재 RC는 따뜻한 보험정신을 나누는 행복파트너 활동을 계속해 나갈 것입니다.

RC와의 정도경영

삼성화재 RC는 고객과의 신뢰를 높이고자 완전판매를 준수하고 있습니다. 삼성화재는 약관 내용 설명, 청약서 자필서명, 청약서 부분 전달 이행 등 고객에게 정확하고 올바른 상품 설명이 제공되도록 규정하고 있으며, 삼성화재 RC는 완전판매 준수 활동을 실천하여 고객의 신뢰를 높이고 건전한 보험영업 문화가 정착될 수 있도록 노력하고 있습니다. 정도영업 보험강령에 따른 임직원과 RC의 정도영업 실천 노력에 힘입어, 최근 3년간 고객정보보호 위반과 관련한 제재 및 민원발생 건수는 없었습니다

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

>>

행복파트너 RC

협력업체와의 상생경영

지역사회

환경

성과데이터

부록

협력업체와의 상생경영

삼성화재와 협력업체는 공정하고 투명한 거래를 통해 상호 협력하며 상생을 실천합니다.

협력업체 선정 및 평가

삼성화재는 협력업체와의 공정한 거래를 통해 업체간의 선의의 경쟁을 유도하고, 경쟁력 있는 협력업체를 육성하여 서로 Win-win 할 수 있는 협력체제를 구축하고자 합니다. 협력업체 선정은 체계화된 기준과 엄격한 심사를 거쳐 이루어지고 있습니다. 최근 기업의 사회적 책임과 환경경영의 중요성이 부각되면서 협력업체의 윤리성 및 환경경영 수준 또한, 중요한 심사 평가 기준이 되고 있습니다. 삼성화재 지속가능경영 방침, 환경·에너지경영 방침 등은 협력업체에게도 적용될 수 있도록 독려하여, 협력업체가 사회적 책임의식을 갖고 경쟁력을 보유할 수 있도록 육성하고자 다양한 기준과 지침을 통해 협력업체의 경영지원을 돕고 있습니다.

협력업체 상생지원

삼성화재는 2012년 3월, 삼성그룹의 '공정거래 및 동반성장협약식'에 참여하여 1, 2차 협력사와의 동반성장의 기반을 마련하였습니다. 협약에 따라 1, 2차 협력사에 대해서도 현금성 결제를 하도록 최대한 유도하고, 불가피한 경우에도 60일이 넘는 어음을 발행하지 못하도록 하고 있습니다. 삼성은 협력업체를 객관적으로 평가 및 관리하고 상생협력 강화 활동을 통해 그룹차원의 동반성장 문화를 구축하고 있습니다.

정비업체와의 협력

삼성화재는 전국의 600백 여 개 우수정비 네트워크를 통해 24시간 고객 서비스를 실시하고 있습니다. 애니카서비스는 자동차의 구입 등록에서부터 폐차에 이르기까지 자동차의 전 주기를 관리해주는 서비스 회사로서, 차량진단, 사고시 긴급출동, 그 밖의 차량 클리닉 서비스 제공 등을 위해 신속한 보상체계를 갖추고 있습니다.

신속한 보상체계

애니카서비스는 웹기반의 긴급출동서비스를 통해 사고 접수와 현장출동을 즉각적으로 처리하며 삼성화재 보상팀과 실시간으로 커뮤니케이션하여 서로의 업무지원을 효율적으로 처리합니다.

정비업체 평가

삼성화재는 2012년 협력 정비업체 AFC(Anycar Family Center)에 대한 평가제도를 개선하였습니다. 정비업체의 품질과 고객만족도에 대한 평가를 통해 정비업체가 경쟁력을 갖추어 나갈 수 있도록 하였고, AFC의 전문성 및 환경평가 항목을 추가하여 친환경적인 수리와 친환경 시설을 구비할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이외에도 협력업체 상생지수, 윤리경영지수 관리를 통해 정비업체와의 상생경영 실천력의 중요성을 높여가고 있습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

>>

행복파트너 RC

협력업체와의 상생경영

지역사회

환경

성과데이터

부록

상생협력 활동

정비업체와 삼성화재는 수리·정비서비스 업무 외에도 보험범죄근절 캠페인, 선진정비기술 교육 등을 실시하며 고객에게 충실한 서비스 제공을 위해 함께 발전하는 상생협력 체계를 이끌어 가고 있습니다.

서울시자동차검사정비사업조합 MOU 체결 2011년 4월, 자동차 정비문화 선진화를 위해 서울시자동차검사정비사업조합과 MOU를 체결하였습니다. 자동차수리 낭비요소 개선, 친환경 신소재 복원수리기법 및 차종별 작업시간 연구, 선진사 벤치마킹 및 수리기술 교육과정 공동연수 등 자동차 수리 및 서비스 품질 개선을 위해 자동차 정비업체와 상호협력을 강화하고 있습니다.

정비업체 교육 삼성화재는 정비업체의 고객서비스 마인드를 제고하고자 CS교육을 실시하고 정비업체 직원들의 꾸준한 학습활동이 이루어질 수 있도록 평가를 실시하고 있습니다. 또한, RCAR(세계자동차수리기술연구위원회)국제세미나 개최, 부서별 1위 업체 선정 및 해외연수프로그램 지원 등 정비업체의 경쟁력 강화를 위해 교육 및 인프라 지원을 적극적으로 추진하고 있습니다.

해외연수 지원 우수한 정비업체 대상으로 연 1회 해외연수프로그램을 제공함으로써 기술력 향상을 위한 노력을 지속적으로 펼치고 있습니다. 2011년 7월에는 서울시자동차검사정비사업조합과 공동으로 영국 'Thatcham사 자동차 정비기술 연수'를 실시하여 사고차량 손상평가기법, 친환경차 수리기술, 자동차 경량차체 알루미늄 외판 판금 및 도장 수리기법 등을 벤치마킹 하였습니다.

정비업체 현장실습 대물보상 팀장은 정비업체를 찾아가 차량정비를 실습하기도 합니다. 파손 부위를 수리하고 도색까지 해보면서 생생한 현장체험을 통해 보험처리 과정을 현장 작업자들과 함께 고민합니다. 정비업체 직원들과 간담회도 갖고 보험관련 제도와 상생협력 방안에 대한 의견을 나누면서 정비업체의 노고에 고마움을 느끼고 있습니다.

산학협력 체결 및 정비조합 상생협력 설명회 개최 삼성화재 손해사정은 2012년 5월 부산 자동차고등학교와 자동차보험 대물보상 전문인력 육성을 위한 산학협력협약(MOU)를 체결했습니다. 삼성화재손사는 대물보상 전문인력 양성에 필요한 교육과정을 지원하고, 교육과정을 이수한 우수학생은 정규사원으로 채용할 예정입니다. 또, 지난 4월에는 일산사옥 교육장에서 경기 제1정비조합 상생협력 설명회를 개최하여 조합소속 29개 정비업체 대표들과 함께 상생협력 방안과 포탈시스템, 표준수리 가이드 등을 공유하였습니다.

커뮤니케이션 활동

삼성화재 손해사정은 매년 AFC경영혁신 페스티벌을 개최하여 우수한 정비업체를 선정, 해외연수와 상금 등 포상을 제공하여 상생협력을 강화하고 있으며, 애니카서비스에서는 '한마음 체육대회'와 같은 행사를 통해 소통과 화합을 통한 신바람나는 근무문화를 조성하고 있습니다.

[2011년 정비업체 교육 지원]

교육 내용	기간
전국 AFC(Anycar Family Center) 보험담당자	2-3월
친환경차 신기술 전파 교육	
RCAR 초청 보험사 및 정비업체	4월
상생협력 국제 세미나 개최	
서울시자동차검사정비사업조합(443개 업체)	4월
상생·협력 MOU 체결	
외제차 정비업체 신기술전파 현장 기술교육	3-5월
정비업계 공동 선진사 기술연구소 수리기술 연수 시행	7월, 9월

Community

Our Approach

삼성화재 사회공헌활동을 통해 사회로부터 받은 관심과 사랑을 최대한 많은 이해관계자들에게 돌려주고자 노력하고 있습니다. 지속적이고 체계적인 사회공헌활동으로 지역사회와 함께 성장하겠습니다.

업의 본질을 살린 사회공헌	- 교통안전 • 생활안전 • 장애인 지원 활동
지역사회 참여	- 지역사회 및 문화예술 • 체육진흥활동 지원
임직원 나눔	- 삼성애니카봉사단 활동
사회적 보험 상품 • 서비스	- 사회에 기여하는 상품 • 서비스 제공



삼성화재 안내견학교는 2011년 한 해 동안 안내견 8두, 1995년부터 현재까지 총 149두를 분양하였습니다.

Performance Highlights

사회공헌지출 **3.2%**
 (당기순이익 대비)

임직원 1인당 사회공헌활동 **11.1**시간

사회공헌활동 참여 임직원 **22,452**명
 (2011년 누적 인원)



2011년 삼성애니카봉사단은 전국 16개 센터와 180개 봉사팀을 운영하며, 농촌결연활동, 교통사고 유자녀 멘토활동 등을 전개하였습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회 >>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품·서비스

환경

성과데이터

부록

업의 본질을 살린 사회공헌

삼성화재는 안전하고 안심할 수 있는 세상을 위해 업의 본질과 연계되는 사회공헌활동을 꾸준히 전개하겠습니다.

교통안전과 생활안전 지원

교통안전과 생활안전에 대한 인식개선에 앞장서는 것은 “안심”을 심어주고 “희망”을 주는 손해 보험 사업의 본질을 완성하는 일입니다. 이에 삼성화재는 교통사고의 피해자와 그의 가족들을 금전적으로 지원하는 활동뿐만 아니라 국민들의 교통안전과 생활안전을 위해 다양한 활동들을 전개하여 사고로 인한 피해를 줄이고자 노력하고 있습니다. 1993년 교통사고 유자녀 지원사업을 시작으로, 교통안전문화연구소와 삼성방재연구소를 통해 다양한 교통안전교육 프로그램, 교통캠페인, 생활안전캠페인 등을 시행하고 있습니다. 이를 통해 교통안전과 생활안전에 대한 시민의식을 제고하고 사회전반에 안전문화를 정착시키기 위해 노력하고 있습니다.

교통사고 유자녀 지원

1993년부터 교통사고로 인해 부모를 잃고 생활고를 겪고 있는 미성년자들 대상으로 지원활동을 확대하고 있습니다. 2012년 3월부터는 ‘아이들과 미래’와 함께 초·중·고등학생 교통사고 유자녀를 선정하여, 생활비를 비롯한 교복과 기념선물, 명절(설·추석)선물 등 경제적 지원을 하고 있으며, 임직원과의 1 대 1 결연을 통하여 정서적인 지원도 병행하고 있습니다.

삼성교통안전문화연구소 운영

2001년 7월 설립 된 교통안전문화연구소는 체계적이고 과학적인 교통안전 조사와 연구를 바탕으로 분야별 교통안전사업을 통해 사고예방활동을 추진하고 있습니다. 조사 및 연구 결과를 활용하여 언론보도 및 정책 건의와 교통안전 계몽 홍보를 추진하며, 보다 전문적인 관리를 요하는 운수업체 등을 대상으로 안전운전 컨설팅을 실시하고 있습니다. 또한, 어린이와 고령자 등 교통약자, 직업운전자, 교통사범 등을 대상으로 계층별 안전교육을 실시하여 교통사고 감소에 기여하고 있습니다.

주요 교통사고예방활동 2011년 한 해 동안 연구보고서, 안전운전 리플릿, 교통안전정보 웹진 등 교통안전예방자료 7종을 발간하여 기업체 안전관리자 및 운전자, 정부 및 연구기관 등에 300만여 부를 배포하였으며, 이를 매월 이메일을 통해 발송하고 있습니다. 또한, 1만 9천여 명의 녹색어머니 교통안전 명예교사를 양성하여 전국 녹색어머니회, 안전생활실천시민연합과 함께 어린이 교통안전교육을 지원했습니다. 그리고 삼성화재 RC가 신규 자동차보험 계약 1건당 500원을 적립하여 모은 기금으로 셰이프키즈코리아와 함께 어린이 교통사고 예방사업인 ‘해피 스쿨 캠페인’을 전개하고 있습니다. 이외에도, 교통사고 유발환경 신고 캠페인, 출퇴근길 교통안전캠페인과 어린이 통학차량 문에 부착하는 승·하차 안전 보호기인 ‘천사의 날개’ 보급 등 다양한 교통사고예방활동을 실시하고 있습니다.

삼성애니카교통나라 운영

삼성화재 교통박물관에서는 삼성애니카교통나라를 운영하며 어린이들에게 올바른 교통안전지식을 심어주고자 유치원생 및 초등학교 저학년 대상의 교통안전교육을 실시하고 있습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회 >>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품·서비스

환경

성과데이터

부록

생활안전캠페인 전개

화재나 생활안전사고로부터 고통을 받는 사람들이 많은 것을 고려하여 일상생활의 부주의를 짚어내어 사람들의 안전의식을 제고하고 안전사고예방활동이 보다 강화될 수 있도록 지역사회 안전점검활동, 생활안전캠페인 등을 실시하고 있습니다.

Safe Seoul 한마당 행사 지난 2007년부터 시작된 'Safe Seoul 한마당'은 서울시민 안전 의식 향상과 안전문화 확산을 위해 서울특별시와 삼성화재가 공동으로 개최하고 기획하는 종합 119 안전체험교육 한마당입니다. 안전관련 NGO는 물론 각 공공기관이 함께 참여하여, 자라나는 어린이들에게 안전의 중요성을 일깨워주고 생활 속에서 우연히 발생할 수 있는 안전 위해 요소에 대한 대응능력을 길러주고자 체험중심으로 꾸며진 축제형식의 생활안전 교육 프로그램입니다. 2011년에는 서울시민 14만 명이 참여한 가운데 최근 이슈가 되고 있는 지진 교육을 비롯하여 안내견 체험 행사 등 10개 체험교육 코너를 운영했습니다.

