

【 주간 이슈 】

사회적 책임 국제표준의 제정과 보험산업에의 시사점

김경환 수석연구원

이종욱 연구원

- 사회적 책임에 관한 국제표준인 ISO 26000이 2010년 하반기에 제정될 예정으로 있으며, 동 국제표준은 글로벌 기업에 대한 실질적인 무역장벽으로 작용할 가능성이 큰 것으로 알려지고 있음.
- ISO 26000은 사회적 책임의 개념, 기본 원칙과 실행방안, 사회적 책임의 인식 및 이해관계자들의 참여 유도, 사회적 책임에 속하는 핵심 주제 및 이슈, 그리고 조직 전반에 사회적 책임 통합을 위한 가이드언스를 포함하고 있음.
 - 사회적 책임의 목표는 궁극적으로 조직의 지속가능 성장에 기여하는 것임.
 - 동 국제표준은 사회적 책임을 조직 지배구조, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자 이슈 및 지역사회 참여라는 7개의 핵심주제로 나누어 정부, 기업 등 모든 조직에게 적용될 것이며, 조직이 이를 준수하는지의 여부는 이해관계자들과의 의사소통을 통해 검증할 것임.
- 보험산업의 경우는 당장 ISO 26000의 직접적인 영향을 받지는 않을 것으로 판단되지만, 최근의 추세를 살펴보면 국제표준이 제정·시행될 경우 금융분야에도 동 표준을 적용하고자 할 것이므로, 이에 대한 관심이 필요한 시점임.
 - 해외의 선진 보험회사는 ISO 26000의 시행에 발맞춰 사회적 책임 활동을 체계적으로 수행하고 있음.
- 따라서 보험회사는 글로벌 기업으로서 해외에 진출하거나 해외에서 보험거래를 하고자 할 때, ISO 26000이 걸림돌이 될 가능성도 존재함을 인지하고, 스스로 국제표준에 대한 관심을 갖고 적극적으로 준비할 필요가 있음.
 - 또한 보험산업의 자율규제차원에서는 사회적 책임 표준안이나 모범사례 및 평가기준을 마련함으로써 사회적 책임활동의 확산에 노력할 필요가 있음.
 - 감독차원에서는 사회적 책임 수행실적이 우수한 보험회사에 대해 인센티브를 부여하는 등 사회적 책임활동을 지원하는 방안도 고려해 볼 수 있음.

본고는 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

1. 논의 배경

- 정부와 기업, 민간기구 등 사회를 구성하는 모든 조직에게 요구되는 사회적 책임 국제표준(ISO 26000, Guidance on Social Responsibility)이 2010년에 도입될 전망이다.
 - 2001년부터 논의가 시작된 ISO 26000은 현재 최종국제표준안(Final Draft International Standard)으로 상정되기 위한 투표가 진행 중이며, 2010.5월 코펜하겐의 제8차 회의를 거쳐 2010년 하반기에는 국제표준으로 제정될 예정에 있음.
- ISO 26000은 유엔세계협약, 국제노동기구협약, 지속가능보고서 가이드라인 등 사회적 책임과 관련된 지침들을 통합한 실효성 있는 실행지침을 제공하고, 조직이 사회적 책임을 이행하는 데 적합하도록 운영환경을 정비하는 것이 목적임.
 - ISO 26000은 모든 사회구성원의 ‘자발적 적용’을 명시하고 있으나, 그 이행 여부를 거래조건으로 제시하는 경우에는 상품·서비스에 대한 사회적 책임 라이선스나 무역장벽의 수단으로 사용될 가능성도 존재함.
 - 1990년대 이후 국제기구들은 ‘부패방지라운드’와 ‘윤리라운드’의 추진을 통해 기업의 사회적 책임을 이행하지 않는 기업에 대해서는 국제시장으로의 유입을 차단하는 방향으로 규제를 강화하려는 움직임을 보이고 있기 때문임.
- 우리 보험업계로서도 일반 국민이나 보험소비자로부터 신뢰를 확보하고 지속가능 성장(sustainable development)을 확대하기 위하여 사회적 책임활동을 강화하여야 하는 것은 필연적인 상황이라 할 수 있음.
 - 기업의 글로벌화와 함께 기업활동이 사회에 미치는 영향력이 증대됨에 따라, 오늘날의 기업은 경제적인 요구뿐 아니라 사회의 여러 가지 요구를 충족시키지 못하면 사회적으로 존립할 수 없다는 인식이 확대되고 있기 때문임.
 - 특히, 보험산업은 양적·질적인 성장과 그에 따른 공공적·사회적 역할의 요청에도 불구하고 불완전판매 등으로 인하여 소비자의 불신이 커지고 있는 바, 향후 보험산업의 신뢰성 제고의 한 방법으로 사회적 책임의 강화가 요구되고 있음.
- 본고에서는 사회적 책임 국제표준의 주요내용과 선진 보험회사의 사례를 살펴보고 우리 보험회사가 보다 적극적인 사회적 책임활동의 수행을 위해서 나아가야 할 방향을 검토해 보고자 함.

