

2023 한화생명 지속가능경영보고서

GREEN LIFE FOR SUSTAINABLE TOMORROW



About This Report

보고서 개요

한화생명은 2019년부터 지속가능경영보고서를 발간하고 있습니다. 본 보고서는 한화생명이 발간하는 다섯 번째 지속가능경영보고서입니다. 한화생명은 매년 지속가능경영보고서를 발간함으로써 이해관계자 여러분께 한화생명의 ESG(환경·사회·거버넌스) 경영 노력과 성과를 투명하게 공개하고자 합니다.

보고기간 및 경계

보고 기간은 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지이며, 보고 기간 외의 중대한 성과의 경우 2023년 상반기까지의 이슈를 포함하였습니다. 아울러, 정량적 성과는 2020년부터 2022년까지의 3개년 데이터를 제시하여 연도별 추이를 파악할 수 있도록 하였습니다. 본 보고서는 본사의 활동 및 성과를 포함하며, 환경 데이터의 경우 본사 및 장교빌딩의 성과를 담고 있습니다.

보고기준

본 보고서는 지속가능경영보고서의 글로벌 작성 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 원칙, SASB, TCFD, PSI를 참고하여 작성되었습니다. 재무 정보는 연결 기준이며 보고 기준 및 정의는 K-IFRS를 따릅니다. 재무적 정보뿐만 아니라, 비재무적 정보 모두 당사의 공시 체계에 따라 회계연도를 기준으로 작성되었으며, 보고 기준이 다른 경우 해당 부분에 별도 표기하였습니다.

보고서 검증

제3자 검증기관인 한국표준협회로부터 제3자 검증을 받았으며, 이를 통해 보고서의 작성 프로세스, 공개 데이터 및 내용의 신뢰성, 공정성을 확보하였습니다. 검증의견서는 Appendix에서 확인하실 수 있습니다.

보고서 관련 문의

한화생명 지속가능경영팀

TEL 02.789.8072

E-mail seyeon0527@hanwha.com

Contents

Overview

CEO Message	04
회사소개	05
경영 비전 및 전략	06
회사연혁	07
ESG 경영체계	08
ESG Highlights	10

Business Performance

혁신금융	12
상품개발	13
채널 경쟁력 강화	16
디지털 혁신	18
해외사업 확대	21
자산운용	23
지속가능 금융	24
ESG 금융	25
ESG 투자	30

ESG Performance

Environment	33
환경보호와 친환경경영 내재화	
환경경영체계	34
기후변화 대응	35
환경영향 최소화	40
Social	43
사회적 책임 실천과 나눔 경영	
소비자중심 경영	44
고객만족 제고	49
사회공헌 활동	52
인재경영	61
인권경영	69
Governance	71
건전하고 투명한 지배구조 확립	
투명한 지배구조	72
윤리·준법경영	76
리스크 관리	80
정보보안·개인정보보호	84

Appendix

중대성 평가	87
경제·경영 성과	90
사회 성과	95
환경 성과	100
GRI Index	102
SASB Index	105
TCFD Index	106
PSI(지속가능보험 원칙)	107
WEF IBC Stakeholder Capitalism Metrics Index	108
글로벌 이니셔티브	109
제3자 검증의견서	111
온실가스 검증의견서	112
주요 수상현황	113

CEO Message

존경하는 이해관계자 여러분,

우리 사회와 경제는 코로나19라는 어둡고 긴 터널을 벗어나 다시 활기찬 일상으로 되돌아가고 있습니다. 힘든 상황을 슬기롭게 극복할 수 있도록 아낌 없는 지지와 성원을 보내주시는 이해관계자 여러분들께 진심으로 감사의 마음을 전하고자 합니다. 보험시장은 저출산 및 고령화, 저성장 기조와 거시경제의 불확실성 속에서 IFRS17과 K-ICS 등 새로운 제도의 시행으로 변화의 시기를 맞고 있습니다.

한화생명에는 이 같은 급변하는 대내외 경영환경 속에서도 지속가능한 내일을 위한 힘찬 발걸음을 내딛고 있습니다. 포화상태에 이른 보험시장을 돌파하기 위해 해외시장 공략에 적극 나서고 있으며, 디지털 신사업 기회 발굴로 경쟁력을 높이고 가시적인 성과를 창출해 내고 있습니다. 또한 신기술을 도입한 신상품과 서비스들을 지속적으로 출시하고, 혁신과 도전을 통해 지속가능한 성장방안을 계속 모색해 나갈 것입니다.

이와 더불어 한화생명은 사회적 요구인 ESG 경영을 내재화하고 가속화함으로써 불확실한 미래를 기회와 확신으로 바꿔 나갈 것입니다.

이를 위해 지난해 수립한 ‘2030 ESG 경영전략 및 로드맵’에 맞춰 (E)환경보호와 친환경경영 내재화, (S)사회적 책임 실천과 나눔 경영, (G)건전하고 투명한 지배구조 확립의 3대 전략방향과 과제를 체계적으로 이행하고 꾸준히 실천해 나가고 있습니다. 또한 포용금융, 동반성장, 기후변화 대응 등을 통해 사회적 문제 해결에 앞장서고 있으며, ESG 이슈에 따른 리스크를 장기적 성장의 기회로 전환하기 위해 힘쓰고 있습니다. 이러한 노력은 ESG 관련 상품과 투자 증가, 환경 및 사회문제 해결 등 실질적인 ESG 성과 창출로 이어지고 있으며, 이는 고객, 주주, 지역사회, 임직원 등을 아우르는 상생의 생태계 안에서 이루어진 사회적 가치 공유의 결실이라고 할 수 있겠습니다.

한화생명은 ESG 경영을 통해 단순히 착한 기업이 되기 보다는 더 나은 환경과 사회를 만들어 가며 함께 성장하고 발전하는 기업이 되고자 합니다. 앞으로도 이해관계자들과 끊임없이 소통하고 가치를 공유함으로써 누구에게나 신뢰받는 기업으로 성장해 나갈 것임을 약속드립니다.

감사합니다.

2023년 6월
대표이사 여승주

UNGC 연례 성명서

이사회와 경영진은 빈곤, 질병, 교육, 성평등 등 인류의 보편적 문제, 기후변화, 환경오염, 생물 다양성 등 지구환경 문제, 노사, 고용, 주거 등 경제사회 문제 등에 관심을 가지고 있으며, 이를 해결해 나가기 위해 노력하고 있습니다.

또한 기업활동에서의 주요 의사결정이 이해관계자를 넘어 사람과 사회, 그리고 환경에도 폭넓게 영향을 준다는 점을 상기하면서 최선의 판단을 하도록 노력하고 있습니다.

또한 윤리·준법경영을 적극 추진함으로써 국가와 사회에 대한 윤리적 책임을 충실히 이행하고 있으며, 윤리현장 및 윤리행동강령 제정뿐 아니라, 자금세탁방지시스템, 공정거래자율준수프로그램, 내부고발제도 등의 운영을 통한 강한 반부패 실천으로 고객과 사회로부터 신뢰와 존중을 받는 기업이 되고자 최선을 다하고 있습니다.

회사소개

고객의 삶에 가치를 더하는 한화생명

한화생명은 1946년 설립된 대한민국 최초의 생명보험사로서 보험산업의 발전을 선도하며 국민의 건강과 행복을 지켜왔습니다. 한화생명은 상품개발, 마케팅 & 영업, 언더라이팅, 지급 관리, 자산, 리스크 및 투자 관리에 이르는 전 공급망 내 확고한 고객중심경영 철학과 차별화된 경쟁력을 기반으로 보험의 가치를 확장하여 고객의 삶을 더욱 풍요롭게 하고 인생의 솔루션을 제공하고 있습니다. 더 나아가 기업의 사회적 책임을 실천하며 이해관계자와 함께 성장하고 있습니다.

한화생명은 국내 생명보험사 중 최초로 해외시장에서 손익분기점을 달성했던 경험을 바탕으로 글로벌 금융사로 더 높이 도약하고자 준비하고 있습니다.