[교통안전과 생활안전 지원]

(단위: 백만 원)

구분	2009	2010	2011
교통사고 유자녀 지원	291	188	189
교통예방활동	3,288	3,128	3,246
생활안전캠페인	335	1,762	1,159

장애인 지원

삼성화재는 장애인 지원사업을 통해 신체적 고통과 경제적 어려움을 겪는 사람들에게 나눔을 실천하고 있습니다. 신체적으로 장애를 입은 사람들에게 독립된 삶을 갖도록 도와주고, 사회의 구성원으로서 당당히 제 몫을 다 할 수 있다는 희망을 주어 궁극적으로 장애인이 비장애인과의 동등하게 자신의 꿈을 펼칠 수 있는 사회를 만드는 일에 동참하고자 합니다.

시각장애인 안내견사업

시각장애인의 눈이 되어 줄 수 있는 안내견 사업을 1995년부터 시행해오고 있습니다. 매년 10두 안팎의 안내견을 시각장애인들에게 무상으로 분양하고, 삼성화재안내견학교 외에서도 안내견을 양육할 수 있도록 국내 대경대학, 대만 국립핑퐁과학기술대학 안내견센터의 훈련사들을 대상으로 연수를 실시하여 훈련 노하우를 전수하였습니다. 또한, 일본, 중국 등과 함께 아시아 지역 안내견 학교연합체를 결성하여 노하우를 공유하는 등 대표적인 안내견 양성 기관으로 활동하고 있습니다. 뿐만 아니라 시각장애인이 안내견과의 동행이 자유롭도록 안내견의 공공장소 출입을 보장하는 장애인 복지법을 추진하여, 2001년 1월부터 법안이 시행되는 결실을 거두었습니다. 현재는 보건복지가족부, 국가인권위원회와 함께 기존의 안내견사용자에 대한 권익뿐만 아닌 관련 자원봉사자를 보호하는 법개정까지 함께 추진하고 있습니다.

[연도별 분양된 안내견 수]

(단위: 두)

구분	2009	2010	2011
안내견 수(누적)	129	141	149

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

>>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품 · 서비스

환경

성과데이터

부록

장애인 사회적응 지원

삼성화재는 장애인이 비장애인과 함께 자신의 꿈을 펼칠 수 있는 사회를 구현하고자 합니다. 먼저, 장애인 사회적응 지원사업을 통해 장애인들에게 꿈을 불어넣어 주는 일을 전개하고 있습니다. '뽕고 아 뽕고'와 같은 장애청소년 음악캠프를 통해 음악가로 성장할 수 있는 발판을 마련해주고 있으며, 삼성화재 RC들이 장기보험 신규계약 1건당 500원을 적립하는 '500원의 희망선물 프로젝트'는 경제적으로 어려운 장애인 가족과 시설의 주거환경개선을 위해 운영되고 있습니다. 또한, 매년 서울맹학교에 재학중인 우수시각장애인학생을 선정하여 장학금을 지원하는 등 장애인의 사회적응을 도와주기 위해 노력하고 있습니다.

장애인 인식개선

장애인 사회적응 지원사업이 장애인들에 대한 직접적인 지원이었다면, 장애인 인식개선사업은 장애인 주변의 비장애인들의 편견을 없애는데 일조합니다. 삼성화재는 2008년부터 교육과학기술부, 장애인먼저실천운동본부와 함께 장애인 관련 영상물을 제작하여 청소년들이 장애인에 대한 올바른 인식을 갖도록 도와주고 있습니다. 2012년에는 장애인식개선드라마 네 번째 작품으로 '수퍼맨, 하늘을 날다' 편을 제작하여 전국 중·고등학생들이 장애인의 날을 맞아 영상물을 시청할 수 있도록 지원하였습니다. 또한, 2011년에는 '장애인먼저, 아름다운 소통입니다!' 캠페인에 참여하였고, 초·중학교 장애인 통합학급 대상으로 20개의 우수 학급을 선정하여 시상하고, 장애인 인식개선 백일장을 공동으로 개최하는 등, 장애인에 대한 사회적 편견을 극복하고 함께 어울릴 수 있는 사회를 만들고자 노력하고 있습니다. 그리고 블루팡스배구단은 2002년부터 장애인먼저실천운동본부 홍보대사로 활동하며 매년 장애아동들과 야외프로그램 및 각종 홍보대사 활동을 통해 인식개선을 위한 노력에 동참하고 있습니다.

[장애인 지원금액]

(단위: 백만 원)

구분	2009	2010	2011
장애인 사회적응 및 인식 개선 활동	3,858	3,369	3,161



(500원의 희망선물)



(장애인식개선드라마 촬영)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

>>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품·서비스

환경

성과데이터

부록

지역사회 참여

삼성화재는 지속적인 사회공헌활동으로 지역사회와 함께 성장해 나아가겠습니다.

지역사회 지원

삼성화재는 생활고로 어려움을 겪는 학생들을 지원하는 장학사업, 사회적 약자의 자생력을 강화시키는 소외계층 지원사업, 농산물 수입 개방 및 일손부족으로 인해 어려움을 겪고 있는 농민들을 지원하는 농촌결연사업을 통해 나눔을 실천하고 기업시민으로서 사회적 책임을 다하고 있습니다.

삼성화재장학사업

삼성화재는 학생들이 미래를 이끌어갈 인재로 자랄 수 있는 환경을 제공하고자 노력하고 있습니다. 2011년 9월부터 경찰청과 순직경찰관유자녀 지원 협약을 체결하여 유자녀들에게 장학금을 지급해오고 있으며, 2012년부터 소방방재청과 순직소방가족 지원 협약을 통해 순직소방관 자녀에게도 장학금을 지급하고 있습니다. 또한, 청소년들이 글로벌 리더로서 필요한 자질과 인성 함양을 돕기 위해 매년 '삼성화재 주니어 글로벌 리더스 포럼'을 개최하고 있으며, 그 외에도 대학발전기금과 고등학교 장학금 등 다양한 장학사업을 전개시켜 나가고 있습니다.

소외계층 지원

삼성화재는 소외계층에게 기본적인 사회생활의 기반을 마련해주어 자생력을 강화시켜주고, 이를 지원하는 사회단체들을 도와 지역사회에 안정을 가져올 수 있도록 노력하고 있습니다. 1994년부터 시작한 소년소녀가정 지원은 매월 약 150여 학생들의 생활과 학업을 지원하고 있으며, 어린이재단, 한국부름의전화, 장애인먼저실천운동본부 등 사회복지단체에 운영비와 물품을 제공하고 각종 행사를 후원하고 있습니다.

미소금융 미소금융재단의 지원으로 휴면보험금 재원을 통해 금융소외계층을 대상으로 창업과 사업 운영자금 등의 자활자금을 무담보, 무보증으로 지원하고 있습니다. 2008년에 출시한 미소금융은 올해로 5년째로 접어들어 저신용·저소득 층의 소상공인들을 지원함으로써 자립할 수 있는 기반을 마련해주고 있습니다.

1부 1촌 농촌결연

농산물 수입개방의 확대와 일손부족, 기상이변과 같은 악재로 경제적인 어려움을 겪고 있는 농촌 지역에 대한 지원을 위해 전사차원으로 1부 1촌의 결연사업을 실시하고 있습니다. 삼성화재는 농촌 살리기에 중점을 두고 농촌마을 일손 돕기, 농촌 체험활동과 팜스테이 등을 실시하여 농촌결연마을 활동을 진행하고 있으며, 지역단별로 지속 봉사처를 두어 각 지역에 필요물품을 파악하여 결연마을을 후원합니다. 지난 2011년에는 기름 유출로 피해를 입었던 충남 태안 파도리와 결연을 맺어 특산물을 구매하고, 임직원 봉사활동, 마을의 숙원사업을 지원하는 등 농민 사랑을 실천하고 있습니다.

(농촌결연사업 지원금액)

(단위: 백만 원)

구분	2009	2010	2011
농촌결연사업	87	51	696



(농촌 일손돕기)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

>>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품·서비스

환경

성과데이터

부록

문화예술 및 체육 지원

삼성화재는 문화예술과 체육활동을 지원하여 한국문화의 보존 및 계승, 올바른 자동차 문화의 정착 그리고 국민건강 증진과 여가생활 활성화에 이바지하고 있습니다.

문화재지킴이

한국의 전통문화를 계승하고 옛 것을 지켜나가고자 본사자원봉사 센터는 2005년 6월 문화재청과 '1문화재 1지킴이' 활동 결연식을 갖고 경복궁 지킴이활동과 무형문화재 후원 활동을 전개하고 있습니다. 시민들이 깨끗하고 안전한 환경에서 오랫동안 경복궁을 관람할 수 있도록 월 1회 경복궁 주변 환경미화 활동, 문화재 안전진단을 실시하고 있으며, 2007년 5월부터 줄타기 무형문화재 김대균 선생을 후원하고 있습니다.

삼성화재교통박물관

삼성화재교통박물관은 세계 자동차 역사와 문화를 소개하고 국내 자동차 문화발전에 이바지하고자 설립되었습니다. 자동차와 관련한 문화 유산의 수집 및 연구를 통한 교통안전교육 프로그램 기획, 문화유산 전시 등을 통해 후손들에게 원형의 유산을 전승하는 역할을 하고 있습니다. 뿐만 아니라 해외의 다양한 자동차문화 및 관련 정보를 소개함으로써, 우리 나라에 올바른 자동차문화가 정착할 수 있는 기반을 마련하는 역할을 합니다.



(삼성화재 블루팡스배구단)

체육진흥활동

1987년부터 시작된 스포츠지원사업은 체육진흥을 통한 건강한 사회 구현, 비인기종목 선수 저변확대를 위해 노력하고 있습니다. 아마추어 스포츠의 활성화를 돕기 위해 대한육상경기연맹, 대한빙상경기연맹 등을 후원하고 있으며, 스포츠 꿈나무 육성 프로그램을 통해 우수 선수를 발굴하고 지원합니다. 특히 1997년부터 빙상연맹에 매년 8-10억 원을 후원하여 청소년 대회 신설 및 선수의 해외전지훈련 지원, 일류코치영입 등에 힘쓰고 있습니다. 또한, 프로와 아마추어, 그리고 국적을 불문하고 참가할 수 있는 '월드바둑마스터스'를 통해 바둑의 대중화에 앞장서고 있으며, 2011년 한국기사들이 796만원의 장학금을 한국기원연구생리그 성적 우수자에게 지급하는 등 우수한 예비기사를 육성하기 위한 노력들도 이루어지고 있습니다.

블루팡스 배구단 삼성화재는 1995년 창단된 블루팡스 배구단은 2005년 프로배구 출범 이후 6번 정상에 올랐으며, 특히 2007-08시즌부터 5연패를 달성하였습니다. 뿐만 아니라 장애인먼저실천운동본부의 홍보대사로 활동하며, 연고지인 대전시에서 '사랑 나눔' 행사를 실시하는 등 삼성화재의 사회공헌활동에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

지역사회 커뮤니케이션 강화

삼성화재는 '어린이교통안전협회', '서울맹학교', '장애인먼저실천운동본부' 등 삼성화재의 사회공헌활동에 핵심적인 기관들과 정기적인 회의를 통해 행사를 계획하고 논의하며 프로그램을 진행하고 있습니다. 앞으로도 지역사회를 먼저 생각하여 사회공헌활동이 체계적으로 전개될 수 있도록 노력하겠습니다.



(월드바둑마스터스)

임직원 나눔

삼성화재는 임직원의 사회공헌활동을 통해 봉사활동의 의미와 가치를 전파해 나아가겠습니다.

삼성애니카봉사단

‘삼성애니카봉사단’은 삼성화재의 임직원 사회공헌활동에서 가장 핵심적인 역할을 담당하고 있습니다. 매년 전 임직원을 대상으로 기업 사회공헌활동의 중요성과 봉사활동에 관한 교육을 진행하여 봉사활동의 진정한 의미와 가치를 제고하고 있습니다.

[임직원 봉사활동]

(단위: 명, 시간)

구분	2009	2010	2011
임직원 참여자 수(누적)	27,259	20,937	22,452
1인당 사회공헌활동 시간	13.2	12.22	11.1

삼성애니카봉사단 주요 활동

2011년에는 전국적으로 16개 봉사센터와 180개 팀이 봉사활동에 참여하였습니다. 또한, 임직원의 가족과 친지가 참여하는 가족봉사단을 통해 봉사활동의 의미와 가치를 전파하고 가족의 화합에도 이바지 하고 있습니다. 매년 삼성그룹의 4대 이벤트인 헌혈캠페인, 창립기념 자원봉사 대축제, 임직원 자원봉사 대축제, 연말 이웃사랑캠페인에 참여하고 있으며, 우수 봉사리더를 선정하고 시각장애를 가진 어르신들을 초청하여 1:1로 조를 구성해 제주도 관광을 하는 프로그램을 진행하고 있습니다. 이외에도 임직원, RC 그리고 고객 자녀봉사캠프를 운영하며 어린 세대들에게 봉사정신을 심어주고자 노력하고 있습니다.