2. 사회적 책임 국제표준의 주요 내용

- 국제표준화기구인 ISO(International Organization for Standardization)가 중심이 되어 추진 중인 ISO 26000은 사회적 책임의 개념, 기본 원칙과 실행방안, 사회적 책임의 인식 및 이해관계자들의 참여 유도, 사회적 책임에 속하는 핵심 주제 및 이슈, 그리고 조직 전반에 사회적 책임 통합을 위한 가이드언스를 포함하고 있음.
 - 사회적 책임의 가장 근본적인 특성은 조직이 그의 의사결정에 사회적·환경적 요소를 고려하고, 그 결정과 행동이 사회와 환경에 미치는 영향을 설명할 수 있어야 한다는 것임.
 - 이하에서는 ISO 26000 중 조직의 실천지침이라고 할 수 있는 사회적 책임의 핵심주제 및 이슈를 중심으로 그 주요 내용을 간략히 살펴보고자 함.

<표 1> ISO 26000의 구성 및 주요내용

조항 제목	조항 번호	조항 내용
범 위	1조	국제표준에서 다루고 있는 내용과 범위를 정의하고 제한 및 배제 사항들을 언급함.
용어, 정의 및 약어	2조	국제표준을 사용하고 사회적 책임을 이해하는 데 있어서 매우 중요한 핵심 용어들의 정의를 제공함.
사회적 책임의 이해	3조	사회적 책임의 발전에 영향을 미쳐왔고 지속적으로 사회적 책임의 본질 및 관행에 영향을 주고 있는 요인, 조건 및 개념에 대해 설명함.
사회적 책임의 원칙	4조	사회적 책임의 일반적 원칙을 소개하고 설명함.
사회적 책임의 인식 및 이해관계자들의 참여 유도	5조	조직의 사회적 책임에 대한 인식과 이해관계자들의 참여라는 사회적 책임의 두 가지 관행을 설명함. 사회적 책임의 핵심주제와 이슈를 인식하고 있는 조직, 그 이해관계자 및 사회와 조직의 영향권 간의 관계에 관한 지침을 제공함.
사회적 책임 핵심주제에 관한 가이드언스	6조	사회적 책임과 관련된 핵심 주제 및 관련 이슈들을 설명함. 각각의 핵심주제에 대하여 적용범위, 사회적 책임과의 관계, 관련 원칙 등에 대한 정보가 제공됨.
조직 전반에 사회적 책임 통합을 위한 가이드언스	7조	사회적 책임을 조직 업무에 적용하기 위한 지침을 제공함. 이 조항에는 조직의 사회적 책임에 대한 이해, 조직 전반에 걸친 사회적 책임의 통합, 사회적 책임과 관련된 의사소통, 사회적 책임에 관한 조직의 신용 향상 등에 관한 지침을 포함함.
사회적 책임 관련 자발적 노력과 도구	부속서 A	하나 이상의 핵심주제를 다루는 사회적 책임이나 조직전반에 걸친 사회적 책임의 통합과 관련된 자발적 노력과 도구의 목록을 제공함.
문헌정보		본 국제표준의 본문에서 원 자료로서 참조된 ISO 표준과 권위 있는 국제기구에의 문헌정보를 포함함.
인덱스		본 국제표준에 포함된 논제, 개념, 용어들에 대한 페이지 위치를 나타냄.

□ 사회적 책임의 핵심 주제에서는 조직의 의사결정과 활동이 사회에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 사회가 무엇을 기대하고 있는지를 이해할 수 있도록 다양한 이슈를 포함하고 있으며, 각 이슈별로는 구체적인 실천사항들을 제시하고 있음.