2022 고객 만족 성과

2022년 KSQI 고객센터 부문 13년 연속 1위 선정	KMAC
2023년 KSQI 콜센터 부문 15년 연속 우수 콜센터 선정 - 생보사 중 단독 1위 5년 연속 플래티넘 콜센터 선정	2년 연속 고객감동 콜센터 선정 - 생보사 중 단독 1위 - 전 산업군 334개사 중 9개社만 선정
2023년 소비자중심경영(CCM) 인증 우수기업 인증 9회 연속 획득	공정거래위원회

기업소개

기업명	한화생명보험 주식회사
주소	서울특별시 영등포구 63로 50
대표이사	여승주
설립일	1946. 9. 9.
주요 사업	보험, 퇴직연금, 자산운용
사업국가	대한민국, 베트남, 중국, 인도네시아, 일본, 미국

글로벌 경영

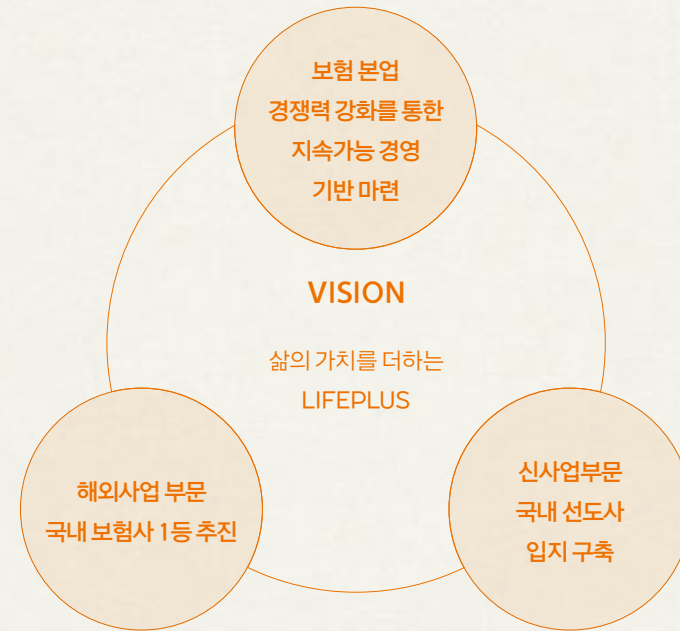
○ 현지법인	베트남 호치민
	중국 항저우
	인도네시아 자카르타
	미국 샌프란시스코
○ 주재사무소	중국 베이징
	일본 도쿄
	일본 후쿠오카
	미국 샌프란시스코

경영 비전 및 전략



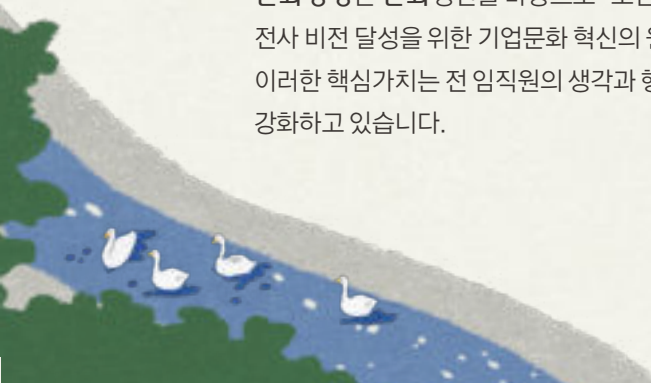
핵심가치

한화가 이룩한 성장의 바탕에는 ‘신용’과 ‘의리’의 한화정신이 자리잡고 있습니다. 한화생명은 한화정신을 바탕으로 ‘도전·헌신·정도’를 핵심가치로 선정하여, 전사 비전 달성을 위한 기업문화 혁신의 원동력으로 삼고 있습니다. 이러한 핵심가치는 전 임직원의 생각과 행동 기준으로, 한화인으로서는 일체감을 강화하고 있습니다.



비전 및 전략

한화생명은 ‘삶의 가치를 더하는 LIFEPLUS’의 비전 하에 ‘보험 본업 경쟁력 강화를 통한 지속가능경영 기반 마련’, ‘해외사업부문 국내보험사 1등 추진’, ‘신사업부문 국내 선도사 입지 구축’을 내용으로 하는 추진전략을 수립하였습니다. 한화생명은 비전 및 전략을 적극적으로 실천해 나가며, 고객의 사랑과 신뢰를 받는 기업으로 나아가고자 합니다.



회사연혁

한화생명은 확고한 고객중심경영 철학을 바탕으로
 지난 77년간 보험산업 발전을 선도해왔습니다.
 대한민국 최초 생명보험사로서 한화생명은 앞으로도
 변함없이 고객만을 생각하겠습니다.



창업과 도약 1946 – 1979

1946
 9월 국내 최초의 생명보험회사로 출범

1979
 11월 보유계약액 1조 원 달성

도전과 성장 1985 – 2001

1985
 5월 63빌딩 준공

1986
 12월 총자산 1조 원 달성

1996
 5월 총자산 10조 원 달성

1997
 12월 97 노사화합대상 대통령상 수상

변화와 혁신 2002 – 2011

2002
 12월 대한생명, 한화그룹으로 편입

2003
 8월 북경 주재사무소 개소

2005
 2월 63 FA센터 개설
 3월 동경 주재사무소 개소
 12월 베트남 주재사무소 개소

2007
 1월 한화그룹 뉴CI 선포

2008
 4월 총자산 50조 원 돌파, 누적결손금 완전 해소
 6월 한화생명 베트남법인 설립
 11월 사회공헌기업대상 종합대상 수상

2009
 4월 한화생명 베트남법인 영업 개시

2010
 3월 유가증권시장 상장

2011
 11월 한국메세나대회 대통령 표창 수상

글로벌 리더를 향해 2012 – Now

2012
 10월 대한생명, '한화생명'으로 사명 변경
 12월 인도네시아 현지 보험사 지분 인수
 11월 중한인수(중국합자생보사) 설립

2013
 8월 온라인 보험 '온슈어' 출범 www.onsure.co.kr
 11월 일과 가정 양립 지원제도 '맘스패키지' 시행

2014
 5월 생보업계 최초 상품 민원영향평가 시행
 8월 재해재난대비 BCM 국제표준인증 획득

2015
 3월 전자청약시스템 'Smart Planner' 오픈
 11월 한화생명 콜센터 개인정보보호인증(PIPL) 획득, 한화생명 모바일센터 앱 오픈

2016
 1월 총자산 100조 원 돌파
 10월 보험업계 최초 핀테크 센터 'DREAMPLUS' 오픈

2017
 1월 중한인수(중국합자생보사), 저장성에 이어 장쑤성 진출
 7월 한국표준협회 주관 한국서비스대상 '명예의 전당' 헌정

2018
 1월 국제신용평가사 무디스, 피치로부터 'A1', 'A+' 신용등급 획득
 4월 'DREAMPLUS 강남 센터' 그랜드 오픈, 한화생명 e 스포츠(HLC) 창단
 7월 소비자보호현장 제정, 선포식 개최
 10월 빅데이터 기반 민원예측시스템 운영

2019
 2월 샌프란시스코 주재사무소 개소
 5월 서비스품질지수(KSQI) 콜센터 부문 8년 연속 1위

6월 후쿠오카 주재사무소 개소
 7월 소비자중심경영(CCM) 우수기업 인증 7회 연속 획득, 서비스품질지수(KSQI) 고객센터 부문 10년 연속 1위

2020
 3월 한화생명 Life Park 코로나19 생활치료센터 제공
 6월 소비자보호센터 오픈
 9월 베트남 현지법인의 자회사 '한화금융기술(HFT)' 설립
 9월 보험금 AI자동심사 시스템 핵심기술 2건 특허청 기술 특허 획득
 10월 한화생명 KCGS ESG평가 종합 A등급 획득

2021
 1월 한화그룹 금융 6개사 '탈석탄 금융' 선언
 2월 한화생명, 3대 신용평가사(한국기업평가, NICE 신용평가, 한국신용평가)로부터 14년 연속 보험금 지급능력 AAA 획득
 3월 한화생명, 지속가능경영위원회 신설로 ESG 경영 강화
 4월 한화생명금융서비스 출범
 6월 한화생명, 8회 연속 소비자중심경영(CCM) 인증 획득
 10월 한국기업지배구조원 ESG평가 'A등급' 획득(2년 연속)

2022
 2월 한화금융 계열사 기업지배구조현장 제정
 3월 한화생명 보이는 GA월드 오픈
 4월 '한화생명 시그니처 암보험' 6개월 배타적사용권 획득
 7월 '2022 지속가능경영보고서' 발간
 10월 청약자동화 솔루션 특허 취득
 11월 인도네시아 Lippo Group과 MOU 체결
 12월 소비자중심경영(CCM) 공정거래위원장 표창

ESG 경영체계

ESG 전략

한화생명명은 체계적인 ESG 경영 추진을 위해 2022년 ‘지속가능한 내일을 위한 Green Life 2030’이라는 ESG 전략 목표를 수립하였습니다.