[삼성애니카봉사단 체계]

‘2020 GLOBAL TOP 10’을 위한 사회적 기반 구축

직원 자부심 고취 / 기업 이미지 제고

전 직원의 참여와 즐거움을 제공하는 삼성애니카봉사단

드림펀드 100%

봉사시간 16시간

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 사회공헌활동 연계
- 업의 특성에 적합한 활동
- 전문화 프로그램 지원

다양한 참여채널운동을 통한 시너지효과 창출

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

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회 >>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품 · 서비스

환경

성과데이터

부록

해외봉사활동

삼성화재는 해외 곳곳에서 다양한 사업을 전개하고 있으며, 사회공헌활동 역시 전 세계적으로 범위를 넓혀가고 있습니다. 삼성화재 해외 거점에서는 각 국가별, 지역별 특성에 따라 자원봉사를 실시하여, 현지의 문제점과 고충을 해결해주고 있습니다. 2011년에는 17년 만에 처음으로 진행된 전 세계적인 '삼성사회공익활동의 달'과 중국삼성에서 실시하는 사회공익활동 주간 등에 참여하였습니다.

삼성 재능나눔 캠페인 'Gift for You'

'기프트 포 유'는 임직원의 재능 나눔을 테마로 삼성그룹 차원에서 전사적으로 실시하는 캠페인입니다. 삼성그룹의 재능나눔 항목은 크게 직업멘토링, 문화·예술, 스포츠, 교육·학습, 생활·건강의 5개로 구분되어 삼성화재 임직원들은 원하는 분야를 선택하여 재능나눔을 받기 원하는 이들을 대상으로 경험과 지식을 나누어주고 그들과 정서적인 교감을 나누고 있습니다.

청소년 금융교육

청소년의 올바른 금융지식 함양을 위해 금융감독원 주관의 청소년 금융교육에 참여하고 있습니다. 또한, 미래고객 확보와 본업연계 사회공헌활동의 차원에서 보다 체계적인 운영을 위해 전담 부서를 지정하고 임직원을 강사로 활용하고 있습니다.

[청소년 금융교육 참여자 수]

(단위: 명)

구분	2009	2010	2011
청소년 참여자 수	-	2,172	1,019

* 2009년 참여자수는 집계하지 못함

드림펀드 활성화

드림펀드는 '이웃과 지역사회를 위해 꿈(Dream)과 희망을 나누어 드림'이라는 의미로, 삼성애니카봉사단과 더불어 삼성화재 임직원 사회공헌활동에 중요한 축을 담당하고 있습니다. 기금은 임직원들의 자발적인 참여에 의해 매월 급여에서 공제하는 후원기금과 회사에서 임직원 후원기금과 동일한 금액을 매칭하여 매칭그랜트 형식으로 마련되고 있습니다. 한 해 동안 모금된 드림펀드는 지역사회와 봉사단체 기부 및 임직원의 봉사활동 경비로 쓰여집니다. 2011년 말 기준, 임직원 99.3%가 가입되어 있으며 매월 약 3천 9백만 원의 기금이 적립되어 삼성화재 사회공헌활동에 활용되고 있습니다.



(삼성애니카 봉사단 _ '어르신께서 주시는 꿀밥')



(삼성애니카봉사단 _ '두어인')

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회 >>

업에 본질을 살린 사회공헌

지역사회 참여

임직원 나눔

사회적 상품·서비스

환경

성과데이터

부록

사회적 보험 상품·서비스

삼성화재는 사회적 약자와 금융소외계층을 배려한 보험상품·서비스를 제공하여 사회적 책임을 다하는 기업이 되겠습니다.

사회기여 상품·서비스 제공

삼성화재는 보험가입 시 장애인이 차별 받는 일이 없도록 하고, 사회적 약자와 금융소외계층을 배려한 보험상품·서비스를 지속적으로 출시하여 누구나 행복한 생활을 영위하는데 있어 차별 없는 세상을 만들고자 합니다.

나눔 친서민 자동차보험 특약

서민 경제 활성화를 위해 실시한 '나눔 친서민 자동차보험 특약' 서비스는 기초 생활수급자를 대상으로 보험료를 감면해 주고 있습니다. 특히 저소득 계층 중에서도 생계를 목적으로 중고 소형차를 소유한 고객들에게 서민 우대형 자동차 보험상품을 판매하여 기존 자동차보험보다 보험료가 약 17% 저렴하게 제공하고 있습니다.

장애인복지시설우대종합보험

'장애인복지시설우대종합보험'은 장애인복지시설에서 발생할 수 있는 화재나 배상책임 그리고 시설 이용자의 상해 위험을 종합적으로 보장해주는 보험으로 보다 많은 이들이 장애인 돕기에 동참할 수 있도록 지원해주는 상품입니다.

행복한 노후

삼성화재는 고령화 사회가 사회적 문제로 대두됨에 따라 오늘날의 중·장년층에 맞는 노후준비를 지원하기 위해 실버계층 전용 '무배당 삼성화재 건강보험 행복한 노후'를 출시하였습니다. 이를 통해 보험가입 연령을 최대 70세까지 확대하는 등 노년층의 의료비 지출로 인한 경제적 부담을 덜어주고 더 많은 이들에게 혜택을 주고자 합니다.

소액기부보험

2012년 도입 예정인 소액기부보험제도는 시민들에게 기부문화를 전파하며 사회적 약자의 보험계약을 지원하는 제도입니다. 보험계약자가 보험가입과 동시에 보험료의 소액을 기부하면 서, 보험사도 같은 금액을 기부하고 이 금액은 저소득층 아동들이 무료로 의료비 보험에 가입할 수 있도록 사용됩니다.

Environment

Our Approach

환경·에너지경영 방침에 따라 녹색경영을 추진하고 있으며, 전 임직원의 적극적인 참여와 업의 특성을 살린 친환경 상품·서비스 제공을 통해 기업의 환경적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.

녹색경영 체계	- 환경·에너지 경영방침 개정 및 온실가스 저감 활동 전개
기후변화 완화와 적응	- 삼성방재연구소와 함께 기후변화 연구 및 사업기회 모색
친환경 보험 상품·서비스	- 업의 특성을 살린 친환경 보험상품 및 서비스 출시



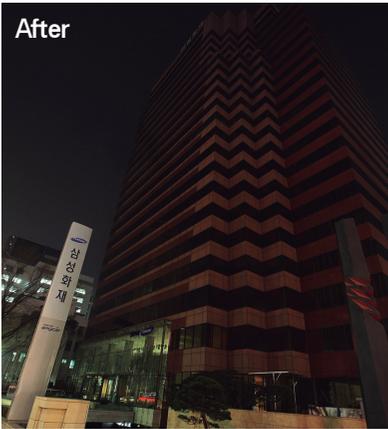
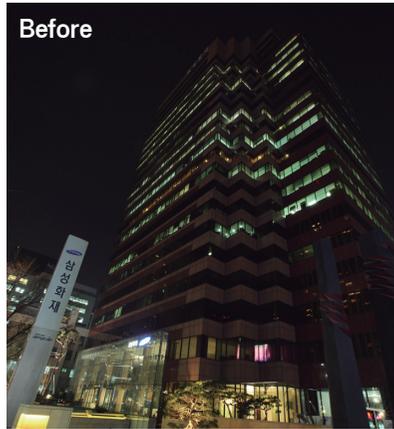
Smart & Green 캠페인을 통해 절감된 종이 비용은 산림청 '학교숲 가꾸기'등 환경 개선 사업에 사용됩니다.

Performance Highlights

에너지사용량 **791**TJ

전자약관 가입건수 **186,715**건

환경사랑 포인트기부 참가자 **212,570**명
 (삼성화재 홈페이지 허니빈 포인트)



2012년 3월, 글로벌 환경 캠페인인 'Earth Hour' 행사에 참여하여 1시간 동안 본사 건물의 모든 전등을 소등하였습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

환경 >>

녹색경영 체계

기후변화 완화와 적응

친환경 보험 상품·서비스

성과데이터

부록

녹색경영 체계

삼성화재는 지구환경보호를 위해 기후변화대응 전략을 수립, 임직원의 참여를 바탕으로 녹색경영을 체계화하고 있습니다.

녹색경영 체계구축

범 지구적으로 빠르게 확산되고 있는 각 기업들의 기후변화 대응 노력에 동참하여, 삼성화재는 기후변화대응 전략 수립과 환경 리스크관리 등을 통해 지구 환경보호를 적극적으로 실천하고 있습니다. 전사차원의 녹색경영체계 구축, 임직원의 환경의식 제고와 같은 노력을 통해 친환경 경영 역량을 지속적으로 강화해 나가겠습니다.

환경·에너지경영 방침 수립

녹색경영의 실질적 기반을 마련하고자 2011년 발표한 환경경영 방침을 2012년 4월, 환경·에너지경영 방침으로 개정하여 한층 강화된 환경경영체계를 운영하고 있습니다. 환경경영 전담조직으로 CSR 사무국을 두어 기후변화 대응을 총괄하고 각 파트별로 환경실행 성과를 정기적으로 평가하고 있습니다. 평가 결과는 지속가능경영보고서를 통해 대·내외 이해관계자들에 투명하게 공개함으로써 삼성화재의 환경적 책임을 공고히 하고 있습니다.

국제 규범 준수

삼성화재는 글로벌 이니셔티브에 참여함으로써 기후변화 대응과 적응을 위한 세계적인 움직임에 적극 동참하고 있습니다. UNGC가 요구하는 환경원칙을 준수하고, UNEP FI(United Environment Programme Finance Initiative)일원으로서 글로벌 이니셔티브의 지속가능성명을 지지하고 있으며, 온실가스정보공개 프로젝트(CDP, Carbon Disclosure Project), 물 정보공개 프로젝트(WDP, Water Disclosure Project) 가입 등 국제 활동을 활발히 하고 있습니다. 2011년에는 탄소경영체계 구축을 통해 탄소정보공개프로젝트 한국위원회에서 추진한 '탄소경영 우수기업'으로 선정되기도 하였습니다. 2012년 5월에는 삼성화재 에너지경영시스템 구축을 하여 국내 금융권 최초로 ISO50001인증을 취득하였습니다.

임직원 환경 의식 제고

삼성화재는 저탄소 녹색성장의 정책 기조에 따라 다양한 환경 캠페인 활동을 전개하여 친환경 의식제고와 임직원의 친환경 실천을 적극 권장하고 있습니다. 2011년 10월에 실시한 '3일의 기적' 행사에서는 세계 식량의 날을 맞아 임직원의 점심 비용을 기부하여 빈곤 아동 구호와 환경오염 방지 활동을 후원하였습니다. 또한, 환경보호와 관련된 영상물을 상영하고 휴대폰이나 폐건전지 수거 행사를 펼치는 등 전 임직원이 동참하는 프로그램을 추진하였습니다. 뿐만 아니라 삼성그룹 교육을 통해 각 사의 에너지담당자들이 모여 기후변화에 대한 국내 대응 동향과 온실가스 에너지 목표관리제에 따른 추진 활동을 서로 교류할 수 있도록 하고 있습니다. 최근에는 에너지경영시스템 구축 교육을 실시하여 내부 심사원을 양성하는 등 사내 에너지 정책을 강화하여 임직원의 실천과 참여를 위한 노력을 이끌어 내고 있습니다.

[삼성화재 환경·에너지경영 방침]

환경·에너지경영 방침

1. 삼성화재는 전사적인 환경·에너지경영 시스템을 운영함으로써, 환경 및 사회분야의 기업가치 제고를 추구한다.
2. 삼성화재는 국제협약 및 국가/지역별 환경·에너지 법률과 규정을 자율적으로 준수하고, 환경·에너지 관리 수준을 지속적으로 향상시킨다.
3. 삼성화재는 에너지 사용 절감, 온실가스 배출 감축, 자원절약 및 재활용, 위험요인 발굴 및 제거 등 환경·에너지 개선 활동에 자발적으로 참여한다.
4. 삼성화재는 환경·에너지 분야와 관련한 보험금을 상품의 연구개발, 리스크 관리 연구 및 자선운용 활동을 전개함으로써 지속가능한 사회 구현에 기여한다.
5. 삼성화재는 환경·에너지 분야의 실행 성과를 정기적으로 평가하고, 그 결과를 대·내외 이해관계자에게 투명하게 공개한다.
6. 삼성화재는 고객, 주주, 비즈니스 파트너, 임직원 등 이해관계자의 환경·에너지 사업 활동에 적극적으로 협력함으로써 상호발전을 추구한다.
7. 삼성화재는 사회적 책임의 일환으로, 지역사회와의 협력을 통하여 환경·에너지 개선 활동을 수행한다.

think & act 삼성화재 SAMSUNG

기후변화 완화와 적응

삼성화재는 온실가스 배출량을 저감하고, 에너지 효율을 극대화하는 프로그램을 추진함으로써 지구환경 보전을 위한 사회적 책임을 다하고자 합니다.

온실가스 저감 노력

삼성화재 CSR사무국에서는 환경·에너지경영 방침에 따라 에너지 관리기준을 구체적으로 설정하고, 회사 전체의 에너지 사용량, 온실가스 배출량 등 환경정보를 총괄 관리하며 삼성화재의 협력회사도 참여 할 수 있도록 독려하고 있습니다. 2012년 전사 에너지경영 감축 목표는 3%로 설정하였으며, 에너지 사용시설의 고효율화, 임직원 에너지 절약활동 등 전사적인 감축 활동이 전개되고 있습니다.

온실가스 배출량 관리 및 정보 공개

제조업체와 달리 업의 특성상 에너지 및 자원의 사용 범위가 넓지 않으나 삼성화재는 자발적으로 온실가스 배출량 관리와 자원소모에 대한 관리 감독을 철저히 하며 환경경영을 적극적으로 실천하고 있습니다. 2010년부터 CDP서명기관으로 참여하여 삼성화재 전사육의 온실가스 배출량을 비롯한 탄소관련 정보 분석의 결과를 공시하고 있습니다. 최근에는 온실가스 배출량 제3자 검증을 실시하여 환경 정보에 대한 신뢰성 제고를 위해서도 노력하고 있습니다.