- 조직이 사회적 책임범위를 결정하기 위해서는 7가지 핵심주제를 전체적인 측면에서 함께 고려하여야 하며, 어느 한 주제에만 집중하는 것은 바람직하지 않음.

가. 조직 지배구조 (Organizational Governance)

□ 지배구조는 조직이 목표달성을 위해 의사결정을 내리고 실행할 수 있는 시스템으로서, 조직은 윤리적 행위나 이해관계자의 이익 존중 등 사회적 책임 기본원칙을 의사결정 및 실행 과정에 융화시킬 필요가 있음.

- 사회적 책임과 관련하여 조직 지배구조는 여타의 핵심주제들이 잘 작동하도록 도와주는 역할을 수행한다는 점에서 그 중요성을 가짐.

<표 2> 조직 지배구조와 관련한 조직의 주요 준수사항

-
- 사회적 책임 수행과 관련된 경제적·비경제적 인센티브 시스템 구축
 - 조직 내 상위집단에서 대표되지 않는 집단(여성, 소수인종 집단 등)의 공정한 대변
 - 조직과 이해관계자들의 니즈를 조화시키고, 양방향 커뮤니케이션 절차를 수립
 - 사회적 책임 이슈에 관한 조직의 의사결정에 모든 종업원의 실질적인 참여를 촉진
 - 조직을 대표해 의사결정을 행하는 사람들의 권한, 책임, 자격(capacity)의 균형 유지
-

나. 인권 (Human Rights)

□ 국가는 인권을 존중하고 보호할 의무와 책임이 있으나, 국가의 책임 여부와 관계 없이 조직 또한 인권을 존중할 책임을 지며, 특히 국가가 인권에 관련된 책임을 다하지 못하는 경우 조직은 인권을 보호하기 위한 추가적인 조치를 취해야 함.

- (주의 의무) 조직이 인권과 관련하여 주의 의무(due diligence)를 다한다는 것은 인권에 위해를 가할 수 있는 모든 위험성을 관리한다는 것을 의미하며, 조직은 인권에 위협이 될 만한 다른 조직의 활동을 관망해서도 안 됨.
- (연루 회피) 사회적 책임 측면에서 연루(complicity)는 국제적인 기준에 반하는 활동을 지원하거나 그러한 활동을 인지하고도 방조하는 행위를 포함함.
- (차별과 취약계층) 조직은 차별행위(특히, 취약계층에 대한 차별행위)를 방지하기 위하여 자신이나 협력조직의 활동이 차별행위에 영향을 미치는지 살펴야 함.

<표 3> 인권과 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
주의의무	조직은 자신의 활동이 가져올 사회적 영향과 다음의 요소들을 늘 고려 - 조직활동과 밀접한 관련을 맺고 있는 인권 정책 - 인권에 영향을 미칠 수 있는 현재의 또는 향후의 조직활동에 대한 평가
연루회피	- 인권을 침해하는 조직에게 상품과 서비스의 제공 금지 - 인권을 침해하는 조직과는 공식적인 협력관계의 체결 금지
차별과 취약계층	- 과거의 차별적 행위로 인한 악영향을 제거하기 위하여 노력 - 조직 내 구성원의 다양성 함양을 위해 주의를 경주

다. 소비자 이슈 (Consumer Issues)

□ 소비자에게 상품이나 서비스를 제공하는 조직은 그들에게 일정한 책임을 부담하며, 이러한 책임에는 교육과 정확한 정보의 제공, 공평·투명·유익한 마케팅 정보의 사용, 지속가능한 소비의 촉진, 그리고 소비자의 사생활보호 등이 포함됨.

- (공정한 마케팅 등) 조직은 소비자가 이해할 수 있는 방식으로 상품과 서비스에 대한 정보를 제공함으로써, 소비자들이 여러 상품과 서비스의 특성을 비교하고 정보에 근거해 구매결정을 내릴 수 있도록 할 필요가 있음.
- (지속가능한 소비) 지속가능한 소비는 지속가능 성장과 일관성 있는 비율로 자원을 소비하는 것이며, 지속가능한 소비를 위하여 조직은 소비자에게 상품과 서비스의 라이프 사이클, 가치사슬, 정보의 특성 등을 제공하여야 함.
- (소비자 정보보호 및 프라이버시) 본 이슈는 수집할 수 있는 정보의 유형과 이러한 정보의 획득·이용 방법을 제한하는 것을 목적으로 하며, 이를 위하여 조직은 소비자 정보의 수집·이용·보호에 있어 엄격한 시스템을 적용하여야 함.