한화생명명은 ‘환경보호와 친환경경영 내재화’, ‘사회적 책임 실천과 나눔 경영’, ‘건전하고 투명한 지배구조 확립’의 3대 전략 방향 하에 다양한 전략과제를 선정했습니다. 적극적인 ESG 경영 추진을 통해 이러한 과제들을 이행해 나감으로써 ESG 가치를 창출하고자 합니다.

비전	경제적 풍요로움과 함께 인생의 솔루션을 제공하는 금융 한화생명		
전략목표	지속가능한 내일을 위한 Green Life 2030 Green Life for Sustainable Tomorrow		
	Green Life 2030 <ul style="list-style-type: none"> • 친환경적 · 친사회적 투자 비중 2배 이상으로 확대(現 2%→5% 수준) • 탄소배출량 40% 이상 감축 • D·E·I¹⁾ 지수 개선 		
전략방향	Environment 환경보호와 친환경경영 내재화	Social 사회적 책임 실천과 나눔 경영	Governance 건전하고 투명한지배구조 확립
전략과제	친환경경영 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 환경경영시스템 구축 - 온실가스 관리체계 구축 - 친환경경영 내재화 활동 ESG 투자체계 정립 <ul style="list-style-type: none"> - ESG 투자 및 기후리스크 대응체계 구축 - 주주참여활동 강화 	인권경영 강화/노사관계 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 인권경영 강화 - 임직원 다양성 제고 - 노사문화 개선 ESG 연계 금융상품 · 사회공헌 확대 <ul style="list-style-type: none"> - ESG 보험 · 대출 · 헬스케어 상품 확대 - 친사회 · 친환경 사회공헌 확대 	거버넌스 체계 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 이사회(위원회) 기능 개선 (다양성/전문성/독립성) - 준법경영 및 주권보호 강화 - ESG 기반 성과평가 · 보수체계 구축 ESG 커뮤니케이션 강화 <ul style="list-style-type: none"> - ESG 데이터 관리체계 구축 - 공시체계 및 외부 평가대응 강화

1) DEI(Diversity · Equity · Inclusion) 지수: 다양성 · 공정성 · 포용성 지수



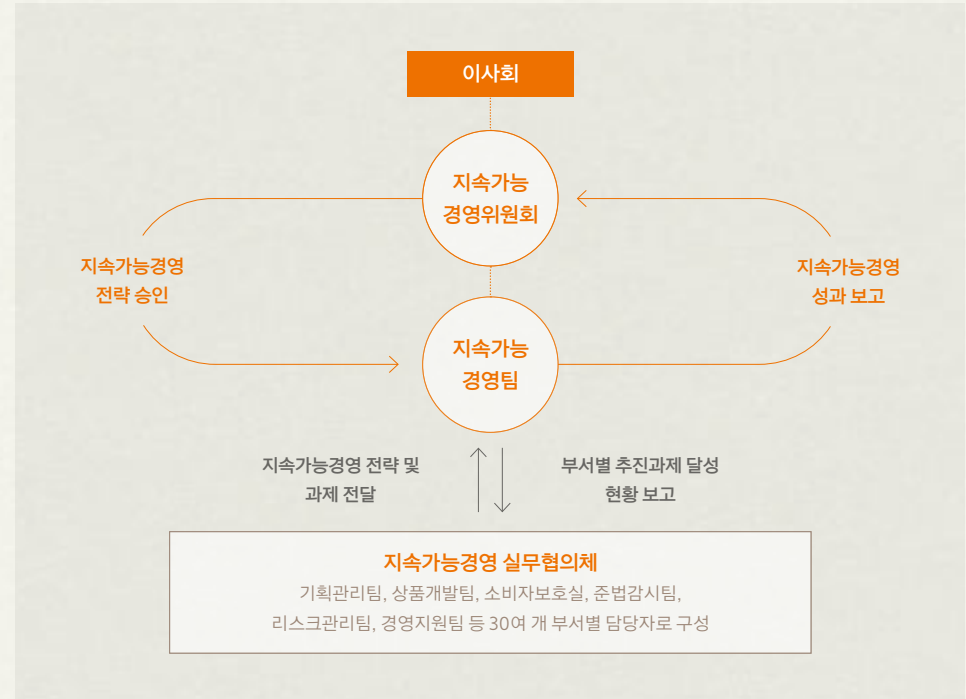
ESG 경영체계

ESG 거버넌스

한화생명은 2021년 이사회 산하의 지속가능경영위원회를 신설하며 지배구조의 선진화를 통해 전사 차원의 적극적인 ESG 경영을 강화하고 있습니다. 지속가능경영위원회는 사외이사 3명, 사내이사 1명의 구성으로 총 4명으로 이루어져 있습니다. 위원회 3분의 2 이상을 사외이사로 선임하고, 사외이사를 위원장으로 선임하여 위원회의 독립성 및 전문성을 확보하여 책임경영체계를 확립하였습니다.

지속가능경영위원회는 ESG 경영 최고 의사결정기구로서, 필요에 따라 수시 개최되어 당사의 ESG 경영전략, 실행계획 및 추진활동에 대한 관리·감독을 이행하고, ESG 관련 의사결정을 투명하고 신속하게 진행하고 있습니다. 환경, 안전, 사회적 책임, 고객 및 주주가치, 지배구조 등 ESG와 관련된 전 분야의 기본 정책과 전략을 수립하고, 중장기 목표 등을 심의하는 역할을 담당하며, ESG 경영 내재화를 추진하고 있습니다.

아울러, 실무 수준의 실행력 제고를 위해 ESG 경영의 컨트롤 타워로 ESG 전담 팀인 지속가능경영팀을 구성하였습니다. 지속가능경영팀은 위원회에서 의결된 전사 ESG 정책이 실무 부서 전체에 전달될 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한, 기획관리팀, 상품개발팀, 소비자보호실, 준법감시팀, 리스크관리팀, People & Culture 팀 등 30여 개 부서별 담당자로 구성된 지속가능경영 실무협의체를 운영하여 다양한 ESG 과제 수행을 담당하고 있습니다. 이처럼 한화생명은 지속적인 ESG 거버넌스 강화를 통해 글로벌 수준의 ESG 경영 실현을 위해 다양한 활동을 전개하고 있습니다.



‘기업지배구조헌장’ 제정

2022년 2월, 한화생명은 한화금융계열사와 함께 ESG 경영 실천의지를 표명하고 기업지배구조 확립과 주주권익 보호, 공정한 기업활동에 대한 의지 등을 선언하는 ‘기업지배구조헌장’을 제정·발표하였습니다. 한화생명의 기업지배구조헌장은 주주 및 다양한 이해관계자의 권익 보호를 위한 조항과 이사회, 감사위원회의 규정 및 책임 등을 명문화하여 더욱 건전한 지배구조를 확립해 나가고 있습니다.

구분	항목	주요 내용
1장	주주	주주의 권리 및 책임 등을 규정
2장	이사회	이사회 운영, 이사의 책임 등 이사의 독립성과 직무충실성 명시
3장	감사기구	감사위원회 구성 및 외부감사인 운영 등의 내용을 정하고 감사기구의 독립성 명확화
4장	이해관계자	주주·고객·임직원 등 다양한 이해관계자의 권리를 존중하고 보호할 수 있는 조항 명시
5장	시장에 의한 경영감시	법규에 따른 공시, 공정하고 투명한 경영권 변동 행위 규정

ESG Highlights



한화생명은 전사적 ESG 경영 추진 기반을 마련하고, 적극적인 ESG 활동을 전개하고 있습니다.