[온실가스 배출량]

(단위: tCO₂e, tCO₂e/m²)

구분	2009	2010	2011
온실가스 총 배출량	38,638	40,393	41,584
단위 면적당 온실가스 배출량	0.090	0.094	0.093

에너지 절감 및 고효율화 노력

삼성화재는 에너지 효율화 정책을 실시하여 건물 내 시설물들을 탄력적으로 운영하는 등 다양한 아이디어를 통해 에너지 절감활동을 실천하고 있습니다. 냉·난방의 수요가 급증하는 여름과 겨울철에는 사무실 실내 온도를 적정온도로 유지하고 사무실 자동소등을 실시합니다. 노후된 사육을 친환경적으로 리모델링하고, 고효율 에너지 기자재를 도입하는 등 친환경 업무 환경을 조성하고자 노력하고 있습니다. 재해복구센터에서는 노후화된 업무시스템을 가상화기반의 신규 시스템으로 교체하여 비즈니스 대응이 신속해졌을 뿐만 아니라 전력 사용을 감축하여 연간 130,000Kg의 CO₂를 절감하여 소나무 1,175 그루를 심는 효과를 거두고 있습니다.

간접 온실가스 배출저감

삼성화재는 출퇴근시 자가용 이용을 자제하고 그룹 통근버스를 제공하는 등 대중교통을 활용하도록 권고하고 있습니다. 또한, 대중교통 수단을 이용한 출장을 위해 KTX와 연계한 할인을 지원하고 있으며, 개인 차량 이용이 부득이 할 경우 부서장과 인사팀 합의를 거치도록 합니다.

[온실가스 저감 활동]

구분	온실가스 저감 활동
전기	- 점심시간 및 업무외 시간 자동 소등 - 권장 실내온도 준수 - 퇴근시 pc 및 전기 기기 전원 차단
연료	- 그룹사 통근버스 운영 - 출퇴근 및 출장시 대중교통 권고
종이	- 전자결재시스템 도입 - 전자 약관 및 인터넷 보험 활성화
유류	- 법정 온도 유지 - 스마트 드라이빙 교육 실시
기타	- 노후장비 교체 및 고효율 장비 설치 - 수요관리 모니터링 실시 - 절전캠페인 실시 - 머그컵 사용 권장

친환경 활동 참여

삼성화재는 친환경 활동 정책을 통해 사무 환경에서부터 일상적인 업무 활동에 이르기까지 환경에 대한 임직원의 관심을 증대시키고 자발적인 참여를 독려하고 있습니다. 삼성화재의 친환경 활동은 임직원뿐만 아니라 상품·서비스를 이용하는 고객들의 적극적인 동참을 유도하여 임직원, 고객이 함께하는 친환경 활동을 전파하고자 합니다.

Eco Office 활동: 임직원 참여 활동

임직원의 녹색생활 실천은 환경적 성과뿐만 아니라 업무 효율성을 제고하여 삼성화재의 녹색 경영에 이바지하고 있습니다. 에너지 절감을 위해 2009년 전자결재시스템을 도입한 이래로, 전자문서 활성화 캠페인을 추진하여 일상업무에서 종이사용 절감과 이면지 사용을 확대하고 페지의 재활용률을 높여 가고 있습니다. 또한, 사무실에서 종이컵 등 일회용품 사용을 줄이고 머그컵 사용을 늘리는 등 재활용품 및 친환경 제품 사용을 점차적으로 확대하여 작은 것부터 생활화 할 수 있도록 임직원의 친환경실천지수를 높여나가고 있습니다.

Smart & Green 캠페인: 고객 참여 활동

삼성화재는 2010년 4월부터 종이사용 절감 등 환경에 기여하는 보험상품·서비스 제공을 위해 'Smart & Green' 캠페인을 전개하고 있습니다. 보험상품을 가입하는 고객들이 보험가입 자료를 이메일로 받을 경우, 절감된 종이 비용은 산림청 학교숲 가꾸기 등 환경 개선사업에 기부하는 녹색환경 가꾸기 실천프로그램에 사용되어집니다. 인터넷 완결형 자동차보험인 '마이애니카'는 인터넷 보험가입 후, 이메일로 보험증권과 약관을 즉시 확인하고 PC에 파일 형태로 저장할 수 있어 친환경적이고 편리함을 갖춘 보험 상품으로 각광 받고 있습니다.

Safe Driving: 친환경 안전운전 홍보

운전자들의 교통 안전의식을 고취하고 저탄소 친환경 운전의 생활화를 위해 친환경 안전운전 가이드 리플릿을 제작하여 배포하였습니다. 친환경 운전은 운전자가 자동차의 특성을 잘 이해하고 순리대로 운전하여 에너지를 절약하고 이산화탄소 배출을 함께 줄여가는 것입니다. 삼성화재는 자동차 고장이나 사고 출동 요청 고객을 대상으로 차량관리 및 안전운전 등 28가지 Tip을 수록한 리플릿을 전달하여 안전운전을 독려하고 친환경 운전을 홍보하고 있습니다. 또한, 삼성화재 홈페이지에서는 '마이세이프드라이빙' 어플리케이션을 제공하여 고객의 친환경 운전 점수를 자가 측정할 수 있도록 하고 있습니다.

환경보호 활동: 나무심기 프로그램

삼성화재는 UNEP 한국위원회와 연중 환경 기부 캠페인을 진행하고 있습니다. 삼성화재 홈페이지 가입 회원을 대상으로 허니빈Point를 운영하여 고객들이 삼성화재 홈페이지를 이용하거나 이메일을 오픈 할 때 자동으로 포인트를 제공하고 있습니다. 적립된 포인트는 UNEP의 '나무를 심어요! 지구를 위해' 환경프로그램에 기부할 수 있어, 고객과 함께 환경 사랑을 실천하고 있습니다. 2011년 한 해 동안 삼성화재 홈페이지 가입 고객의 67% 이상이 참여하여 770여 만원을 기부함으로써 지구촌 환경 사랑을 실천하였습니다.



(학교숲가꾸기)

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

환경 >>

녹색경영 체계

기후변화 완화와 적응

친환경 보험 상품·서비스

성과데이터

부록

친환경 캠페인 활동

삼성화재는 업무 공간에서 뿐만 아니라 생활 속에서도 친환경 실천을 독려하여 삼성화재의 친환경 활동을 다양한 이해관계자와 함께 하고자 노력합니다. 적극적인 환경 캠페인 활동을 실시함으로써 임직원 및 고객과 함께하는 환경 경영을 발전시켜 나가겠습니다.

임직원 참여형 환경 캠페인 '지구촌 불끄기 행사(Earth Hour)'는 지구온난화로 인해 뜨거워진 지구를 식혀주고 전세계 시민들의 친환경 활동 참여를 독려하기 위해 매년 3월 마지막 주 토요일 오후 8시30분부터 가능한 모든 전등을 1시간 동안 소등하는 글로벌 환경캠페인입니다. 삼성화재는 2010년부터 본 캠페인에 동참하여 2012년 3월 31일에는 본사를 포함한 모든 사옥의 내·외관 조명을 소등하고 전 임직원들에게 SMS를 발송하여 지구촌 불끄기 행사의 의미를 되새기고 인터넷가입 고객 대상에게도 이메일을 발송하여 행사참여를 안내하는 등 기후변화 및 환경 보호에 대한 인식을 공고히 하였습니다.

시민 참여형 녹색실천 행사 삼성화재는 2012년 '지구의 날' 행사에 참여하여 서울 청계광장과 광화문광장 일대에서 시민참가자들과 함께 하였습니다. 지구의 날 행사는 '지구를 위한 움직임'을 슬로건으로 지구를 위한 시민들의 플래시 몹 참여, 환경 창작 뮤지컬 공연 등 다양한 볼거리와 함께 온실가스를 줄이기 위한 자원 재사용과 재활용 캠페인으로 운영되었습니다. 현장에서는 머그컵 사용, 에코맘 가게, 환경교육 체험프로그램 등의 녹색생활 실천 행사를 통해 참가자들 모두가 지구와 환경을 위해 고민해 볼 수 있는 시간이 되었습니다.

기후변화 리스크관리

삼성화재는 1979년 국내 손해보험업계 최초로 위험관리 전문조직인 삼성방재연구소를 설립하여 사고예방을 위한 위험관리서비스를 실시해 왔습니다. 최근 기후변화로 인한 위험관리의 중요성이 대두됨에 따라 기후변화 리스크 요인 조사에도 힘쓰고 있으며, 탄소배출권 거래사업 검토 및 CDM 사업지원 컨설팅, 온실가스·에너지 목표관리제 대응 컨설팅 등을 포함한 종합 위험관리(Total Risk Solution) 컨설팅을 제공하고 있습니다. 손해보험업에 위기로 작용할 수 있는 환경 위기를 기회로 삼아 기후변화에 따른 환경 리스크 요인에 대한 예방활동과 사고대응 체계를 수립하고 있으며, 방재·탄소경영 관련 간행물을 발간하여 사회 전반에 기후변화리스크 관리, 사고 예방 문화가 정착되도록 노력하고 있습니다.

자연재해 예방 프로그램

삼성화재는 자연재해에 대비하기 위해 기상시스템 개발뿐만 아니라 기상청 데이터와 정량적 위험 평가를 통해 고객에게 일일 기상정보와 위험 지수 제공 및 기후변화와 계절별 기상전망을 실시간으로 업데이트하고 있습니다. 뿐만 아니라 홍수, 지진, 강풍, 해일, 폭설 등 자연재해 분야의 전문가를 두어 자연재해 컨설팅을 실시, 지난 2011년에는 국내 제조사업장, 건설현장 등 53건의 컨설팅을 완료하였습니다.

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

주주 / 투자자

고객

임직원

파트너

지역사회

환경 >>

녹색경영 체계

기후변화 완화와 적응

친환경 보험 상품·서비스

성과데이터

부록

친환경 보험 상품 · 서비스

삼성화재는 업의 특성을 살린 친환경 보험상품 · 서비스를 제공하여 친환경 선도기업으로 도약하고자 합니다.

친환경 상품 · 서비스

삼성화재는 손해보험업의 특성을 반영한 친환경 상품 · 서비스를 제공하여 기후변화에 선도적으로 대응하고 있습니다. 급작스런 날씨 변동으로 인한 기업의 매출 손실을 보상하는 '날씨보험', 약정한 주행거리에 따라 보험료를 적용하는 'Eco마일리지 자동차보험' 등 환경 영향을 고려한 보험 상품 · 서비스 제공을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

[친환경 상품 · 서비스]

상품·서비스	상품·서비스 특징
전자약관 (Eco-e 약관)	보험계약자료 등을 이메일로 받을 경우 보험료 할인 및 친환경단체 기부
요일제 자동차 보험	승용차 요일제에 참여하면 자동차보험료 8.7% 할인
풍수해보험	태풍, 호우, 강풍, 대설 등으로 인한 주택, 온실, 축사시설 등의 피해 발생시 복구비 보장
농작물 재해보험	자연재해로 인한 농작물(과수, 벼 등) 피해 보상
환경오염 배상책임보험	보험가입자가 환경오염을 야기함으로써 민사상 손해배상 책임을 질 경우 신속한 오염 복구 및 오염확대방지를 위한 지원
날씨보험	기상이변에 따른 매출감소나 비용증가 등 보상
자전거보험	자전거를 이용하는 고객이 사고를 당했을 때, 혹은 다른 사람의 신체나 재물에 사고를 낸 경우 보상
Eco마일리지 자동차보험	주행거리를 계산해 약정한 거리에 따라 보험료를 적용하여 선 / 후 할인
자동차 중고부품 특약	재생 부품을 사용해 수리하면 새 부품가액의 20%를 고객에게 돌려줌

전기자동차 및 하이브리드차량 지원 확대 전기자동차 보급이 늘어감에 따라, 서비스망을 비롯한 전기차 인프라를 구축하기 위한 한국전력 등과 컨소시엄을 맺어 시범 사업을 전개하고 있습니다. 삼성화재는 지구 온난화 해결에 동참하기 위해 친환경차량인 하이브리드 차량에 대한 보상 교육 추진, 손해사정 매뉴얼 개발 등 지속적으로 전기자동차와 하이브리드 차량에 대한 지원을 확대해나갈 계획입니다.

환경을 고려한 투자

자산운용 분야에서도 기후변화를 비롯한 각종 환경문제에 대해 선제적으로 대응하고 실질적인 대안을 찾고자 합니다. 국내 환경 지원 사업에 적극적인 투자를 검토할 뿐만 아니라 삼성화재 내부의 환경개선 활동에도 과감히 투자함으로써 친환경 선도기업으로 나아가고 있습니다.



성과데이터

경제적성과	81
환경적성과	82
사회적성과	83

경제적 성과

삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터
 >>
 경제적성과
 환경적성과
 사회적성과
 부록

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011	비고
가치창출						
주요 경제적 가치창출(At a glance)						
성장성	원수보험료		108,951	127,713	145,846	
	총자산	억원	266,559	322,718	386,212	
안정성	자기자본		49,403	66,219	76,950	
	RBC비율(지급여력비율)	%	426.4	498.5	450.7	09년은 지급 여력비율 기준
수익성	당기순이익	억원	5,245	6,764	7,845	
	손해율	%	79.0	81.9	81.3	
신용등급						
	S&P		A+	A+	A+	9년 연속
	A.M. Best		A+	A+	A++	최고등급
지속가능한 경제적성과(Sustainability Performance)						
	친환경 보험상품 매출액	억원	32.9	213.3	1,004.5	
	사회적 보험상품 매출액		3.5	12.8	8,230.0	
가치분배						
채권자	이자비용		16	45	47	
임직원	급여 및 복지비용		5,673	5,754	5,649	
정부 / 지방자치단체	국세 및 지방세		1,934	2,494	2,138	
주주	배당금		1,397	1,747	1,749	
지역사회	사회공헌지출액	억원	253.69	255.90	253.92	
	문화예술		27.82	48.19	37.74	
	사회복지		147.87	151.19	165.55	
	체육진흥		31.03	52.83	33.87	
	학술교육		46.97	3.54	16.14	
	환경보전		0.00	0.16	0.63	
	당기순이익 대비 사회공헌지출비중	%	4.8	3.8	3.2	

*경제적 성과는 회계연도 기준이며, FY'09년은 K-GAAP, FY'10, FY'11년은 K-IFRS 개별 기준으로 작성되었습니다.