<표 4> 소비자 이슈와 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
공정한 마케팅 등	- 금융 및 투자상품을 포함한 상품·서비스의 모든 측면(전체 라이프사이클을 고려)에 대해 완전·정확하며 이해가능하고 비교가능한 정보를 제공 - 가격·조건의 일방적 변경권 등 소비자에게 부당한 계약조건의 포함 금지
지속가능한 소비	- 상품·서비스가 환경이나 사회에 미치는 부정적 효과를 최소화 - 소비자에게 환경적·사회적 요소에 관한 설명가능한 정보를 제공
소비자 정보보호	- 개인정보의 수집범위를 상품 또는 서비스의 제공에 필수적인 정보 또는 소비자가 정보에 근거해 자발적으로 동의한 뒤 제공한 정보로 제한 - 마케팅 등 상술된 내용 이외의 목적으로 개인정보의 공개 및 이용 금지

라. 노동관행 (Labour Practices)

- 조직의 노동관행에는 종업원의 채용 및 승진, 고충처리, 훈련 및 기술개발, 근로 시간 및 보수 등 근로조건에 영향을 미치는 정책이나 관행은 물론, 노동자 조직의 인정, 고용과 관련된 사회적 이슈의 해결을 위한 사회적 대화 등도 포함되며, 조직은 이와 관련된 법규와 국제협정을 준수하여야 할 책임이 있음.
- (고용과 고용관계) 고용관계에서는 고용주와 노동자의 협상력에 차이가 있으므로 조직은 노동자들의 추가적인 보호를 위하여 적절한 조치를 취해야 함.
- (근로조건과 사회적 보호) 근로조건과 사회적 보호는 노동자와 가족들의 삶의 질에 영향을 주고 인간의 존엄성 유지에 중요한 역할을 수행하므로, 이를 위하여 조직은 법과 단체협약, 국제기준에 따라 성실하게 노력해야 함.
- (사회적 대화) 조직은 사회적 대화(Social dialogue)의 촉진을 위하여 사회적 대화제도와 단체교섭의 중요성을 인정하고 관련 정책을 실행해야 함.

<표 5> 노동관행과 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
고용과 고용관계	<ul style="list-style-type: none"> - 법에서 요구하는 의무사항을 회피하기 위한 고용관계의 은닉 금지 - 협력사, 하청업체의 잘못된 노동관행으로부터의 이익수취 금지
근로조건과 사회적보호	<ul style="list-style-type: none"> - 조직의 노동환경이 자국의 법규는 물론 국제노동기준을 만족하도록 노력 - 법규와 단체협약상의 노동시간을 준수하고, 휴일·휴가를 반드시 허용
사회적 대화	<ul style="list-style-type: none"> - 고용에 영향을 미치는 경영상의 변화는 정부와 노동자 대표에게 통보 - 조직은 노동자 대표가 의사결정권자나 노동자와 접촉하고 작업장을 방문하여 원하는 정보를 획득하고, 스스로 활동방향을 설정할 수 있도록 허용

마. 환경 (The Environment)

- 조직활동은 자원의 소비를 수반하기 때문에 항상 환경에 영향을 미치고, 환경문제는 인류가 생존하고 번영하기 위한 전제조건이므로, 조직은 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위하여 경제·사회·환경적 측면에서 자신의 활동을 살펴보아야 함.
- (오염방지) 조직은 공기오염, 수질 악화, 산업폐기물 및 유독화학물 방출, 기타 모든 형태의 오염에 대한 방지활동을 수행할 책임이 있음.
- (지속가능한 자원 이용) 미래의 가용자원을 확보하기 위하여 조직은 현재의 자원 소비 및 상품 생산 패턴의 효율성을 증진시킬 필요가 있음.

- (기후 변화의 완화와 적응) 조직은 온실효과가스(이산화탄소와 메탄가스)의 방출이 건강과 인권에 미치는 악영향을 사회적 측면에서 다시 평가해보고 이를 최소화할 수 있도록 노력하여야 함.