Environment

페이퍼리스(Paperless)

환경 구축

한화생명은 업무시스템 디지털 전환 추진, 페이퍼리스 문화 조성 등 전사 내 종이사용량 절감을 위해 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 2015년 생명보험사 최초로 전자 청약시스템인 ‘스마트플래너’를 오픈하여 업무시스템의 디지털 전환에 앞장섰습니다. 디지털 영업시스템 H.OP(Hanwha One-stop Platform)를 도입했을 뿐 아니라 소비자가 실제 가입한 보험상품의 약관만 선별하여 구성된 ‘맞춤형 약관’ 제작 시스템을 구축해 페이퍼리스 영업 환경 조성에도 힘쓰고 있습니다. 2023년 태블릿 PC 기반의 전자 대출약정시스템인 한화론 플래너(Loan Planner) 서비스를 오픈해 태블릿 PC 기반의 페이퍼리스 대출시스템으로 대출 전과정을 디지털 기반으로 처리하도록 지원하고 있습니다. 본 시스템을 통해 서류 작성 및 처리시간을 단축할 뿐 아니라 종이 문서 폐지를 통한 비용 절감 및 환경 영향 저감 효과를 창출하고 있습니다. 아울러 각종 회의 시 종이문서 출력을 자제하는 페이퍼리스 회의 문화를 확산해 나가고 있습니다.



< 한화론 플래너 >

Social

‘기업의 사회적 가치 구현 및 ESG 경영 실천을 위한 장애인 고용증진 업무협약’ 체결

한화생명은 지속적인 장애인 채용 확대를 통해 2023년 보험업계 최초로 법정 장애인 의무 고용률을 100% 달성함으로써 상대적으로 장애인 고용이 미진했던 금융업 분야에서 선도적인 역할을 실천하고 있습니다. 당사는 업계 최초로 장애인 의무 고용률인 3.1%를 상회하는 수치를 기록하며 기업의 사회적 가치 구현에 앞장서고 있습니다. 서울·대전·부산에 위치한 콜센터 내 조성된 ‘새날신택터’에 시각장애인 안마사를 고용하여 콜센터 직원의 복지 서비스를 제공하고 있으며, 사내 도서관에 시각장애인과 지체장애인 사서 보조를 고용하고 있습니다. 또한 사내 카페에는 바리스타로 중증 장애인을 고용하는 등 다양한 분야에서 장애인 일자리 창출을 강화하여, 임직원 다양성 제고에 기여할 뿐 아니라 장애인 고용 증진 및 인식개선 확산을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 한국장애인고용공단과 ‘기업의 사회적 가치 구현 및 ESG 경영 실천을 위한 장애인 고용증진 업무협약’을 체결하여 장애인을 위한 직무 발굴 및 고용모델 개발, 직무훈련프로그램 개발 및 운영, 직장 적응을 위한 지원 등 다양한 활동을 추진할 예정입니다.



< LIFEPLUS CAFE >

Governance

정보보호 및 개인정보보호관리체계 인증(ISMS-P) 심사를 통한 고객 보안 강화

한화생명은 정보 보안 및 개인정보 보호를 위해 다양한 활동을 진행하며 보안 리스크에 선제적으로 대응하고, 고객에게 안전하고 편리한 금융 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 정보보안경영시스템 국제표준인 ISO27001 인증을 획득하고, 이를 지속적으로 유지 및 관리하며 글로벌 수준의 정보보안 체계를 구축·운영하고 있습니다. 또한 자율보안체계에서의 대내외 고객 보안 신뢰성을 확보하고, 관리체계를 효과적으로 수립 및 운영하기 위해 2023년 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증(ISMS-P) 획득을 목표로 최초 심사를 진행할 예정입니다. 한화생명은 ISMS인증 의무대상자(정보통신망법 제27조 2항) 기준에 해당하지 않으나 자발적으로 인증 심사를 신청하여 예방적 관점에서 주요 정보자산을 보호하고, 고객의 개인정보보호관리체계를 더욱 고도화하고자 합니다.



< 개인정보보호관리체계 인증(ISMS-P) >

BUSINESS PERFORMANCE

혁신금융 / 지속가능 금융



혁신금융

BUSINESS PERFORMANCE

- 상품개발
- 채널경쟁력강화
- 디지털 혁신
- 해외사업 확대
- 자산운용



상품개발

상품개발 전략

한화생명은 경쟁력 있는 최적의 보험 상품을 개발 하고자 고객 니즈 파악을 최우선 과제로 삼아 이에 따른 상품 개발 전략을 수립하고, 상품 관련 리서치를 수행하는 등 다양한 활동을 이행하고 있습니다. 또한, 고객과의 적극적인 커뮤니케이션 및 라이프 스타일 분석을 기반으로 고객중심형 상품 및 서비스를 개발하고 있습니다.

소비자 보호 관점의 상품 개발

한화생명은 상품 개발, 판매 준비, 상품 출시 및 모니터링 단계까지의 상품개발 전 과정에서 소비자 보호 관점에서 최상의 상품이 기획, 출시될 수 있도록 지원하고 있습니다. 상품의 위험성을 검토하기 위해 상품개발 단계에서 보험심사팀, 언더라이팅팀, SIU팀, 보험서비스팀, 소비자보호실과 협업하여 '상품 소비자 영향 평가'를 진행하여 소비자 권익을 보호하고 있습니다. 또한, 소비자 보호 실장이 상품개발협의회에 참여하여 소비자 권익 침해 가능성을 철저히 평가, 검토하여 상품안을 확정하고 있습니다. 이후에도, 대내외 검증 및 상품 인가 과정을 통해 상품 판매 준비에 착수하여 최종 검증 이후 최적의 상품을 출시하고 있습니다. 한화생명은 앞으로도 상품개발 전 단계에서 고객을 최우선으로 생각하며, 금융소비자 권익 보호를 통해 지속가능한 보험업을 전개해 나갈 계획입니다.

상품 개발 프로세스

상품개발

타깃 고객, 채널, 리스크 등 다각적 관점에서 상품안 확정



판매 준비

상품 인가 절차 및 약관 법률 검토 실시



상품 출시 및 모니터링

판매 후 모니터링, 개선사항 도출

1. 상품안 작성	<ul style="list-style-type: none"> 시장성 분석 및 아이디어 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 상품내용 결정, 상품 구체화
2. 유관부서 협의	<ul style="list-style-type: none"> 상품개발실무회의의 진행(필요 시) 상품성에 대한 각 부서 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> 부서별 담당 업무 및 역할 결정
3. 상품개발 가능성 검토	<ul style="list-style-type: none"> 상품 소비자 영향 평가-고객 권익 침해 여부, 소비자 보호 관점에서 사전 검토 	<ul style="list-style-type: none"> 상품 관련 제반 리스크 검토
4. 상품안 확정	<ul style="list-style-type: none"> 상품개발협의회 개최(팀장·본부장회의) 	<ul style="list-style-type: none"> 판매 의사결정
5. 기초서류 작성 및 상품 인가	<ul style="list-style-type: none"> 기초서류 작성 	<ul style="list-style-type: none"> 대내외 검증 및 상품 인가
6. 상품 판매 준비	<ul style="list-style-type: none"> 계약자용 약관, 상품요약서, 공시자료 작성 상품설명서 작성 및 최종 검증 	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅 플랜 수립, 교육자료 작성
7. 상품 출시	<ul style="list-style-type: none"> 부서 준비 완료 및 판매 가능 통지 	<ul style="list-style-type: none"> 계약자용 약관 및 판매자료 배포
8. 판매 후 모니터링	<ul style="list-style-type: none"> 판매 포트폴리오를 반영한 수익성 및 판매량 모니터링 시행 	<ul style="list-style-type: none"> 영업현장 및 시장반응 수렴 개선사항 도출

상품개발

상품개발 성과

한화생명에는 보험 상품에 대한 다양한 고객 니즈를 분석하여 최적의 상품을 기획하고, 상품개발 프로세스를 고도화하여 적시에 상품을 출시함으로써 꾸준히 고객 만족도를 향상시키고 있습니다. 신규 상품 개발 뿐만 아니라 기존에 출시된 상품 또한 지속적으로 개선하여 기존 고객의 만족도를 유지 및 제고하고 있습니다. 또한, 보험 상품의 접근성 강화를 위해 유병자의 가입 조건을 완화하고, 다양한 고객 접점 마련을 위한 상품을 개발하여 2022년에는 종신보험 7종, 치매, 암, 건강 및 상해 등 일반보장성 상품 6종과 저축보험 1종, 채널전용 상품 2종을 출시하였습니다.