*이자비용은 재무재표상의 이자비용이며 FY'10년부터는 IFRS 제도도입에 따라 금액이 증가하였습니다.(현재가치할인차금상각 발생)

*급여 및 복지비용 : 급여+퇴직급여+재산관리비

환경적 성과

삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터
 경제적성과
 환경적성과 >>
 사회적성과
 부록

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011	비고
환경성과						
에너지						
에너지사용량	총 사용량		706	770	791	
	직접 사용량(Scope1)	TJ	107	150	162	
	간접 사용량(Scope2)		599	620	629	
원단위	면적 대비	TJ / m ²	0.002	0.002	0.002	
온실가스						
온실가스 배출량	총 배출량		38,638	40,393	41,584	
	직접 배출량(Scope1)	tCO ₂ e	5,695	8,329	9,071	
	간접 배출량(Scope2)		30,943	32,064	32,513	
원단위	면적 대비	tCO ₂ e / m ²	0.090	0.094	0.093	
폐기물						
	발생량	Ton	1,131	1,278	1,007	
	재활용 비율	%	37	39	30	
용수						
	사용량	Ton	393,043	306,621	344,812	
용지						
용지 구매량	복사용지 구매량	Ton	10,952	9,324	10,478	
	인쇄용지 구매량		3,343	3,215	3,131	
환경보존	전자약관 가입건수 (Paperless 활동)	건	54	78,292	186,715	
환경법규 위반						
	환경법규 위반여부	건	없음	없음	없음	

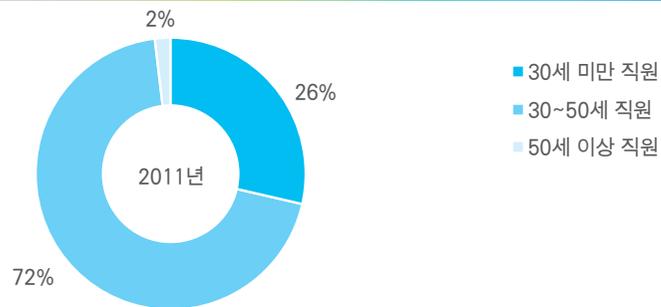
* 국내 보유사육 대상(총 32개)이며, 2011년 4월에는 영등포사육이 신축되었습니다. .



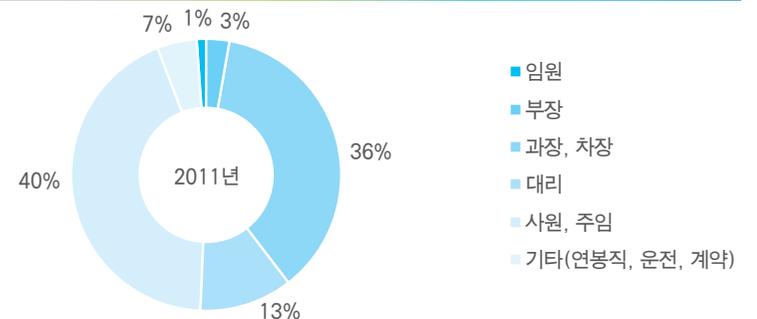
사회적 성과

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011	비고
임직원						
채용 및 성과평가						
임직원 현황	임직원 현황		5,220	5,301	5,341	
	정규직(임원포함)		4,988	5,020	4,986	
	정규직(연봉직)		86	89	110	
	비정규직		146	192	245	
신규채용	직원채용	명	329	268	253	
	경력자 채용		66	56	67	
현지인 채용	해외 총 근무자 수		184	258	359	
	현지인 채용수		159	225	318	
	현지인 관리자 수		24	29	45	
급여	임직원 1인	남자	93.82	92.12	102.82	
	평균 급여액	여자	50.70	50.11	55.87	
	법정 최저임금대비 신입사원 임금비율	%	271	295	299	
기타	정식성과평가를 받은 직원 수	명	5,074	5,109	5,096	정규직 전원
	근속년수	년	9.0	8.3	9.8	
다양성						
여성	여성 임직원 비율(정규직대상)		41.7	41.1	41.2	
	여성 관리직 비율(과장 이상)	%	4.9	6.6	7.1	
장애인	장애인 고용율		1.38	1.53	2.19	
국가보훈	국가 보훈자 고용율		1.49	1.48	1.49	

[연령별 임직원 수]



[직급별 임직원 수]



삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터
 경제적성과
 환경적성과
 사회적성과
 부록

>>

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011	비고
임직원						
임직원 역량강화						
인재육성	인당 교육비	천원	1,394	1,588	2,165	
	인당 교육 시간		112	97	113	
윤리경영	윤리·준법교육 시간 (반부패 교육)	시간	34,662	32,426	41,990	
think NEXT e-공유가치	인당 교육시간 (인권, 환경, 지속가능경영 등)		20	20	20	온라인교육
	수강 인원		4,672	4,890	4,884	
고객만족	CS교육 수료 인원	명	16,023	13,043	18,760	
복리후생						
건강관리	임직원 건강검진 참여율	%	91.4	90.9	94.4	
	건강검진(배우자 포함)	천원	1,164,604	1,793,018	3,696,904	
취미반 운영	사내 취미반 수	개	36	35	39	
	사내 취미반 참여 인원	명	1,018	1,057	1,129	
인권 및 노동						
안전 / 보건	결근 및 손실일수	일	2,011 / 82	1,585 / 430	2,004 / 171	
	이직율	%	7.01	4.77	4.12	임원 포함
노동조합	평의원협의회 가입비율	%	100	100	100	
보안교육	정식인권 교육을 받은 보안 담당자 비율	%	100	100	100	



구분	세부항목	단위	2009	2010	2011	비고
고객						
고객만족	고객 개인정보 위반건수	건	없음	없음	없음	
	24시간 내 고객불만 처리율	%	68.2	83.0	81.0	
	국가고객만족도(NCSI)	점	72.0	72.0	73.0	
파트너						
RC	RC 현황	명	33,178	33,570	33,105	활동중인 표준RC기준
	RC 1인당 교육비	천원	150	140	153	
정비업체	정비업체 CS 교육 횟수	회	18	21	18	애니카출동자, 랜드점 대상
	정비업체 CS 교육 수료인원	명	740	611	432	
지역사회						
사회공헌활동	임직원 1인당 사회공헌활동 시간	시간	13.2	12.2	11.1	
	사회공헌 참여 임직원수	명	27,251	20,937	22,452	누적
투자자						
	투자자 미팅 건수	건	453	482	407	
부패위험 분석 및 법률위반						
	부패위험 분석 대상 사업장 수	개	950	947	992	전 부서
	부패위험 분석 실시 사업장 비율	%	100	100	100	

*2010년 금융위원회에서 보험상품 변경신고 의무 위반으로 1,500만원의 벌금을 부과 받았으며, 재발 방지를 위해 관련 기초서류 등 프로세스를 재정비하였습니다. 관련 내용 및 조치 내용에 대한 자세한 사항은 2011년 삼성화재 사업보고서를 통해 확인하실 수 있습니다.

부록

이해관계자 피드백	87
제3자 검증의견서	89
환경관련 검·인증	91
GRI Statement	92
GRI Index	93
보험산업의 사회적 책임 가이드라인	97
지속가능경영 관련 수상현황	98
지속가능경영 관련 협회 가입현황	99
삼성화재 연혁	100
용어해설	101

이해관계자 피드백

삼성화재 지속가능경영보고서의 주인은 바로 모든 이해관계자들입니다. 이에 지속가능경영 활동 및 공개내용에 대하여 이해관계자들에게 의견을 청취하였으며, 향후에도 적극적인 소통을 실시하여 신뢰받는 기업, 함께 성장하는 기업으로 나아가겠습니다.



삼성증권
 장 효 선 팀장

국내 최고를 넘어 글로벌 기업으로의 도약

국내 손해보험시장에서 삼성화재는 압도적인 1위사로서 탁월한 성과를 시현하고 있습니다. 특히 비전 2020을 선포하는 등 국내 최고를 넘어선 글로벌 기업으로의 성장 또한 기대되고 있습니다. 향후에도 경쟁력 있는 사업 포트폴리오와 내실 있는 경영을 바탕으로 국내 및 해외에서도 인정받는 손보사로 거듭날 것으로 믿습니다. 최근의 글로벌 경제 상황 등으로 인해 21세기에는 성장 뿐 아니라 사회 구성원과의 균형 또한 강조되고 있습니다. 투명한 지배구조 및 의사결정, 윤리경영, 기업의 사회적 책임 등 지속가능 경영에 대한 꾸준한 노력으로 향후에도 주주 및 투자자 모두에게 긍정적 평가를 받는 글로벌 기업 삼성화재로 거듭나길 바랍니다.



12기 고객패널
 이 윤 주 고객

고객감동의 기준, '내 일처럼'

고객패널제도 운영 및 상품개발 참여, 고객 중심의 소통 등 삼성화재의 지속가능경영보고서에는 고객에 대한 회사의 진정성이 담겨있는 것 같습니다. 단지 보여주기 식이 아닌, 고객 입장에서 생각하고, 고객의 안심과 안전을 최우선으로 고려하는 삼성화재의 마음을 확인할 수 있었으며, 역시 고객만족도 1위 회사답다라는 생각이 들었습니다. 항상 고객의 입장에서 경영활동을 하고, 고객에서 감동을 제공할 수 있는 삼성화재가 되길 바랍니다.



삼성화재 평의원협의회
 고 관 송 회장

Exciting 삼성화재!

삼성화재의 두 번째 지속가능경영보고서가 웹을 통하여 실시간으로 직원들과 공유되는 모습을 보며 삼성화재 직원을 대표하는 평의원협의회 회장으로서 자부심과 함께 평의원협의회회의 더 많은 활동에 대한 책임을 느낍니다. 삼성화재에 대한 소속감 및 자긍심을 고취하기 위한 직원 육성 및 인사, 복리후생제도 운영, 그리고 직원들과의 소통을 위한 회사의 노력이 본 보고서에 충분히 담겨 있다고 생각합니다. 직원들을 위한 삼성화재의 노력들과 그에 대한 정보공개가 끝이 아닌, 이제 시작이라 생각합니다. 앞으로도 직원 개개인의 기대치를 함께 공감하고 반영하여 상생의 노사관계를 유지 발전시켜 나가는데 평의원협의회가 더욱 노력하도록 하겠습니다.

파트너RC

둔산지역단 행복브랜치
임상수 RC

고객을 위한 행복파트너

삼성화재RC는 금융전문 지식을 바탕으로 고객이 필요로 한 부분에 대한 보험 설계를 도울 뿐만 아니라, 고객과 진심으로 소통해야 함을 알고 있습니다. RC 업무지원 체계와 짜임새 있는 교육, 복리후생 및 보상 등 업계 최고의 경쟁력 있는 금융컨설턴트를 양성하기 위한 삼성화재의 다양한 노력 또한 느끼고 있습니다. 고객을 위한 행복파트너에 대한 해답은 현장에 있다고 생각합니다. RC들과 주기적이고, 다양한 소통을 통해 현장의 목소리에 귀 기울이고, 필요로 하는 지원 및 협업을 해 주시길 바랍니다. 삼성화재의 지속가능한 성장에 있어 삼성화재 RC들은 언제나 함께할 것이며, 함께 성장하겠습니다.

지역사회

아이들과 미래
송자 이사장

따뜻한 보험! 따뜻한 삼성화재

본 보고서를 읽고 나서 느끼는 삼성화재는 손해보험업의 특성을 살려 다양하고 체계적인 사회공헌 활동을 실시하고 있으며, 지역사회에 기여하는 건실한 기업이라는 것입니다. 교통사고 유자녀를 위한 지원, 교통안전사고 예방활동, 시각장애인 안내견 사업 등은 삼성화재만의 대표적인 사회공헌활동으로 널리 인식되어 있습니다. 앞으로도 꾸준히 활동하여 더 많은 사람들이 '삼성화재만의 특화된 사회공헌'으로 인식할 수 있도록 노력해주시길 부탁드립니다. 또한, 사회적 소외계층의 든든한 미래를 위한 상품 및 서비스를 적극적으로 개발하여 지속적으로 사랑 받고, 존경 받는 삼성화재가 되시길 기대합니다.

환경

한국생산성본부
 지속가능경영센터
김동수 센터장

환경경영, 미래를 위한 최고의 보험!

삼성화재는 환경경영을 보다 효과적으로 추진하기 위해 환경·에너지 경영 방침 수립, 에너지경영시스템 ISO50001 인증 획득 등 체계적인 녹색경영을 실시하고 있습니다. Eco 마일리지자동차보험과 같은 녹색상품의 제공, 전자약관 활성화 등은 환경적 책임을 충실히 이행하는 대표적인 활동이라 생각합니다. 특히, 임직원·고객·시민이 함께하는 참여형 친환경활동은 삼성화재의 환경경영 의지를 확인할 수 있는 좋은 예가 되고 있습니다. 환경보존 및 에너지 효율에 대한 규제가 점차적으로 확산되면서 임직원을 비롯한 삼성화재의 모든 이해관계자들이 친환경 실천에 대한 지속적인 이해와 관심을 필요로 하고 있습니다. 앞으로도 지속가능경영보고서를 통하여 환경경영에 대한 활동과 성과를 적극적으로 공개하고 실천해 나갈 수 있기를 기대하겠습니다.