<표 6> 환경과 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
오염방지	- 오염물질의 감소, 수자원 및 기타 에너지 사용량을 측정하고 기록·보고 - 오염예방을 위한 위험측정시스템 및 대중 교육활동 프로그램을 마련
지속가능한 자원 이용	- 최우수사례지표, 벤치마킹사례를 이용하여 자사의 자원효율성을 측정 - 재생불능자원을 대체가능자원으로 대신하며, 가능한 자원과 물을 재활용
기후변화의 완화와 적응	- 조직은 온실효과가스의 발생원인을 확인하여 책임의 범위를 확정 - 배출권 거래시장이나 그와 유사한 시장기구를 개발하기 위하여 노력

바. 공정운영관행 (Fair Operating Practices)

- 공정운영관행은 다른 조직이나 개인과 거래 시의 윤리적 행위에 관한 것으로 반부패, 책임 있는 정치 참여, 공정경쟁 등과 관련하여 이슈가 제기될 수 있음
 - (반부패) 부패는 조직의 윤리적 평판을 잠식시키고 민사 또는 형사상의 제재를 야기할 수 있으며, 경쟁, 부의 분배 및 경제적 성장을 저해할 수 있으므로, 조직은 부패의 위험을 인지하고, 부패방지를 위한 정책을 실행하여야 함.
 - (공정경쟁) 조직은 반경쟁적 행위를 거부함으로써 이러한 행위를 용인하지 않고 모든 사람에게 혜택이 돌아가도록 하는 풍토를 조성하여야 함.
 - (영향권 내에서 사회적 책임의 촉진) 조직은 타 조직에 대한 조달 및 구매결정의 잠재적 영향과 의도하지 않은 결과를 고려하여야 하며, 부정적 영향을 최소화하거나 제거하기 위하여 적절한 주의를 기울여야 함.

<표 7> 공정운영관행과 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
반부패	- 뇌물수수와 부패 척결에 노력하는 종업원을 지원하고 인센티브를 지급 - 부패에 대한 교육훈련을 통해 종업원의 인식 제고 - 조직에 반하는 행위를 보복의 두려움 없이 신고할 수 있는 매커니즘 채택
공정 경쟁	- 반경쟁적 행위에의 가담을 방지할 수 있는 절차나 보호장치를 마련 - 경쟁법 및 공정경쟁 준수의 중요성에 대한 종업원 인식 제고
사회적 책임 촉진	- 윤리, 사회, 환경, 양성평등 관련 기준을 조직의 구매 및 계약 정책에 통합 - 관계있는 다른 조직에 대해 관련된 적절한 조사 및 모니터링을 수행 - 사회적 책임에 대한 인식제고 지원 등 중소형 조직에 대한 지원방안 마련

사. 지역사회의 참여 및 발전 (Community Involvement and Development)

- 지역사회¹⁾ 참여는 조직이 지역사회의 가치를 증진시킴으로써 공동이익을 추구하고자 하는 과정이며, 지역사회 발전은 지역사회 구성원의 생활수준을 높이는 과정으로써 경제·사회·문화적 영역에서 다양한 조직의 사회적 투자활동이 가능함.
 - (지역사회 참여) 조직은 지역 단체 및 이해관계자들과의 유대를 강화하고 지역사회 문제해결을 통해 지역사회와 함께 발전방안을 모색하여야 함.
 - (고용창출 및 기술개발) 조직은 고용창출을 통하여 지역사회의 가난해소와 사회·경제적 발전을 유도하고, 기술개발을 통하여 생산적인 직업을 안정적으로 확보하고 고용을 촉진하도록 노력할 필요가 있음.
 - (사회적 투자) 사회적 투자는 조직이 지역사회의 기반시설이나 프로그램을 지원하는 것으로서, 조직은 지역사회의 필요와 우선순위에 따라 사회적 투자를 분배하고, 정보공유, 협상 등을 통하여 지역사회의 참여를 유도해야 함.