주요 상품

(2022년 개발상품 기준)

기존상품 개선으로 고객의 만족도를 높인 상품

한화생명 암보장 더한 치매보험 무배당	• Life cycle에 따라 치매진단금이 체증되는 암과 치매를 보장하는 보험
한화생명 The특별한 변액유니버설종신보험 무배당	• 계약일 이후 5년 경과시점 해당일부터 체증 종료나이까지 보험가입금액이 매년 5%씩 증가하는 체증형 변액유니버설종신보험
한화생명 암변액유니버설종신보험 무배당	• 투자실적에 따라 암 관련 급부(암, 소액암, 소액질병 中 1개 선택)가 증액되는 변액유니버설종신보험
한화생명 시그니처 암보험 무배당(갱신형/비갱신형)	• 암보장개시일 이후 보장이 개시되는 일부 특약의 보험료를 주계약 제4회차 보험료 납입기일부터 납입하는 신규구조를 도입한 암보험
한화생명 꼭맞춤 보장보험 무배당(갱신형/비갱신형)	• 재해사망보장에 3대 질병 및 치매, 간병 등을 보장하는 특약을 구성하여 고객별 맞춤설계 가능한 건강보험
한화생명 행복플러스 저축보험 무배당	• 5년 시점 보너스를 지급하는 일시납 금리확정형 저축보험
한화생명 H1종신보험 무배당[보증비용부과형]	• 체증 경과 연수 동안 기준사망보험금이 체증되는 체증형 저해지 종신보험
한화생명 H2종신보험 무배당[보증비용부과형]	• 계약일부터 10년 경과 시점 계약해당일 이후 사망 시 보험가입금액의 120%를 사망보험금으로 지급하는 체증형 종신보험

유병자를 위한 상품

한화생명 간편가입 꼭맞춤 보장보험(갱신형) 무배당	• 재해사망보장에 3대 질병 및 치매, 간병 등을 보장하는 특약을 구성하여 고객별 맞춤설계 가능한 갱신형 간편 가입 건강보험
한화생명 간편가입 시그니처 암보험(갱신형) 무배당	• 암보장개시일 이후 보장이 개시되는 일부 특약의 보험료를 주계약 제4회차 보험료 납입기일부터 납입하는 신규 구조를 도입한 갱신형 간편 가입 암보험
한화생명 간편가입 The특별한 변액유니버설종신보험 무배당	• 체증 경과 연수 동안 기준사망보험금이 체증되는 체증형과 기준사망보험금이 고정되어 있는 기본형 중 선택 가입이 가능한 간편가입 변액유니버설종신보험
한화생명 간편가입 H1종신보험 무배당[보증비용부과형]	• 체증 경과 연수 동안 기준사망보험금이 체증되는 체증형 간편가입 저해지 종신보험
한화생명 간편가입 H2종신보험 무배당[보증비용부과형]	• 계약일부터 10년 경과 시점 계약해당일 이후 사망 시 보험가입금액의 120%를 사망보험금으로 지급하는 체증형 간편가입 종신보험

다양한 고객접점 마련을 위한 상품

한화생명 내맘 썩 저축보험 무배당	• 3, 5년 시점 보너스를 지급하는 일시납 금리확정형 방카슈랑스 저축보험
한화생명 e암보험(비갱신형) 무배당	• 비흡연체 활인 및 무해지환급형 설계를 통해 저렴한 보험료로 폭넓은 암진단자금을 보장하는 온라인 암보험

상품개발

보험상품 영업 채널

한화생명금융서비스

한화생명은 코로나19 이후 금융의 디지털화, 저금리, 저성장, 고령화와 같은 급격한 금융환경 변화 속에서 보다 전문화된 보험 서비스를 제공하고자 2021년 판매자회사인 보험판매 전문회사 ‘한화생명금융서비스’를 설립하였습니다. 이는 국내 최대규모의 초대형 독립법인대리점(GA, General Agency)으로서 우수한 자본력 및 인프라, 전문인력, 교육시스템을 바탕으로 다양한 상품을 판매하는 영업채널을 지속적으로 강화하고 있습니다. 주요 생명·손해보험사와의 제휴와 중소형 GA 합병 및 FP 조직 확대 등을 통해 전국적으로 신규 영업채널을 추가 구축하여 조직 규모의 본격적인 확대를 추진하고 있습니다. 그 결과, 2023년 GA 3개사를 보유함으로써 2만 5천여명의 설계사 조직 규모를 달성하여 강력한 판매채널을 구축하였습니다. 이에 더해, 생명보험 및 손해보험을 포함한 폭넓은 상품 컨설팅을 지원하고, 보험상품 뿐만 아니라 종합금융상품을 통한 토털 라이프 솔루션을 제공하여 고객 만족도 향상에 앞장서고 있습니다.

한화라이프랩

한화라이프랩은 2020년 한화라이프에셋과 한화금융에셋 합병을 통해 경영 효율성을 증대하며 새롭게 출범한 한화생명의 자회사입니다. 2021년에는 HFP(Hanwha Financial Planner) 채널을 흡수하여 개인영업과 단체영업 모두에 장점을 보유함으로써 새로운 금융라이프를 설계 및 연구하는 전문가들의 GA로 성장하고 있으며, 2024년 Top 10 GA로의 도약을 준비하고 있습니다.

GA(General Agency)

한화생명은 당사 고유의 디지털 역량을 기반으로 다양한 교육 플랫폼 및 상품군을 통해 GA 채널의 영업 경쟁력을 더욱 강화하여 시장 점유율 및 수익성을 확대하고, 디지털 플랫폼 기반의 GA업계 확장 전략을 추진할 계획입니다. 또한, 보장성 상품 라인업 강화 및 교육·마케팅 지원을 통해 GA 시장에 적극적으로 대응하고 있습니다.

BA(Bancassurance)

BA채널은 최근의 금리 인상 기조에 따라 납입금액이 큰 일시납 판매를 독려하고, 손익재원 확보를 위해 연금 장기납 중심의 판매 전략을 수립하여 매출 규모를 확대하고 있습니다.

법인

법인채널은 2023년 신규 수입보험료 확대에 기반하여 운용관리 적립금 증대를 추진 과제로 삼아 안정적인 장기 매출 증대를 통해 회사 손익에 기여하는 영업 채널로 성장하고 있습니다.

한화생명 다이렉트 보험

코로나19로 인한 보험산업의 비대면 서비스 증가 추세에 따라 한화생명 다이렉트 보험 채널을 통해 고객이 직접 온라인 홈페이지에 접속하여 보험 상품에 가입할 수 있도록 지원하고 있으며, 이와 같은 디지털 친화적인 사용자 경험 제공을 통해 기업 경쟁력 또한 제고하고 있습니다.