제3자 검증의견서

검증 성명서



서문

주식회사DNV인증원 (이하 "DNV")은 삼성화재주식회사(이하, "삼성화재")의 지속가능경영보고서 2010-2011 (이하 "보고서")에 대해 검증을 수행하도록 요청 받았습니다. 검증은 보고서에 제시된 정보 관련 경영 프로세스, 보고 프로세스에 초점을 맞추어 진행되었습니다. 본 검증 성명서는 삼성화재 보고서의 독자들을 위해 작성되었습니다. 삼성화재는 보고서에 실린 모든 정보의 수집, 분석, 취합, 보고에 대한 책임이 있습니다. 본 업무를 수행하면서 DNV의 책임은 계약 내용 및 합의된 업무 범위에 따라, 계약 당사자에 국한됩니다. DNV는 본 검증성명서에 기반하여, 내려진 (투자 등을 포함한) 제3자의 결정에 배상 책임이나 공동 책임이 없음을 명시적으로 표명합니다.

검증 범위

DNV 검증 업무는 2010-2011년도 데이터를 포함합니다. DNV의 검증 범위는 아래와 같습니다.:

- 보고서에 기술된 2010-2011년 지속가능경영 방침, 목표 및 이니셔티브, 관행 및 성과. 삼성화재 본사 차원의 검증
- 안전보건, 사회 및 환경 데이터 관리시스템, 관련 프로세스 및 보고서에 제공된 정량적 및 정성적 정보의 수집, 분석, 취합 및 보고와 관련된 톨
- 보고서 경계 및 내용 결정 프로세스
- Global Reporting Initiative(GRI)의 지속가능경영보고서 가이드라인(GRI G3.1) 및 금융 산업부가지표(Financial Service Sector Supplement)의 원칙과 요구사항이 보고서에 반영된 정도 검토
- AA1000 AS(2008)의 Type 1, 중간수준 검증의 요구사항에 따라 중요성, 포괄성 및 대응성의 원칙이 적용된 정도. 보고서 정보의 신뢰성은 중간 수준의 보증으로 검증되었습니다.

삼성화재의 보고 범위는 삼성화재 조직 및 활동에 한정됩니다.

제한사항

보고서에 명시된 삼성화재의 중요한 통제권이 영향을 미치지 않는 조직, 공급업체, 협력사 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 재무관련 데이터는 회계감사 기관에 의해 확인되었습니다. 재무 데이터를 포함한 경제 성과는 삼성화재 내부 문서 및 회계감사 기관의 감사를 받은 재무제표와 대비하여 검증되었습니다.

적격성 및 독립성

DNV는 전세계에서 활동하고 있는 조직내 전문가들을 통해 지속가능성 리스크 관리 서비스를 제공하고 있습니다. 본 삼성화재 보고서 검증은 자격이 부여되고, 충분한 경험을 갖춘 전문가들로 구성된 팀에 의해 수행되었습니다. DNV는 보고서 작성과 관련된 업무를 수행하지 않았으며, 2010년부터 2012년 보고서 검증 기간까지 독립성과 공정성에 영향을 미칠 수 있는 어떤 서비스도 삼성화재에 제공하지 않았습니다.

검증 방법론

검증 활동은DNV의 지속가능경영보고서 검증 프로토콜(VeriSustainTM) 및 AA1000 AS (2008)에 따라 2012년 5월에 실시되었습니다. 검증결론은 아래의 활동을 통해 얻어졌습니다.

- 경영대리인 및 담당자와 면담
- 서울에 위치한 삼성화재 본사 방문
- DNV가 요청한 관련 문서, 데이터 및 기타 정보 및 삼성화재가 제공한 관련 문서, 데이터 및 기타 정보의 확인
- 보고서에 기술된 지속가능경영 관련 방침의 이행과 이의 감독을 위한 삼성화재의 메카니즘 검토
- 삼성화재의 지속가능경영 방식, 성과 및 방침 준수 상태와 관련된 내부 의사소통자료 및 외부 언론 보도 내용들의 검토
- AA1000 AS(2008)의 요구사항에 따라 보고된 특정 데이터 및 정보의 평가, 지속가능성 데이터 관리시스템의 분석. 데이터 및 정보의 신뢰성 평가는 중요한 이슈들에 대해 표명된 지속가능성 성과에 기초하고 있으며, 완전성과 정확성의 검토를 포함하고 있습니다. 또한 데이터 및 정보의 수집, 통합, 분석 및 내부 품질 관리 그리고 보고에 적용된 방법, 관행 및 톨의 검토를 포함합니다. DNV의 평가는 상위 수준의 경향분석, 과거 보고서와 달라진 성과의 식별 및 변경 내용, 데이터 추적성 검토, 데이터 흐름상의 개별 단계에서의 기록 확인등을 포함합니다.
- 보고서를 GRI G3.1의 원칙에 대해 검증

제3자 검증의견서

결론

검증활동을 수행한 결과, DNV는 2010-2011년도 보고서가 삼성화재의 지속가능경영 전략, 경영시스템 및 성과를 공정하게 표현하고 있다고 판단하였습니다. 검증 활동을 통해 DNV는 보고서가 GRI G3.1 및 AA1000AS(2008) 중간수준 보증(Moderate Level of Assurance), Type 1 검증의 원칙, 내용 및 품질 요구사항을 만족하고 있다고 생각합니다. 보고 원칙의 채택 및 특정 성과 정보에 대한 추가적인 의견은 아래와 같습니다. 본 성명서는 삼성화재 지속가능경영보고서 2010-2011 전자본(PDF Version)에만 적용됩니다.

보고 원칙의 준수 정도와 관련하여, 검증팀은 아래와 같이 판단합니다.

<AA1000 Principles>

포괄성 및 대응성 삼성화재는 지속가능경영 이슈와 관련하여 포괄적인 이해관계자 참여를 실시하였습니다. 이해관계자 참여 프로세스 및 이해관계자 리서치 결과가 자세히 보고 되고 있습니다. 보고서에는 주주 / 투자자, 고객, 임직원, 파트너 및 지역사회의 5개 이해관계자 그룹이 파악되어 있으며, 각 이해관계자 그룹의 선정 사유와 의사소통 방법에 대해 명시하였습니다. 이해관계자의 견해, 관심사항 및 기대사항은 보고서를 준비하고 삼성화재의 지속가능경영을 체계화하는데 반영되었습니다. 보고서는 전반적으로 이해관계자 대응성을 만족하고 있습니다. 삼성화재는 각각의 중요한 이슈들에 대한 목표를 설정하고, 성과를 모니터링, 측정하는 좀더 효과적인 시스템을 구축해야 합니다.

중요성 보고서는 삼성화재의 활동과 관련된 주요 이슈들과 이해관계자들에 관련성이 높은 이슈들의 성과를 제시하고 있습니다. 이해관계자 설문조사를 통해 도출한 중요한 이슈와 관련된 활동 및 성과들을 공정하게 보고하고 있습니다. 중요한 이슈들은 이해관계자의 의견을 반영하여 식별되고, 우선순위가 결정되었습니다. 하지만 해외 동종업계 및 국제적 보험업증 initiative 그리고, GRI 금융서비스 부가지표 등에서 파악한 중요한 이슈들이 삼성화재의 지속가능경영에 좀더 반영될 수 있도록 해야 합니다.

<추가 원칙>

신뢰성 AA1000AS(2008)에 따라 검증된 데이터 및 정보에서 중요한 오류는 발견되지 않았습니다. 보고서에 제공된 정보는 성과의 연대기적 비교를 가능하게 해주고 있습니다. 과거년도 보고서상에 제시된 목표의 달성도에 대해 성과보고가 이루어져야 합니다.

완전성 삼성화재에서 정의한 보고 범위 및 경계는 삼성화재의 중요한 이슈와 활동, 그리고 이

해관계자들과 가장 관련있는 이슈와 활동을 다루고 있습니다. 검증된 데이터와 정보에서 중요한 누락은 발견되지 않았습니다. 하지만 해외 사업으로부터의 보고 부분 향상을 위한 노력이 기울여져야 합니다.

중립성 보고서는 삼성화재의 접근 방식 및 2010-2011년도 성과를 공정하고 균형잡힌 형태로 제공하고 있습니다.

개선을 위한 제언

다음은 삼성화재 경영진에 제공된 관찰 및 개선사항을 요약한 내용입니다. 본 사항들은 보고서에 대한 결론에는 영향을 주지 않으며, 지속적 개선을 도모하고자 제공됩니다.

- 문서화된 절차서 등을 통해 보고서 발행을 위한 주요 프로세스(데이터 취합, 분석, 보고서 편집 등)를 체계적으로 관리할 것
- 보고서를 통해 공시되는 데이터 및 정보의 정확성과 신뢰성 향상을 위해 내부 검증을 실시 할 것
- 새롭게 진행되는 해외사업이 삼성화재의 지속가능경영 전략과 조화를 이룰 수 있도록 지속가능경영 프로세스 및 관행등을 평가하고 관리할 것
- 본사차원의 지속가능성 성과데이터 관리는 신뢰할만함. 자회사 및 지사, 해외 사업으로부터의 데이터 수집 및 관리를 위한 체계를 수립할 것

2012년 6월 대한민국

검증팀장
 박승현

대표이사 원장
 안인균

기술검토자
 Jayaram Santhosh



환경관련 검 · 인증

삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터
 부록

- 이해관계자 피드백
- 제3자 검증의견서
- 환경관련 검 · 인증 >>
- GRI Statement
- GRI Index
- 보험산업의 사회적 책임 가이드라인
- 지속가능경영 관련 수상현황
- 지속가능경영 관련 협회 가입현황
- 삼성화재 연혁
- 용어해설



Certificate of Registration

ENERGY MANAGEMENT SYSTEM - ISO 50001:2011

This is to certify that:

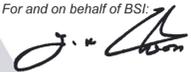
Samsung Fire & Marine Insurance Co., Ltd
 Samsung Insurance Building
 29, Eulji-ro
 Jung-gu
 Seoul
 100-782
 Republic of Korea

BSI™

Holds Certificate No: **ENMS 586305**
 and operates a Energy Management System which complies with the requirements of ISO 50001:2011 for the following scope:

The provision of general, long-term and automobile insurance services.

For and on behalf of BSI:



Managing Director Korea, J K Cheon

Originally registered: **25/05/2012** Latest Issue: **25/05/2012** Expiry Date: **24/05/2015**

BSI

Page: 1 of 1

This certificate was issued electronically and remains the property of BSI and is bound by the conditions of contract. An electronic certificate can be authenticated [online](#). Printed copies can be validated at www.bsigroup.com/ClientDirectory or telephone +82 2 777 4123.

BSI Group Korea Limited, 21F, Jongno Tower Bldg #6, Jongno 2-ga, Jongno-gu, Seoul, 110-789, Korea. A Member of the BSI Group of Companies.





Verification Statement



Samsung Fire & Marine Co., Ltd.

Scope:

The annual GHG emission for the period from 2009 to 2011.
 The physical scope is the owned offices within the boundary of Samsung Fire & Marine Co., Ltd.
 GHG emissions for SCOPE 1(Direct-emissions from the plant), SCOPE 2(Indirect-energy related) as defined in WBCSD/WRI GHG protocol Chapter 4 "Setting Operational Boundaries"

Data Verified:

The Scope 1 and Scope 2 GHG Emissions for the period from 2008 to 2011 are as follows.

Site	Emission Source	t CO ₂ e (2009Year)	t CO ₂ e (2010Year)	t CO ₂ e (2011Year)	Note
Owned offices	Scope 1 Direct Emission	5,695	8,329	9,071	
	Scope 2 In-direct Emission	30,943	32,064	32,513	
Total		36,638	40,393	41,584	

GHG Criteria & Protocols used for Verification:

The verification was carried out at the request of **Samsung Fire and Marine Insurance Co., Ltd.** using:

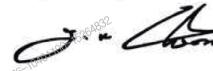
- The Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change-11 December 1997
- The GHG Protocol of the WBCSD/WRI - Revised March 2004
- IPCC Guideline for National Greenhouse Gas Inventories - Revised 2006
- ISO14064 Part 1 & 3 - Issued 2006
- BSI GHGEV Manual (KM007 R0) – Issued Jan. 2011
- GHG-Energy Target Management Operating Guideline (2011-29)

The BSI Group Korea's standard confidentiality principle is applied to the all verification activities.

Verification Opinion:

As a result of carrying out verification in accordance with the protocols and the best practice mentioned above, it is the opinion of BSI that:

- No material misstatement in the calculations was revealed
- good record keeping was demonstrated and
- Data quality was considered acceptable in meeting the key international principles for greenhouse gas emissions verification.

Signed: 

J K Cheon / President, BSI Group Korea

Date: **May 24, 2012**

BSI Korea
 21F, Jongno Tower Building
 6 Jongno 2-ga, Jongno-gu, Seoul
 Tel: +82-(0)2-777 4123

BSI Management Systems Global HQ
 389 Chiswick High Road, London, W4 4AL, United Kingdom
 Tel: +44 (0)20 8996 9000

0476-10401100-15264632

GRI Statement

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement >>

GRI Index

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **Samsung Fire & Marine Insurance co., Ltd** has presented its report "Samsung Fire & Marine Insurance Sustainability Report 2011~2012" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level A+.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3.1 Guidelines.

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, 30 May 2012

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



The "+" has been added to this Application Level because **Samsung Fire & Marine Insurance co., Ltd** has submitted (part of) this report for external assurance. GRI accepts the reporter's own criteria for choosing the relevant assurance provider.