<표 8> 지역사회의 참여 및 발전과 관련한 조직의 주요 준수사항

이슈	내용
지역사회 참여	- 지역사회 발전활동의 우선순위 선정시 지역대표자들과 체계적으로 협력 - 개발계획의 수립·시행·평가 시 지역사회 구성원에게 참여 기회 제공
고용창출과 기술개발	- 조직이 선택한 기술이 장기적으로 고용기회를 극대화시키는지 평가 - 국가 차원은 물론 지역 차원의 기술개발 프로그램에 참여
사회적 투자	- 사회적 투자를 계획 시 지역경제를 활성화할 수 있는 방법을 고려 - 생활필수품을 소외계층에게 제공하는 프로그램에 특별히 배려

3. 선진 보험회사의 사회적 책임 활동 현황

- 여기서는 세계 최대 보험그룹의 하나인 아비바와 알리안츠의 사회적 책임활동 현황을 전 장에서 제시한 사회적 책임 핵심주제에 맞춰 검토해보고자 함.
 - 이를 통하여 이들 선진 보험그룹은 ISO 26000을 어떠한 형태로 실천해 나가고 있는지를 살펴보고, 우리나라 보험회사들이 사회적 책임과 관련하여 보다 노력하여야 하는 부분이 무엇인지를 고찰해 볼 수 있음.

1) 지역사회(community)란 지리적인 개념뿐 아니라 기업의 영향력이 미치는 범위와 성질까지 포함하는 개념임.

- 이들 선진 보험회사는 ISO 26000의 시행에 발맞춰 사회적 책임 활동을 사회적 책임 기본 원칙 및 핵심 주제에 따라 체계적으로 수행하고 있으며, 특히 인권과 환경 및 지역사회 주제에 보다 많은 관심을 기울이고 있는 것으로 나타남.
 - 아비바 보험그룹은 보험회사 본연의 목적을 수행하고 기업의 궁극적인 가치를 배가시키기 위하여 다양한 사회적 책임 활동을 펼쳐오고 있으며, 관련 프로그램에 대한 성과를 1999년 이후 사회적 책임 보고서를 통해 발표하고 있음.
 - 아비바는 특히, 탄소배출 및 환경영향 최소화를 위하여 그룹은 물론 지역사회 단위까지 일관된 관리체계를 마련하고 있으며, 최근에는 다양한 참여 프로그램을 마련하여 지역사회에 기여하고 있음.
 - 알리안츠는 이해관계자에 대한 사회적 책임완수가 지속가능 성장의 필수요소라는 관점 아래 지속성장경영과 기업시민정신을 양대 접근방법으로 설정하고 있으며, GRI의 가이드라인 및 유엔국제협약에 따라 보고서를 매년 발간하고 있음.
 - 알리안츠 또한 환경문제를 해결하기 위하여 장기적인 관점에서 투자를 하고 있으며, 소비자 관련 부문에서는 뚜렷한 성과를 달성하고 있는 것으로 나타남.

<표 9> 선진 보험그룹의 사회적 책임 핵심주제별 주요 활동

주제	아비바 보험그룹	알리안츠 보험그룹
지배 구조	-기업의 사회적 책임을 충실히 실행하기 위하여 그룹 CSR 이사회 제도와 CSR 매니저 제도를 운영 -2008년 그룹의 모든 CEO와 종업원에게 적용되는 윤리규범을 도입하고, 2009년 모든 종업원으로부터 규범준수서약 수령 -소비로 신뢰를 위해 평판 리스크 관리	-임원에 대한 지나친 보상, 정보유출, 기타 잘못된 관행 등을 제거하기 위하여 이사회 구조를 상급경영 이사회와 감독이사회로 나누어 운영 -기업지배의 책임성과 투명성을 증진하기 위하여 알리안츠 그룹의 행위 규범 설정과 기업문화개선에 노력
인권	-UN인권선언 등 국제기준을 반영하여, 내부적으로 공정한 기회의 제공과 구성원의 다양성 존중을 추구하고, 외부적으로는 상품 및 서비스 설계에 있어서 투자자와 소비자를 부당하게 차별하지 않도록 규정 -여성 상위책임자의 비율, 직장 내 다양성에 대한 노동자들의 만족도 등을 주기적으로 조사하여 발표	-차별금지, 다양성 확보를 위하여 장기적인 계획을 수립하고 사업에 연결시키는 장기적인 전략을 수립하여 시행 -다양성에 대한 그룹 차원의 가이드라인과 위원회(Global Diversity Council)를 설치 -장애인과 비장애인 협력프로그램 개발 등 회사 내에 장애인에 대한 주의를 환기시키고, 직장 내의 장애인 관련 설비를 확충
공급망 관리	-'공급업체 행위규범'을 제정하여 모든 공급업체에게 사회적 책임에 관한 기준을 준수하도록 독려(2008년말 현재 983개 업체가 참여) -상위 5개 공급업체에 대해서는 사회적 책임 성과 개선 계획을 도입 -외부적으로 금융서비스구매포럼을 주최하여 관련 기업들에게 사회적 책임과 관련된 메시지를 지속적으로 전달	-로비활동의 투명성을 보장하기 위하여 '알리안츠 로비 규범'을 규정 -소속 직원들이 협력업체로부터 뇌물을 수수하거나 업체를 부당하게 차별하지 못하도록 '행위규범'을 제정 -관련 규범을 소속직원뿐 아니라 공동투자회사의 활동 및 소속직원에게 까지 적용하고 있으며, 규범 적용 시 글로벌 스탠더드를 중시