채널 경쟁력 강화

주요 영업 채널별 성과 및 운영 계획

구분	채널 설명	2022 주요 성과	2023 운영 계획
한화생명 금융서비스	<ul style="list-style-type: none"> 2021년 한화생명 FP조직 등을 물적분할 방식으로 출범 고객에게 보다 전문화된 보험 서비스를 제공하는 국내 최대 규모의 보험판매 전문회사 	<ul style="list-style-type: none"> 생명보험 및 손해보험 통합 마케팅 추진을 통한 고객기반 확대 조직 확대전략 및 FP 컨설팅 역량 강화를 통한 인적 경쟁력 강화 GA 제휴와 손해보험 영업 본격화 및 출점 강화를 통한 시장 확대 추진 GA솔루션과 미래형세일즈플랫폼 도입 추진을 통한 디지털 영업기반 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 채용 성과 극대화를 통한 조직 건실화 제휴 조직 확대를 통한 규모의 경제 실현 디지털 채널과 법인 시장 공략을 통한 채널 유형 다변화 Orange(Touch) 편의성 제고로 디지털 Tool 고도화 제휴사와의 전략적 파트너십 구축 및 아이디어션 세일즈 플랫폼 대내외 사용자 확대
한화라이프랩	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 한화라이프에셋과 한화금융에셋, 2021년 HFP 채널을 통합 현재 15개의 생보사와 10개의 손보사와의 제휴를 통해 다양한 상품 포트폴리오로 고객에게 최적의 재무설계를 제공하는 보험판매 전문회사 	<ul style="list-style-type: none"> 직영채널 건실화 및 제휴채널 외연확장을 통한 지속적 성장기반 마련 효율적인 기관 관리 및 안정적 손익기반 시스템 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 제휴지사 확대 및 전략적 M&A 등 비즈니스 모델 다각화 손해보험 매출 신장 및 DB/법인시장 마케팅 활성화 손익관리시스템 고도화 및 리스크관리시스템 정교화
GA	<ul style="list-style-type: none"> 한 금융회사에 종속되지 않고 여러 금융회사와 제휴하여 금융상품을 판매하는 GA를 통해 당사 보험상품 판매를 관리하는 채널 	<ul style="list-style-type: none"> 가동 Agent 증대로 시장 점유율 1위 달성 생산성 증대 및 시장 확대전략 지속 실행 	<ul style="list-style-type: none"> 시장 점유율 1위 지속 달성을 위한 영업전략 수립 생산성 증대 및 시장 확대전략 지속 실행 영업인력 경쟁력 강화
BA	<ul style="list-style-type: none"> 은행 및 금융기관 제휴를 통해 당사 보험상품 판매를 관리하는 채널 	<ul style="list-style-type: none"> 연금 상품을 주력으로 다양한 노후 컨설팅 제공 연금 시장 확대 및 연금 장기납 시장 1위 수성 판매기반 확대를 통해 일시납 계획 300% 초과 달성 	<ul style="list-style-type: none"> 초고령사회에 대비한 연금 시장 지속 확대 판매 저변 공고화를 위한 가동 기관 확대 추진 고객 니즈에 부합한 상품 출시로 업계 1위 달성
법인	<ul style="list-style-type: none"> 퇴직연금 판매 목적의 법인영업과 단체연금 및 단체보장보험 판매 목적의 EB(Employee Benefit)영업 관리 판매 채널 	<ul style="list-style-type: none"> 중대형 단체 영업력 강화를 통한 운용적립금 5.5조 원 달성 디지털 인프라 개선을 통한 서비스 경쟁력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 업권 내 운용적립금 성장률 1위 사업자 도약을 위한 원년 장기 안정적인 매출 증대를 통한 손익 증대
한화생명 다이렉트 보험	<ul style="list-style-type: none"> 고객이 직접 온라인을 통해 보험상품을 검색하고, 설계하여 가입할 수 있도록 하는 온라인 기반 채널 	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 e암보험(비갱신형) 출시와 함께 보장월초 사업계획 초과 달성 및 다이렉트 보험 누적 가입 고객 3.6만 명 달성 	<ul style="list-style-type: none"> 보장성 상품(암보험, 정기보험 등)을 중심으로 퍼포먼스 마케팅 효율성 강화를 통해 다이렉트 보험 판매 활성화에 주력

채널 경쟁력 강화

현장 영업 경쟁력 강화

영업 채널별 교육 지원

한화생명에는 고객 유형 및 상황에 따른 맞춤형 컨설팅을 제공하기 위해 다양한 전문 교육을 제공하여 영업 채널 인력의 지속적인 역량 개발을 지원하고 있습니다. 영업 채널을 통해 상품 교육 자료를 상시 제공하여 상품 정보 및 상품별 판매 이슈를 공유함으로써 판매 경쟁력을 강화하고, 상품 마케팅 자료를 제공하여 주력상품의 판매 확대를 지원하고 있습니다. 이외에도, 한화생명은 현장의 고민을 해결하고자 FP 및 고객과의 원활한 커뮤니케이션을 통해 개선 사항을 반영한 다양한 교육과정을 수립하고 이를 유동적으로 운영하고 있습니다.

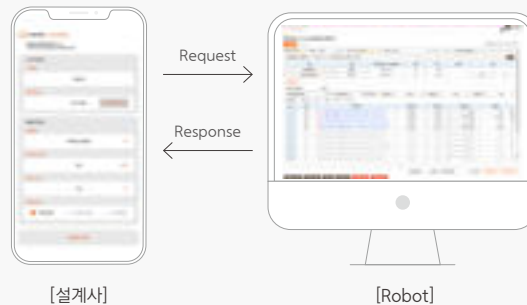
당사는 2019년 온라인 통합교육플랫폼 LIFEPLUS ACADEMY를 오픈하여 코로나19로 인한 FP 교육 환경 변화에 발 빠르게 대응하여 온라인 교육을 제공하였으며, 2020년 양방향 실시간 화상강의(Live Edu)를 도입하여 디지털 기반 방식의 스마트한 학습 경험을 제공하였습니다. 2022년에는 영업 채널별 맞춤형 교육을 제공하는 한화생명 카카오톡 채널을 오픈하였습니다. 이외에도, 유튜브 채널 ‘한화생명’을 통해 생활 건강 상식, 보험 상식, 한화생명 임직원의 생활상 등 다양한 양질의 콘텐츠를 고객의 눈높이에 맞춰 제공하고 있습니다. 이와 같은 다양한 교육 채널 개선을 통해 당사는 디지털 영업환경에 적극 대응하며 교육의 효율성을 높이고, 신개념 교육 인프라를 구축하고 있습니다. 또한, 보험 상품뿐만 아니라 토탈라이프 솔루션 제공을 목표로 월간 재무리포트, 온라인 세미나, 3분 브리핑 등 투자, 세무, 부동산과 같은 분야별 최신 동향 및 전문지식을 영업 채널에 지속적으로 제공하여 고객 만족을 이끌어내고 있습니다.

현장 영업 강화를 위한 시스템 개선

한화생명은 빠르게 변화하는 영업환경에 발맞추어 2012년부터 영업용 태블릿 PC를 제공하여 영업 지원을 강화하였으며, 2015년 생명보험사 최초로 전자 청약시스템인 ‘스마트플래너’를 오픈하여 스마트한 영업환경 구축을 지원하였습니다. 또한, 스마트폰을 활용한 모바일 청약 상품 등을 통해 FP의 현장 컨설팅 역량을 강화하고 효율적인 영업 환경을 구축하였으며, 2018년에는 스마트플래너를 H.OP(Hanwha One-stop Platform)에 통합하여 현장 영업 강화를 위한 시스템을 고도화하였습니다. 2020년에는 ‘LIFEPLUS 컨설팅’을 개시하였으며, 2022년에는 기존의 보장 분석 서비스를 통합함으로써 대고객 재무설계 서비스를 한층 개선하였습니다. 앞으로도 한화생명은 지속적인 시스템 개선을 진행하여 업무 효율성을 제고하고, 현장 의견을 수렴 및 반영하여 사용자 편의성을 강화할 계획입니다. 2023년 FP 위촉 시스템의 모바일화 및 자동화 서비스를 개시할 예정으로, 더욱 쉽고 편리한 위촉 시스템을 제공하여 한화생명 상품을 판매하는 FP의 업무 편의성을 증진할 계획입니다.

CASE STUDY :: ‘청약자동화솔루션 설계봇’ 오픈

‘청약 자동화 솔루션 설계봇’은 업계 최초로 보험 신계약 과정을 로봇 기술로 자동화한 시스템으로, 법인대리점(GA) 시장에서의 영업 경쟁력을 강화하기 위해 개발되었습니다. 한화생명은 2022년 10월 보험설계 및 청약 업무 프로세스 자동화 기술인 ‘청약 자동화 솔루션 설계봇’ BM 특허를 취득하였습니다. ‘청약 자동화 솔루션 설계봇’은 보험설계사를 보조하여, 가입설계부터 청약에 이르는 신계약 전 과정의 편의성을 제고했습니다. 또한, 다양한 회사의 상품을 취급하는 GA 시장 특성상 보험사별 상품 설계 및 청약 프로세스가 상이하여 설계사가 겪게 되는 불편함을 상당 부분 해소하여 신계약 체결 소요 시간이 약 90%가량 감소하였고, 상품 선택, 정보 입력, 플랜 선택 등의 복잡한 과정을 하나의 스마트폰 화면에서 처리할 수 있도록 간소화하였습니다. 당사는 앞으로도 ‘청약 자동화 솔루션 설계봇’을 통해 GA 소속 설계사의 업무 효율성 및 편의성을 증대할 예정이며, 현장 설계사의 편리한 영업환경 구축을 위해 지속적인 노력을 전개해 나갈 것입니다.