The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. www.globalreporting.org

Disclaimer: Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 15 May 2012. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.

GRI Index

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index >>

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

● : 완전보고 ● : 부분보고 ○ : 미보고 N/A : 해당사항없음

GRI 3.1 & ISO 26000 지표				
GRI 3.1	ISO 26000	PAGE	보고율	비고
비전 및 전략				
1.1 최고 경영진(CEO)의 지속가능경영에 대한 선언문			●	
1.2 주요 위험 요인 및 기회에 대한 기술	6.2	5-6	●	
조직프로필				
2.1 기관명		7	●	
2.2 주요 제품 및 서비스		10	●	
2.3 조직 구조		8	●	
2.4 본사 사업장 소재지		7	●	
2.5 해외 사업장 소재지		36-38	●	
2.6 소유구조 특성 및 법적 형태	6.2	8	●	
2.7 활동 시장		7, 36-38	●	
2.8 조직의 규모		7	●	
2.9 조직 또는 소유 구조상의 중대한 변화		22, 37	●	
2.10 수상 내역		98	●	
보고매개변수				
3.1 보고 대상기간		2	●	
3.2 최근 보고서 발간 일자		2	●	
3.3 보고주기		2	●	
3.4 보고서 및 관련 내용에 대한 문의처		2	●	
3.5 보고 내용 정의 프로세스		14, 20	●	
3.6 보고 범위		2	●	
3.7 보고 범위 제한요소	7.5.3	2	●	
3.8 기간별 또는 조직간 비교 기준		2	●	
3.9 성과 지표 등 데이터 측정 기법 및 계산 기준		2	●	
3.10 이전 보고서에 제시된 정보의 재기술로 인한 효과		N/A	●	변화 없음
3.11 이전 보고 기간 대비 보고서의 범위상의 큰 변화		2	●	
3.12 보고서 내에서 표준 공시사항의 위치를 나타내는 표		93-96	●	
3.13 보고서에 대한 외부 검증을 구하기 위한 정책 및 현재 활동		89-90	●	
지배구조, 책임, 참여				
4.1 조직의 지배구조		23	●	
4.2 이사회 의장의 임원 겸직 여부		23	●	
4.3 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수		23	●	
4.4 이사회에 조언하거나 방향을 제시하는 매커니즘		23	●	
4.5 이사회 구성원, 임원 등에 대한 보상		24	●	
4.6 이사회내외 이해 관계상의 충돌 방지를 위한 프로세스		24	●	
4.7 이사회 구성원의 자격 및 전문성 기준을 결정하는 프로세스		24	●	
4.8 미션 / 핵심가치 및 행동원칙		8-9	●	
4.9 이사회가 경제 / 환경 / 사회성과를 파악 및 관리를 관장하는 절차	6.2	24	●	
4.10 이사회 자체의 성과를 평가하는 프로세스		23	●	
4.11 사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부		30-31	●	
4.12 경제 / 환경 / 사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브		98	●	
4.13 협회 및 국가별 / 국제적정책기구 멤버십 획득 현황		99	●	
4.14 참여한 이해관계자 그룹 목록		13	●	
4.15 참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준		13-14	●	
4.16 참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황		13-15	●	
4.17 이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처 방식		16-20	●	

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index >>

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

● : 완전보고 ○ : 부분보고 ◦ : 미보고 N/A : 해당사항없음

GRI 3.1 & ISO 26000 지표		ISO 26000	PAGE	보고율	비고
GRI 3.1					
경제 성과 지표					
EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	6.8/ 6.8.3/ 6.8.7/ 6.8.9	40-41	●	
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회		79	●	
EC3	연금지원 범위		59	●	
EC4	정부보조금 수혜 실적	6.5.5	-	●	수혜실적 없음
EC5	주요사업장의 현지 법정 최저임금 대비 신입사원 임금 비율		83	●	
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	6.3.7/ 6.4.4/ 6.8	-	●	현지 구매 활동 없음
EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용 절차	6.8/ 6.8.5/ 6.8.7	52,83	●	
EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원활동 효과	6.3.9/ 6.8/ 6.8.3/ 6.8.4/ 6.8.5/ 6.8.6/ 6.8.7/ 6.8.9	41,71-72	●	
EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	6.3.9/ 6.6.6/ 6.6.7/ 6.7.8/ 6.8/ 6.8.5/ 6.8.6/ 6.8.7/ 6.8.9	41	●	
환경 성과 지표					
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량		82	●	
EN2	재생 원료 사용 비율		75	○	
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량		82	●	
EN4	2차 에너지원별 간접 에너지 소비량		82	●	
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량		82	●	
EN6	재생가능 에너지 기반 제품 / 서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량	6.5/ 6.5.4	76, 77	○	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과		76	●	
EN8	공급원별 총 취수량		82	●	
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		-	N/A	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율		-	N/A	영향받는 지역 없음
EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리 하고 있는 토지의 위치 및 크기		-	N/A	영향받는 지역 없음
EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인한 생물 다양성에 미치는 영향	6.5/ 6.5.6	-	N/A	영향받는 지역 없음
EN13	보호 또는 복원된 서식지		-	N/A	관련지역 없음
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후 계획	6.5/ 6.5.6/ 6.8.3	-	N/A	관련지역 없음
EN15	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보호연맹(IUCN)지정 멸종 위기종(Red List)과 국가지정 멸종위기 종의 수 및 멸종 위험도	6.5/ 6.5.6	-	N/A	관련 사업장 없음
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량		82	●	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량		82	○	관리 데이터 없음
EN18	온실가스 감축사업 및 성과		76-78	○	온실가스 감축 업무활동을 추진중
EN19	오존층 파괴 물질 배출량		-	N/A	오존층 파괴물질 없음
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량	6.5/ 6.5.5	-	N/A	주요 대기 오염물질 없음
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		-	N/A	산업특성상 관련없음
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량		-	N/A	산업특성상 관련없음
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량		-	N/A	유출사례 없음
EN24	바젤 협약 부속서 I, II, III, VIII에 규정된 폐기물의 운송 / 반입 / 반출 / 처리량		-	N/A	해외반출사례 없음
EN25	보고 조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 명칭	6.5/ 6.5.3/ 6.5.4/ 6.5.6	-	N/A	영향받는 수역, 서식지 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	6.5/ 6.5.4/ 6.6.6/ 6.7.5	79	●	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	6.5/ 6.5.3/ 6.5.4/ 6.7.5	-	N/A	산업 특성상 관련없음
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금 전적 제재 건수	6.5	-	●	위반사항 없음
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	6.5/ 6.5.4/ 6.6.6	76	○	
EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	6.5	77-79	○	

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index >>

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

GRI 3.1 & ISO 26000 지표					
GRI 3.1	ISO 26000	PAGE	보고율	비고	
노동 성과 지표					
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황		83	○	
LA2	직원 이직 건수 및 비율(연령층, 성별 및 지역별)	6.4/ 6.4.3	84	○	
LA3	임시직 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택	6.4/ 6.4.3/ 6.4.4	57, 58	●	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	6.4/ 6.4.3/ 6.4.4/ 6.4.5/ 6.3.10	56	○	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간	6.4/ 6.4.3/ 6.4.4/ 6.4.5	56	●	
LA6	노사 공동보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율		-	●	100% (평의원협의회와 동수)
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	6.4/ 6.4.6	84	●	
LA8	직원 및 그 가족, 지역주민을 지원하기 위한 교육, 예방 및 위험 관리 프로그램	6.4/ 6.4.6/ 6.8/ 6.8.3/ 6.8.4/ 6.8.8	84	●	
LA9	노동조합과의 정식 협의 대상인 보건 및 안전사항	6.4/ 6.4.6	58, 59	●	
LA10	직원 일인당 연평균 교육시간	6.4/ 6.4.7	84	●	
LA11	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	6.4/ 6.4.7/ 6.8.5	53	●	
LA12	정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율	6.4/ 6.4.7	53, 54	●	
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황(성, 연령, 소수계층 등 다양성 지표 기준)	6.3.7/ 6.3.10/ 6.4/ 6.4.3	83	●	
LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	6.3.7/ 6.3.10/ 6.4/ 6.4.3/ 6.4.4	83	●	
LA15	성별에 따른 출산휴가 이후 업무복귀율 및 유지율	6.4/ 6.4.4	59	●	
인권 성과 지표					
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	6.3/ 6.3.3/ 6.3.5/ 6.6.6	25-27, 56	○	
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율	6.3/ 6.3.3/ 6.3.5/ 6.4.3/ 6.6.6	25-27, 56	●	
HR3	업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 이수(교육이수 직원 비율 포함)	6.3/ 6.3.5	27	●	
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	6.3/ 6.3.6/ 6.3.7/ 6.3.10/ 6.4.3	-	●	차별건수 없음
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단되는 업무분야	6.3/ 6.3.3/ 6.3.4/ 6.3.5/ 6.3.8/ 6.3.10/ 6.4.3/ 6.4.5	-	●	평의원협의회를 통해 노사협의 진행
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치		56	●	
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치	6.3/ 6.3.3/ 6.3.4/ 6.3.5/ 6.3.7/ 6.3.10/ 6.6.6	56	●	
HR8	업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	6.3/ 6.3.5/ 6.4.3/ 6.6.6	84	●	
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	6.3/ 6.3.6/ 6.3.7/ 6.3.8/ 6.6.7	-	N/A	해당사항 없음
HR10	인권 감독 및 영향평가 실시 사업 비율 및 수	6.3/ 6.3.3/ 6.3.4/ 6.3.5	-	○	
HR11	공식적인 고충처리 체계를 통한 인권 관련 소송 / 대응 / 해결된 불만제기 수	6.3/ 6.3.6	56, 59	○	
사회 성과 지표					
SO1	지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	6.3.9/ 6.8/ 6.8.3/ 6.8.9	69, 70	○	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		85	●	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	6.6/ 6.6.3	26	●	
SO4	부패 사건에 대한 조치		85	●	
SO5	공공 정책에 대한 입상, 공공 정책 수립 및 로비활동 참여		-	●	해당사항 없음
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금 / 현물기부총액	6.6/ 6.6.4/ 6.8.3	-	●	내부 정책상 금지
SO7	부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	6.6/ 6.6.5/ 6.6.7	-	●	제제 건수 없음
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금 전적 제제 건수	6.6/ 6.6.3/ 6.6.7/ 6.8.7	85	●	
SO9	지역사회에 잠재적, 부정적 영향을 미치는 사업		-	N/A	해당사항 없음
SO10	지역사회에 잠재적, 부정적 영향을 미치는 사업에 대한 예방 및 저감활동	6.3.9/ 6.5.3/ 6.5.6/ 6.8	66-68	○	

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index >>

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

● : 완전보고 ○ : 부분보고 ◦ : 미보고 N/A : 해당사항없음

GRI 3.1 & ISO 26000 지표		ISO 26000	PAGE	보고율	비고
GRI 3.1					
제품책임 성과 지표					
PR1	개선을 목적으로 제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프사이클상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당 평가 실시 비율	6.3.9/ 6.6.6/ 6.7/ 6.7.4/ 6.7.5	45	●	
PR2	제품 및 서비스의 라이프사이클 상에서 고객의 건강과 안전 영향 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수		46	○	위반사례 없음
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율		7, 10	●	
PR4	제품 / 서비스 정보 및 라벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	6.7/ 6.7.3/ 6.7.4/ 6.7.5/ 6.7.6/ 6.7.9	45	●	위반사례 없음
PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	6.7/ 6.7.3/ 6.7.6/6.7.9	48, 49	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램		45	●	
PR7	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 규칙 위반 건수	6.7/ 6.7.3/ 6.7.6/6.7.9	45	●	위반사례 없음
PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	6.7/ 6.7.7	49	●	불만건수 없음
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	6.7/ 6.7.6	45	●	법규 위반 사례 없음
금융서비스 기관 성과 지표					
FS1	사업분야에 적용되는 특정한 환경사회적 구성요소에 관한 정책		79	●	
FS2	사업분야의 환경, 사회적 리스크 평가 및 심사 절차		45, 73	●	
FS3	계약 또는 거래시 고객의 환경, 사회적 요구에 대한 이행 및 준수여부 모니터링 과정		45	●	
FS4	사업분야의 환경, 사회적 정책 및 절차 이행을 위한 직원 역량 강화 과정		44	●	
FS5	환경, 사회적 위험 및 기회요소에 관련된 고객 / 투자가 / 사업파트너와의 상호작용		79, 81	●	
FS6	특정 지역, 크기(소 / 중 / 대), 산업별 사업분야의 포트폴리오 비율		81, 36-38	●	
FS7	목적별로 세분화된 각 사업분야에 특정한 사회적 혜택을 제공하도록 설계된 상품 및 서비스의 화폐가치		73, 79	○	
FS8	목적별로 세분화된 각 사업분야에 특정한 환경적 혜택을 제공하도록 설계된 상품 및 서비스의 화폐가치		79	○	
FS9	환경, 사회적 정책 이행과 리스크 평가 과정을 평가하는 감사의 적용범위 및 빈도		30-31	○	
FS10	금융기관의 포트폴리오 편입 기업 중 환경, 사회적 이슈의 영향을 보고하는 기업의 비율 / 수		-	○	
FS11	Positive 방식, Negative 방식으로 환경, 사회적 심사를 받는 자산의 비율		-	○	
FS12	보고기관이 의사결정 영향력을 가지고 있는 범주 내에서 환경, 사회적 이슈에 관한 주주 의사결정 방침		23-24	○	
FS13	인구가 적거나 경제적으로 혜택을 받지 못하는 지역의 형태별 중계점(access points)		73	○	
FS14	혜택을 받지 못하는 사람들에 대한 금융서비스 접근 개선을 위한 이니셔티브		73	●	
FS15	금융 상품 및 서비스의 공정한 설계 및 판매에 대한 정책		45	●	
FS16	수혜자 형태별 금융 지식(교육) 강화를 위한 이니셔티브		72	●	

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

삼성화재는 2011년 금융감독원과 생명·손해보험협회가 발표한 '보험산업의 사회적 책임 가이드라인'을 준수하여 공개함으로써 이해관계자로부터 신뢰를 확보하고 지속가능한 성장을 확대해나가고 있습니다.

삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index

[보험산업의 사회적 책임 가이드라인 >>](#)

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

사회적 책임 가이드라인	삼성화재 주요 활동	해당 페이지
제1절. 조직 거버넌스(Organizational Governance) 운영		
- 조직 거버넌스의 원칙	경영원칙, 중장기 비전 및 전략	8
- 조직 거버넌스의 운영	이사회 및 위원회 운영, 지속가능경영 체계	11-12, 23-24
제2절. 소비자 보호		
- 소비자 보호 원칙	고객서비스 체계 강화 고객만족 상품 개발 및 서비스 고객 안전 보장	43 45 50
- 공정한 영업활동	완전판매 준수 및 윤리경영 실천, 건전한 보험계약 문화 정립	25-26, 62
- 소비자 정보보호	전자금융법 준수, 유·무선 네트워크 보안, 정보보호 시스템 운영	50
- 소비자 분쟁해결	VOC 수집 및 고객만족도 평가, 고객접점 서비스	47
- 소비자 교육	이우사랑, 24*365 체계 점검서비스, RC교육 등	46
제3절. 공정한 경영		
- 공정한 경영에 대한 원칙	윤리경영 전략 및 비전	25-26
- 반부패	공정거래 내부감시 기구 운영, 내부통제시스템, 공정거래 자율준수 프로그램	27-28
- 공정경쟁		
- 재산권 존중	완전판매 준수, 임직원 윤리·준법 교육 실시	26, 62
제4절. 노동의 질적 향상		
- 노동의 질적 향상을 위한 원칙	우수 인재 선발 및 양성, 소통 경영의 확산, 일과 삶의 조화	52-54
- 건전한 고용관계	취업규칙, 공정한 채용시스템, 단체교섭권, 단체협약 준수	56
- 근로조건과 사회적 보호	평의원협의회 운영, 소통경영	56
제5절. 인권 보호		
- 인권보호의 원칙	평의원협의회, 노사간 신뢰구축	56
- 주의 의무	차별금지, 아동노동금지 등 취업규칙 준수	56
- 인권침해 연루회피	노동법규 준수, 보험계약 및 취업 가이드라인	56
- 차별금지와 취약계층 보호	취업규칙 및 국제노동기구(ILO) 준수, 가족친화경영	56-57
제6절. 지역사회 참여와 발전에의 기여		
- 지역사회 참여 등의 원칙	업의 특성을 살린 사회공헌활동 및 임직원 나눔 활동	66-68
- 지역사회 참여	애니카봉사단	71
- 교육과 문화 증진	장학사업, 문화재지킴이, 아마추어스포츠 지원사업 등	70
- 고용창출 및 능력개발	재능나눔	72
- 지역사회 투자	농촌결연사업, 소외계층 지원, 장애인 지원 등	67, 69
제7절. 친환경 경영		
- 친환경 경영의 원칙	환경·에너지경영 방침 수립, 기후변화 완화와 적응, 친환경 보험상품·서비스 실시	74-76, 79
- 환경오염 예방 / 지속가능한 자원이용	임직원 환경교육, Eco Office 활동	77
- 기후변화의 완화 노력 및 대응	환경 사회공헌활동, 자연재해 예방프로그램	78
- 녹색금융정책 운영	친환경 보험 상품·서비스	79

지속가능경영 관련 수상현황

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황 >>

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

구분	수상명	주관	
지속가능경영 / CSR	아시아지속가능금융賞 보험부문 '최고선진보험사'	아시아지속가능투자협회	
	DJSI(다우존스 지속가능경영지수) Korea 3년 연속 편입	한국생산성본부	
	탄소경영 산업리더	CDP한국위원회	
	대한민국 지속가능경영 종합대상	기획재정부장관 표창	
	손해보험산업 지속가능지수 3회 연속 1위	경향신문 ERISS	
	가족친화인증기업 선정	여성가족부	
	'삼성화재행복드림봉사단' 보건복지부장관 표창	보건복지부장관	
	2011 행복더함 사회공헌대상	한국소비자학회 / 동아일보	
	경영 / 재무	A.M. Best 평가체계상 최고등급 A++ 획득	A.M. Best
		S&P 신용등급평가 9년 연속 A+ 획득	S&P
Annual Report 금상 수상		Astrid Award	
CS / 고객만족	국가고객만족도(NCSI) 1위	한국생산성본부	
	한국서비스대상 명예의 전당	한국표준협회	
	한국서비스품질지수(KS-SQI) 1위		
	고객만족도(KCSI) 1위	한국능률협회	
	한국의경영대상 명예의 전당		
	고객추천지수(KNPS) 자동차보험, 장기보험 부문 1위		
	한국에서 가장 존경받는 기업 손해보험부문 1위	한국능률협회	
	한국에서 가장 존경받는 기업 All Star선정		
브랜드	국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 손해보험부문 1위	한국생산성본부	
	프리미엄브랜드지수(KS-PBI) 손해보험부문 1위	한국표준협회	
	한국산업의 브랜드파워(KPBI) 자동차보험부문 1위	한국능률협회	
인터넷 서비스	2011 대한민국 인터넷 소통대상	(사)한국인터넷커뮤니케이션협회	
	2012 Web Award Korea Nominee	(사)한국인터넷커뮤니케이션협회, 웹어워드위원회	
	2012 Web Award Korea Excellent		
	인터넷서비스대상	한국인터넷소통협회	
	대한민국 커뮤니케이션 대상(전자사보)	한국사보협회	
	개인정보보호(ePRIVACY) 우수 사이트	개인정보보호협회	
	인터넷사이트안전(i-Safe) 우수 사이트		

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

[지속가능경영 관련 협회 가입현황 >>](#)

삼성화재 연혁

영어해설

단체명	설립목적	가입년도
금융법학회	금융관련 법제연구	2005
전국경제인연합회	기업간 의견교환 및 네트워크 형성	1984
한국경제연구원	경제 및 산업동향에 대한 연구	1984
한국계리학회	보험계리연구	2010
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 공정거래역량강화 지원, 공정거래정책에 관한 정부·업계간 교류 역할을 수행	1995
한국보험법학회	보험학 연구	2006
한국보험학회	보험법 연구	1964
한국상장회사협의회	상장회사의 의견 교환 및 권익보호	1975
한국안전기관전문협의회	안전전문기관의 협력체계 강화 및 안전기술 개발	2008
한국화재소방학회	화재, 화재 안전에 관한 연구 및 안전기술 개발	2001
화재보험협회	화재예방 및 소화시설에 대한 안전점검과 이에 관한 연구·계몽	1973
CDP	탄소정보공개 프로젝트(Carbon Disclosure Project)	2010
UNEP FI	유엔환경계획 금융이니셔티브(United Nations Environment Programme Finance Initiative)	2010
RCAR	세계자동차수리기술연구위원(Research Council for Automobile Repairs) 자동차 안전성의 개선 및 수리기술 제고를 위한 기술협력 및 정보교환	2010

삼성화재 연혁

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성공데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁 >>

용어해설

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	평사원협의회 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	삼성화재손해사정서비스주식회사 설립
	2000s~2005s	2001. 04. 26
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. 05. 28		애니카자동차손해사정서비스(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

2006s~ 현재	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. 11. 20	업계 최초 FP센터 오픈
	2008. 12. 12	싱가포르 사무소 개설
	2009. 01. 15	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. 06. 29	위기관리 국제인증 (BCM) 획득	
2010. 07. 14	해피스쿨 1호 기증식	
2010. 11. 17	'24HOURS 센터' 오픈	
2010. 12. 19	두바이 중아사무소 오픈	
2011. 03. 30	유럽 법인 설립	
2011. 06. 23	한국서비스대상 명예의 전당 헌정	
2011. 06. 23	미국관리법인 설립	
2011. 09. 26	중국법인 천진지점 설립	
2011. 09. 28	아시아 지속가능금융상 보험부문 수상	
2011. 11. 21	A.M. Best 신용등급 A++(최고등급) 획득	
2011. 12. 09	싱가포르법인 설립	
2011. 12. 15	미국관리회사 설립	
2011. 12. 23	S&P 신용등급 9년 연속 A+ 획득	
2012. 02. 07	김창수 대표이사 사장 취임	

용어해설

삼성화재 지속가능경영

삼성화재 이해관계자

성과데이터

부록

이해관계자 피드백

제3자 검증의견서

환경관련 검·인증

GRI Statement

GRI Index

보험산업의 사회적 책임 가이드라인

지속가능경영 관련 수상현황

지속가능경영 관련 협회 가입현황

삼성화재 연혁

용어해설

>>

용어	해설
고객 패널 제도	고객이 제안한 아이디어를 전략 수립에 활용하는 제도로써, 고객의 소리를 능동적으로 청취함으로써 전문성과 차별성을 확보하는 '고객참여경영'의 실현을 위해 손해보험업계 최초로 도입됨.
미스터리 쇼핑	조사원이 일반 고객으로 가장하고 매장에 방문해 고객의 입장에서 직원의 서비스 수준 혹은 현장의 서비스 개선점을 평가하기 위한 제도
비상위험준비금	책임준비금으로는 감당하기 어려운 자연재해 및 비상위험에 대비하고자 적립한 금액. 예상사고율을 초과하는 거대한 보험사고가 발생할 경우에 그 보험금의 지급재원으로 사용함.
완전판매	계약 체결 시 '3대 기본 지키기'인 자필서명, 청약서 부분 전달, 약관전달 및 중요 상품내용 설명을 철저히 지키는 것을 의미함.
평의원협의회	삼성화재의 직원대표기구로서, 근로자의 권익보호와 경제적 지위 향상 그리고 회사발전을 위해 운영되며 사원급 이하 전 직원으로 구성, 2011년부터는 간부까지 확대되었음.
확정급여(DB)형 퇴직연금제도	근로자가 지급받을 급여의 수준이 사전에 결정되고 운용자금에 대한 리스크를 사용자가 책임지는 퇴직연금제도
AA1000AS	지속가능성 수행과 보고의 신뢰성과 품질을 보장하기 위해 영국에 소재한 비영리기관인 AccountAbility에 의해 개발된 검증표준
ALM (Asset Liability Management : 자산부채종합관리)	자산과 부채의 구성을 종합적으로 관리함으로써 발생 가능한 금리, 환율 및 유동성 등 제반 리스크를 최소화하거나 수익을 극대화하는 관리기법
BCM (Business Continuity Management : 위기상황관리시스템)	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
CDC (Career Development Center : 경력개발센터)	경력전환을 희망하는 직원들이 진단 및 상담을 받을 수 있고, 창업지원이나 교육 훈련의 기회를 제공해주는 퇴직지원프로그램
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
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.

삼성화재 지속가능경영
 삼성화재 이해관계자
 성과데이터

부록

- 이해관계자 피드백
- 제3자 검증의견서
- 환경관련 검·인증
- GRI Statement
- GRI Index
- 보험산업의 사회적 책임 가이드라인
- 지속가능경영 관련 수상현황
- 지속가능경영 관련 협회 가입현황
- 삼성화재 연혁
- [용어해설](#) >>

용어	해설
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.
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
ERM (Enterprise Risk Management : 리스크관리 체계)	기업이 직면하는 여러 가지 경영 위험들을 전사적인 시각에서 통합적으로 인식하고 관리하는 위험관리 방식. 전사 리스크의 책임 주체를 중심으로 각 부문의 위험관리가 통합되는 형태
IDP (Individual Development Plan : 역량개발제도)	임직원의 직무역량을 진단하여 부족한 부분에 대해서 효과적으로 개발 할 수 있게 지원하여 임직원의 전문성을 향상시키는 프로그램
IFRS (International Financial Reporting Standards : 국제회계기준)	국제회계기준위원회가 국제적으로 기업의 회계처리 및 재무제표에 대한 통일성을 증대하기 위해 제정한 회계기준으로 보고 시스템과 감독 법규 및 실무 등에 대한 국제적 기준을 제시함.
ISO26000	국제표준 국제표준화기구(ISO)가 2010년 11월 1일 발표한 기업의 사회적 책임(SR: Social Responsibility)에 대한 국제표준으로 지배구조, 인권, 노동, 환경, 공정한 업무관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여 등 7개 분야로 구성된 기업의 사회적 책임 가이드라인
KPI (Key Performance Indicator : 핵심성과지표)	목표를 달성하기 위해 핵심적으로 관리해야 하는 요소들에 대한 성과지표
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
RC (Risk Consultant : 리스크컨설턴트)	삼성화재 보험설계사의 명칭으로, 고객의 신체, 재산, 재정적 위험을 컨설팅해주는 보장 전문 설계사이자 금융과 세금에 대한 컨설팅을 하는 재무설계 전문가인 금융 종합 전문가의 역할을 수행함.
Solvency II	유로존 국가에 소재한 보험사를 대상으로 2013년 1월부터 시행되는 제도로 보험회사의 자본 지급여력을 높이는 등 고객보호와 재무건정성을 위해 도입
VOC (Voice of Customer : 고객의 소리)	기업의 경영 활동에 있어서 고객이 기업들에 제기하는 문의, 불만, 제안 등의 정보를 접수하고 이를 처리하고, 그 결과를 지표화하고 평가하여 서비스를 향상시키는 고객관리시스템

think **Next**

삼성화재



100-782 서울특별시 중구 을지로29 (을지로1가 87번지) 삼성화재빌딩

www.samsungfire.com