주제	아비바 보험그룹	알리안츠 보험그룹
소비자	<ul style="list-style-type: none"> -소비자들의 이해를 돕기 위하여 최대한 명확하게 상품을 설명하고, 전문적이고 공평한 금융서비스를 제공하고자 노력 -상품개발을 세분화하여 저위험 고객들에게 낮은 보험료를 부담시킴으로써 책임 있는 판매 정책 구현 -판매정책의 성과평가제도 도입 	<ul style="list-style-type: none"> -고객중심프로그램과 순 추천고객지수(Net Promoter Score)를 통해 소비자 충성도 측정, 피드백 과정, 민원 해결 등을 수행 -소비자 만족도를 정기적으로 측정하고, 민원을 고객 중심프로그램으로 분석하는 등 보다 소비자 지향적인 문화를 추구
노동관행	<ul style="list-style-type: none"> -국제노동기구의 핵심 노동기준을 반영하여 차별금지조항, 노동자 생활균형조항, 노동자 생활적정성조항 등을 규정 -고용, 능력개발, 상벌체계를 개선하여 인적자원의 잠재력 실현에 노력 -노동자들의 자기개발을 장려하고 직장과 가정 사이에 적절한 균형을 이룰 수 있도록 협력 	<ul style="list-style-type: none"> -직장 내 차별을 근절하기 위해 '글로벌 다양성 협의회'를 운영하고, 종업원들에 대한 공정한 대우를 통해 인재양성에 노력 -양성평등의 증진을 위해 여성관리자 롤-모델 프로그램 등을 운영(전 세계의 직원 중 51.5%가 여성) -여성 직원들이 직장과의 균형을 유지할 수 있도록 제반 정책을 개발
환경	<ul style="list-style-type: none"> -2006년 보험회사로서는 처음으로 탄소중립에 참여 (2008년 탄소배출가스 발생을 6.6% 감소시킴) -환경정책에 대한 가이드라인을 제시하고 관련 위원회를 설치하며 정보를 정기적으로 제공 -환경프로그램을 그룹 및 지역 사업단위의 CSR 관리와 결합하기 위하여 전 직원이 프로그램에 참여하도록 독려 -환경정책의 성과분석을 위하여, 사업부문별 탄소배출량, 물 사용량, 쓰레기 재활용 비율, 종이 사용량, 직원들의 평가 등을 매년 조사하여 발표 	<ul style="list-style-type: none"> -기후변화 리스크 대응 상품을 제공하고 있으며, 장기적으로는 투자와 연구활동을 통해 저탄소 경제로의 이행을 유도 -UNEP 기후변화작업반과 탄소정보공개 프로젝트를 지원하고, 재생에너지에 대한 투자도 적극 수행 -2012년 말까지 재생가능 에너지 분야에 대한 투자를 10억 유로수준까지 확대하고, 기후변화와 관련된 재보험거래규모는 1억 2000만 유로까지 증가 -직원 1인당 에너지 소비량, 종이 사용량 등을 환경 지표로 만들고, 금융데이터 보고과정에 포함
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> -2008년 9억6천만 파운드를 지역사회 발전과 자선 활동을 위하여 지출하고, 임직원은 자원봉사활동에 총 67,700시간을 투자 -금융교육 및 의료활동지원 등을 통해 지역사회를 지원(2006년부터는 국제 재난지원 활동에 참여) -개발도상국 빈곤해소를 위해 특별보험상품 제공 및 다양한 소액금융제도에 참여 ·특별보험상품은 2007년 개도국 농촌지역의 보험가입자를 대상으로 처음 출시되었으며, 인도의 극빈층을 위하여 제공 	<ul style="list-style-type: none"> -노인부양자를 위한 보험과 독립적인 노후생활에 필요한 실물혜택을 제공하는 보험상품을 출시 -화재예방 교육을 지원하는 The Heritage Program 과 Swiss Red Cross에 참여 -SKS microfinance, UN 개발프로그램 등과 협력하여 인도, 이집트, 카메론 등 6개국 1천 800만 명에게 소액보험을 제공 -2008년 태풍 니샤(Nisha)가 인도와 스리랑카를 강타하였을 당시 16,000건의 보험금 지급을 통하여 피해복구에 기여