디지털 혁신

디지털 채널

한화생명에는 2013년 대형 생명보험사 최초로 다 이렉트 보험 전용 채널을 론칭하여 보험상품의 판매뿐만 아니라 고객의 다양한 라이프스타일에 맞춘 디지털 기반의 보험서비스를 제공하고 있습니다. 모바일 홈페이지를 구축하여 고객 접점을 확대하였으며, 청약 프로세스 개선 및 전자서명 간소화 등의 지속적인 홈페이지 개편 작업을 통해 고객 편의성을 제고하여 고객 경험 증진을 위해 노력하고 있습니다. 2020년, 군장병들을 위한 군인특화 보험인 'LIFEPLUS 우리가 지켜줄게 안심보험'을 출시하여 MZ세대 및 젊은 고객층을 확보하였으며, 2021년에는 투자 성향이 높은 젊은 층을 타겟으로 당사 최초의 온라인 전용 변액보험 '상상e상 변액연금보험'을 출시하여 업계 최초로 변액보험의 사업비를 고객의 투자수익과 연동함으로써 수익이 없을 경우 해당 월의 사업비를 차감하지 않고, 고객이 직접 자산 배분을 조정하지 않아도 되는 고객 중심형 상품을 선보였습니다. 또한, 업계 최초 구독형 보험 상품인 'LIFEPLUS 구독보험'을 출시하여 '구독'을 통해 일상 속 혜택을 제공함으로써 보험 산업의 새로운 방향성을 제시하였습니다. 2022년에는 상품 경쟁력이 강화된 새로운 'e암보험(비갱신형)'을 출시하며, 보장성 보험 상품 판매를 통한 신규 고객을 확보하고 있습니다.

고객 편의 제고를 위한 디지털 서비스

청약 프로세스 및 상품 페이지 개선

한화생명 다이렉트 보험은 고객 편의성을 제고하고자 청약 프로세스를 개선하였습니다. 고객 서비스 고도화를 위한 사용자 조사를 기반으로 청약 프로세스의 UI/UX를 개편하여 디지털 환경에 익숙해진 고객들의 눈높이에 맞춰 보다 편리한 디지털 서비스를 제공하고 있습니다.

이와 더불어 콘텐츠관리시스템(CMS, Content Management System)을 도입하여 보험 상품 페이지의 개선을 진행하고 있습니다. PC와 모바일 환경에서 동일한 사용자 경험을 제공하여 상품 가입 편의성을 높이며, 보다 긍정적인 브랜드 경험을 위해 지속적으로 변화하고 있습니다.

청약 프로세스의 Digital Transformation 추진

한화생명에는 고객이 시간적, 공간적 제약에서 벗어나 편리하게 보험에 가입할 수 있도록 스마트폰을 활용한 프로세스를 개발 및 운영하고 있습니다. FP와 대면 가입 상담 후 스마트폰 전자서명을 통하여 청약을 직접 완료할 수 있으며, 청약에 필요한 서류를 스마트폰 사진 촬영 기능을 통해 간편히 제출할 수 있습니다. 또한 청약서 부분과약관, 보험증권 등 계약 관련 서류 등을 스마트폰으로 다운받을 수 있도록 지원함으로써 고객의 편의를 더욱 제고하였습니다. 아울러 디지털 전환 트렌드에 발맞추어 고객 고지 내용에 대한 자연어 처리 알고리즘을 개발하여 심사 업무에 적용함으로써 고객이 청약 결과를 더욱 빠르게 받아볼 수 있도록 지원하고 있습니다.

빅데이터를 활용한 보험 가입 한도 확대

한화생명에는 2019년 빅데이터를 활용한 '언더라이팅 통합 스코어링 시스템(HUSS)'을 개발하여 개인별 보험 가입 한도 확대 제도를 운영하고 있습니다. 본 시스템은 고객정보 기반의 빅데이터 분석을 통해 사망, 암진단, 입원, 수술, 성인병진단 등 세분화된 총 7개 보장담보와 관련하여 사고나 질병 발생 위험도를 예측하는 시스템으로, 가입 고객별 위험성을 자동 점수화하여 상대적으로 위험이 낮은 우량 고객들의 보장별 가입 한도를 확대하였습니다. 이에 따른 신계약 건수의 증가로 인해 보험료 매출 증대 및 손익측면의 긍정적인 효과 또한 창출되었습니다. 당사는 앞으로도 매년 모니터링 및 정교화 작업을 통해 모델의 정확성을 제고하고, 해당 모델을 가입 한도뿐만 아니라 언더라이팅 영역에 확대 적용할 예정입니다.

디지털 혁신

고객 편의 제고를 위한 디지털 서비스

한화생명 APP

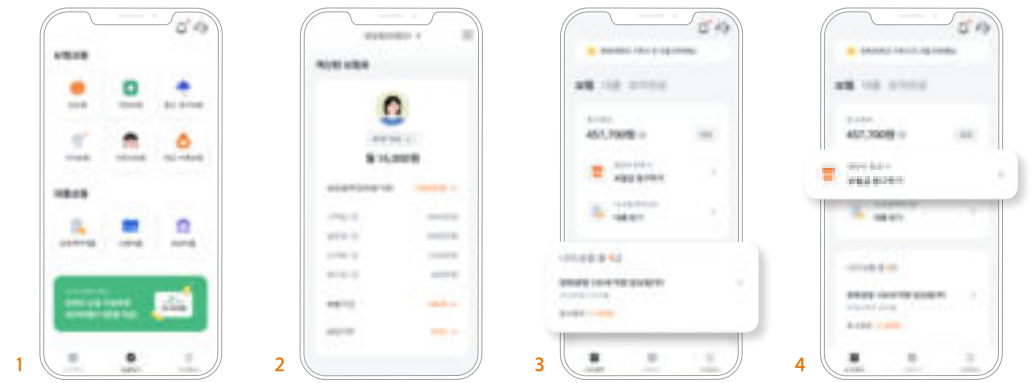
한화생명은 사용자 서베이를 통해 어렵고 복잡하다고 느낄 수 있는 보험 앱을 보다 고객 친화적으로 개선하여 사용자 편의성을 제고하였습니다. 다양한 연령대로 구성된 체험단으로부터 심도 있는 인터뷰를 통해 개선점을 도출하였고, 이를 바탕으로 보다 사용자 관점에 맞춘 디자인 개편을 진행하였습니다. 한화생명 보험 가입 고객 중 178만 명의 고객이 한화생명 앱을 통해 비대면 서비스를 경험하고 있습니다.



한화생명 APP의 주요 기능

편의성 및 보안 강화	• 고객 편의성 및 시스템 보안 강화를 위해 간편인증, 공인인증서, 패턴, 지문, 아이핀 등 다양한 인증방법 제공
보험가입 정보 확인 및 관리	• 보험가입 정보, 사고보험금 처리단계 등 가입 보험 관련 다양한 정보 확인 • 업무 처리 단계 간소화로 고객 편의성 증대 • 빅데이터 기반 가입자와 비슷한 고객의 주요 보장별 현황 비교 지원
상품 탐색 및 가입	• 전 상품 탐색 및 보험가입 지원
구독보험 서비스 지원	• 구독보험 계약자를 대상으로 다양한 라이프스타일에 기반한 구독형 서비스 제공
비대면 서비스 강화	• 증권 재발행, 수익자 변경, 비회원 인증 확대 등 다양한 보험업무 기능 추가 탑재

- 1 상품찾기 원하는 보험 상품을 더 쉽게 찾고
- 2 보험료 계산기 궁금했던 예상 보험료는 간편하게 계산
- 3 나의 계약 원하는 보험 상품을 한곳에 모아보고
- 4 보험청구 보험금 신청은 더 간편하게



디지털 혁신

고객 편의제고를 위한 디지털 서비스

Value Chain 전반의 디지털 혁신 시스템

'보험코어' 구축

한화생명명은 2019년부터 차세대 전산 시스템 '보험코어(Core)' 구축 프로젝트에 착수하여 2022년 9월 '보험코어 시스템' 을 오픈하였습니다. 이전 시스템 대비 유연성 및 민첩성을 강화한 새로운 시스템 도입을 통해, 급변하는 디지털 환경 변화에 따른 보험코어 운용(상품, 계약, 언더라이팅, 클레임, 변액 등)부터 마케팅, 고객지원에 이르는 상품운용 전반을 보다 원활하게 지원하고 있습니다. 아울러 대형 보험사로서 최초로 네이버 클라우드와 협력하여 전면적 클라우드 시스템을 도입하였으며, 보험사 첫 컨테이너 기반 마이크로서비스 아키텍처를 적용하여 일관된 개발 생산성을 확보하고, 손쉬운 업무 승계를 지원하여 애자일한 파워구조로 개편하는 등 정교한 시스템을 제공하고 있습니다.

