

# I. 서론

최근 미국 월가에서는 부실 보험회사인 AIG의 '보너스 파문'으로 기업윤리 (business ethics)에 대한 관심이 높아지고 있으며, 우리나라에서도 변액보험의 판매와 관련하여 일부 모집조직의 윤리성이 문제가 되기도 하였다. 이는 주어진 권한과 지위를 이용하려고만 할 뿐 그에 상응하는 의무는 부담하지 않으려는 무책임함이나 도덕적 해이, 제도상의 허점을 이용하여 사적 이익을 추구하려는 행위, 그리고 최소한도의 사회적 책임을 외면한 기업 행태에 대한 우려에서 비롯된 것이라고 할 수 있다.

기업의 글로벌화와 함께 기업이 사회 공동체 속에서 차지하는 비중과 영향력이 증대됨에 따라, 현대 사회에 있어 기업은 그 경제적 기능은 물론이고 공동체가 요구하는 다양한 사회적 책임을 수행하지 못하면 지속적으로 성장해 나갈 수 없다는 인식이 확산되고 있다. 즉, 본질적으로 영리를 추구하는 조직인 기업에게 윤리성이나 사회적 책임을 강요할 수 있는가에 대해서는 여러 주장이 제기되고 있지만, 현대 사회에서 기업은 사회 속에서 생존하고 성장해 나가는 사회의 한 구성원으로서 일정 부분 사회적 역할을 수행해야 한다는 점에 대해서는 공감대가 커지고 있는 것이다.

1990년대 이후 국제기구들은 '부패방지라운드'와 '사회적 책임 국제표준화'의 추진을 통해 기업의 윤리성 제고와 사회적 책임 수행을 촉구하는 한편, 이를 이행하지 않는 기업에 대해서는 국제시장으로의 유입을 차단하는 방향으로 규제를 강화하려는 움직임을 보이고 있다. 경제협력개발기구(OECD)는 1997년 「해외공무원에 대한 뇌물방지협약」을 제정하여 부패방지라운드를 출범시켰으며, 국제연합(UN)도 2003년 2월 「반부패협약」을 제정함으로써 부패방지를 위한 노력을 구체화하였다. 또한 2010년에는 국제표준화기구를 중심으로 사회적 책임의 표준화·규범화를 위하여 국제표준(ISO 26000)을 제정·시행할 예정에 있다. 사회적 책임 국제표준은 모든 사회구성원의 '자발적 적용'을 명시하고 있으나, 실질적으로는 상품·서비스에 대한 인증이나 무역장벽의 수단으로 사용될 가능성도 존재하는 것으로 알려지고 있다. 우리나라도 이러한 추세에 맞춰 법제를 정비해 오고 있으나, 국내 기업이 사회적 책임을 적극적으로 이행할 수 있도록

그 운영환경을 보다 공고히 할 필요가 있다.

더불어 최근 우리나라는 외환위기와 글로벌 금융위기를 계기로 금융산업에 대한 규제를 재정비하고 있으며, 이에 따라 규제가 완화되는 영역에 대해서는 그 보완책으로서 자율규제기능 강화를 통한 자체 조정능력 제고의 필요성이 높아지고 있다. 즉, 1997년 외환위기 이후 정책당국은 모든 규제를 원점에서 재검토(‘제로베이스 규제개혁’ 추진)하는 한편 상시적인 금융규제 개혁시스템을 구축해 나감으로써 과도하고 불필요한 규제를 대폭 완화하는 데 주력해왔다. 최근에는 금융위기를 계기로 하여 건전성 규제나 소비자 보호를 강화하고 있으나, 영업과 관련한 규제는 리스크 관리가 가능한 범위 내에서 완화함으로써 사업의 창의성 제고, 경쟁을 통한 효율성 제고 등을 꾀하고 있다.

따라서 이러한 규제완화가 시장의 무질서나 금융소비자 보호의 소홀로 이어지지 않기 위해서는 이를 보완하는 차원의 조치가 강화될 필요가 있다. 특히, 이번 글로벌 금융위기의 원인은 금융기관이 적절하게 규제되지 못한 데서 비롯된 측면도 있다. 이에 금융기관으로서도 자율규제적 측면에서의 윤리경영과 책임경영체제의 확립이 불가피한 것으로 판단되며, 투자자나 금융소비자로부터 신뢰를 확보하기 위한 장치를 강화하여야 하는 것은 필연적인 상황이라 할 수 있다. 보험회사의 경우에도 다른 산업에서와 마찬가지로 투자자, 소비자 및 기타 이해관계자들과의 관계에서 기업의 윤리성 제고 문제가 중요하게 대두되고 있다. 특히, 소비자와의 관계에서는 최근 보험상품의 복잡화 및 패키지화, 다원화된 모집조직 간 판매경쟁의 심화 등으로 인하여 보험민원이 급증하고 보험사업에 대한 부정적 인식이 증가하고 있는 바, 보험회사는 윤리경영 차원에서 보험소비자의 권익 보호에 더욱 노력하여 보험산업에 대한 신뢰를 제고할 필요가 있다.

한편, 보험회사의 기업윤리 문제는 지역사회에의 공헌과 같은 자선적인 측면만이 아니라 윤리적 의사결정시스템의 구축과 같은 전략적 측면도 존재하는데, 최근 들어서는 윤리경영이 이러한 전략적 차원에서 보다 강조되는 경향을 나타내고 있다. 그럼에도 불구하고 일반인들에게는 윤리경영이 보험회사들의 ‘이익의 사회환원’과 같은 뜻으로 이해되는 경우가 많다. 이렇듯 윤리경영의 내용과 효과에 대해 인식상의 괴리가 있기 때문에 올바른 기업윤리의 정착을 위해서는

무엇보다도 윤리경영의 개념이 제대로 정립되어야 하며, 윤리강령의 제정, 전담 조직 설치, 윤리교육의 강화 등과 같은 윤리경영의 내적 프로세스가 먼저 확립 될 필요가 있다.

이에 이 보고서에서는 윤리경영의 이론과 더불어 보험회사의 윤리경영 운영 실태를 조사·분석한 후 향후 개선방안을 도출하는 데에 연구의 목적을 두고 있다. 그리고 이를 통해 보험회사가 그 본연의 기능은 물론 사회발전과 관련한 기능을 적절히 수행할 수 있는 윤리경영 인프라를 구축할 수 있도록 기여하고자 한다. 이러한 연구 목적을 수행하기 위해 이 보고서는 윤리경영에 대한 이론체계를 기업의 사회적 책임이라는 관점에서 재정립하고 전체 원수 보험회사에 대한 실태조사를 실시하였다.