4. 보험산업에의 시사점

□ ISO 26000은 사회를 구성하는 모든 조직, 특히 기업이 노동·환경·소비자 보호 등 사회적 책임을 어떻게 이행해야 하는지를 규정한 국제표준으로, 사회적 책임의 국제표준화는 국제거래가 빈번한 기업들에게 새로운 과제로 대두되고 있음.

○ 향후 국제사회에서 사회적 책임에 대한 신뢰를 잃으면 국제경쟁에서 어려움을 겪을 것으로 예상되므로, 기업들은 ISO 국제표준을 정확히 파악하고 이를 바탕으로 전략적으로 대응할 필요가 있음.

- 보험산업의 경우는 당장 ISO 26000의 직접적인 영향을 받지 않는 것으로 판단되지만, 최근의 추세를 살펴보면 국제표준이 제정·시행될 경우 금융분야에도 동 표준을 적용하고자 할 것이므로, 이에 대한 관심이 필요한 시점임.
 - ISO 26000이 보험산업에 있어서도 이미 피할 수 없는 현실적인 문제로 다가오고 있으나, 이에 대한 보험업계의 인식은 아직 미흡한 수준임.
 - 보험회사의 경우 스스로 글로벌 스탠더드 윤리기준을 ‘매우 잘 알고 있다’고 평가하는 회사는 24.4%(중소형사의 경우는 10%)에 불과함²⁾.
 - 해외사례에서 보듯이 알리안츠나 아비바와 같은 선진 보험회사는 ISO 26000의 시행에 발맞춰 사회적 책임 활동을 체계적으로 수행하고 있는 것으로 나타남.
- 따라서 보험회사는 글로벌 기업으로서 해외에 진출하거나 해외에서 보험거래를 하고자 할 때, ISO 26000이 걸림돌이 될 가능성도 존재함을 인지하고, 스스로 국제표준에 대한 관심을 갖고 적극적으로 준비할 필요가 있음.
 - 보험산업에 있어 사회적 책임의 이행이 비교적 소홀한 부분은 주로 소비자 이슈, 공정운영관행, 환경, 지역사회의 참여 및 발전 주제들과 관련되어 있는 것으로 판단되므로, 이러한 부분들에 보다 초점을 맞출 필요가 있음.
 - 특히, 소비자 이슈와 관련하여서는 최근 보험상품의 복합화 및 패키지화, 다원화된 모집조직 간 판매경쟁 심화 등으로 인하여 보험민원이 급증하고 보험사업에 대한 부정적 인식이 증가하고 있는 바, 보험회사는 보험소비자의 권익 보호에 보다 노력하여 보험산업에 대한 신뢰를 제고하여야 할 것임.
- 보험산업의 자율규제차원에서는 보험산업에 적합한 사회적 책임 표준안이나 모범 사례 및 평가기준을 마련함으로써 사회적 책임활동의 확산에 노력할 필요가 있음.
 - 기업의 사회적 책임의 수행 여부는 개별 기업 차원의 문제이지만, 특정회사의 무관심이 보험산업 전체의 신뢰도에 영향을 줄 수 있다는 측면과 객관적 평가 기준의 부재는 소비자의 혼란을 야기시킬 수 있다는 측면에서 최소한의 자율적인 제도적 장치들을 마련할 필요가 있을 것으로 사료됨.
 - 이에 더불어 감독정책차원에서는 사회적 책임 수행실적이 우수한 보험회사에 대해서 경영실태평가에 반영하는 등 인센티브를 부여함으로써 간접적으로나마 사회적 책임활동을 지원하는 방안도 고려해 볼 수 있음 KIRI.

2) 이는 보험연구원이 2009.4월 손해보험회사 및 생명보험회사 41개사를 대상으로 조사한 내용임.