한화생명 보험코어 시스템

유연하고 민첩한 보험코어 시스템

① 4차 산업혁명을 리드하는 민첩하고 유연한 IT 기반 마련

보험코어 경쟁력 강화를 위한 고객중심/상품중심의 시스템 Restructuring

- 기준정보 통합 및 체계적 관리
- 표준화/부품화된 상품모델링 정보재활용
- 조립방식의 자유로운 상품정보 구조
- 고객 생애주기(Life Cycle) 기반의 계약처리
- 고객/사용자 중심 UI/UX
- 고객정보 통합 및 Single View 제공

② 혁신적 상품 출시 지원 & 고객중심 철학을 반영한 차별화된 보험코어 시스템

업무 효율성 강화 및 전사 정보 선진화 체계 마련, 하이브리드 클라우드를 통한 안정적 운영

- 중복/유사 업무 통폐합 및 표준화
- 비대면 처리 업무 확대
- 빠른 상품 출시를 위한 가입설계 화면 통합
- 다채널 업무 지원 강화
- 전사 데이터 통합 및 정보분석 시각화
- 클라우드 환경의 개발/운영

해외사업 확대

해외사업 전략

2016년 베트남법인 흑자 전환에 성공하며 국내 보험사 중 최초로 해외 시장에서 손익분기점(BEP)을 달성한 한화생명에는 성공적인 사업 경험을 발판삼아 베트남, 중국, 인도네시아, 미국 4개국을 대상으로 지속적인 영업망 확장을 추진하여 해외영업법인의 입지를 강화하고 있습니다. 최근에는 글로벌 디지털 환경변화에 대응하여 디지털 신사업 추진을 진행중이며, 영업 경쟁력 강화를 최우선으로 고려하여 아시아 전역에 미래 성장동력을 확보할 계획입니다.



글로벌 네트워크

- 현지법인
 - 베트남 호치민
 - 중국 항저우
 - 인도네시아 자카르타
 - 미국 샌프란시스코
- 주재사무소
 - 중국 베이징
 - 일본 도쿄
 - 일본 후쿠오카
 - 미국 샌프란시스코

현지법인

한화생명은 베트남, 중국, 인도네시아, 미국 4개 국가에 영업법인을 설립하여 운영하고 있습니다. 베트남 현지법인 운영을 통해 쌓은 노하우를 기반으로, 각 국가별로 현지 시장에 최적화된 보험 상품을 기획하여 판매하고 있습니다.

베트남
2008년 6월, 100% 지분 투자를 통해 베트남법인을 설립하며 동남아 시장에 진출했습니다. 최근 글로벌 디지털 환경변화에 선제적으로 대응하고 영업망 확대를 구축하고자 베트남법인의 100% 자회사인 한화금융기술(HFT)을 설립하여 디지털 플랫폼을 제공하고 있습니다.

중국
2012년 지분투자를 통해 중국 저장성 국영기업과 함께 합자 생명보험사를 설립하여 운영하고 있습니다.

인도네시아
2012년 인도네시아에 진출하여 현지 보험사 지분을 80% 인수한 후, 2021년 말 기준 99.6%까지 지분을 보유한 영업법인을 운영하고 있습니다.

미국
2022년 100% 지분 투자를 통해 미국 부동산 투자 법인을 설립하여 미국 상업용 부동산 시장에 진출하였으며, 샌프란시스코 다운타운에 위치한 오피스 빌딩을 매입하여 운영하고 있습니다.

주재사무소

한화생명은 2003년 8월 중국 베이징 주재사무소, 2005년 2월 일본 도쿄 주재사무소, 2019년 2월 미국 샌프란시스코 주재사무소, 2019년 6월 후쿠오카 주재사무소를 개소하였으며, 장기적인 관점으로 해외시장에 접근하여 주요 거점 지역 내 주재사무소를 운영하고 있습니다. 해외 주재사무소에서는 해외사업 효율화를 목표로 현지 보험 상품·규제 및 자산운용 트렌드를 조사하고 본사에서 추진 중인 인수여테크, 헬스케어 등 보험 신사업과 관련된 현지 시장 조사 등을 담당하고 있습니다.

해외사업 확대

국가별 전략

베트남

한화생명명은 2008년 국내 생명보험사 최초로 베트남에 진출하여 2009년 영업을 개시했습니다. 베트남법인은 현지 설계사를 양성하고 시장에 적합한 상품을 개발하는 등 현지화 전략을 통해 베트남 시장에 성공적으로 안착하였습니다. 그 결과 2016년 국내 보험사 중 최초로 해외시장에서 손익분기점을 달성하였으며, 2019년부터 2022년까지 4개년 연속 흑자를 달성하는 성과를 창출했습니다.

최근 베트남법인은 MZ세대 유입 및 변화하는 고객 니즈에 대응하기 위해 다양한 상품을 개발하고 있습니다. 2022년에는 주력상품인 유니버설보험 및 변액보험 외에도 디지털채널 전용 구독보험 및 저축보험 등을 출시하였으며, 향후 보장성 상품, 연금 상품 등도 출시하여 상품 포트폴리오를 다각화하고 수익성을 강화할 계획입니다.

베트남법인은 베트남 내 핀테크 및 빅데이터 사업 영위를 위해 2020년 100% 자회사인 HFT(Hanwha Financial Technology)를 설립하였습니다. HFT는 모회사인 베트남법인과 고객 및 설계사용 애플리케이션을 함께 개발하였으며, 현지 금융사의 데이터 프로세싱 및 분석 서비스 등을 수행한 바 있습니다. 향후 빅데이터 분석, 신 금융상품/서비스 개발 등 금융 기술을 활용한 디지털 사업 영역을 지속적으로 확장해 나갈 계획입니다.

중국

한화생명명은 2012년 지분투자를 통해 중국보험시장에 진출했습니다. 2013년 1월 본사 소재지인 저장성에서 영업을 개시한 이후, 2017년 1월 장쑤성, 2020년 12월 안휘성에 진출하여 장강삼각주 지역으로 영업 저변을 꾸준히 확장하고 있습니다. 주력 채널인 개인설계사, 방카슈랑스는 물론, O2O(Online to Offline) 플랫폼 기반의 GA사와의 제휴 확대 등 멀티 채널 전략을 통해 보험 본업 성장을 지속적으로 도모하고 있습니다.

인도네시아

한화생명명은 2012년 국내 생명보험사 최초로 인도네시아 생명보험시장에 진출했으며, 이후 개인영업채널 확장과 방카슈랑스 제휴 확대 등 본업 경쟁력 강화뿐만 아니라 미래성장동력 확보를 위한 다양한 디지털 신사업을 추진하고 있습니다. 인도네시아법인은 자카르타 등 대도시 중심의 고능력 개인 설계사 조직을 기반으로 손익 중심의 안정적인 운영을 지속한 결과 2019년 이후 3년 연속 흑자 달성의 성과를 기록하고 있습니다.

미국

한화생명명은 글로벌 자산운용 경쟁력 강화 및 부동산 투자 확대를 통한 포트폴리오 분산 등을 목표로 2022년 미국의 상업용 부동산 시장에 진출하여 샌프란시스코 다운타운의 핵심 지역인 유니온스퀘어 권역 내의 신축 오피스 빌딩을 매입했습니다. 해당 건물은 전반적으로 노후화된 주변 건물 대비 세련된 외관 디자인과 최신 설비 및 부대시설을 갖추어 경쟁력을 확보하였으며, 건물 내 우량임차인 유치 등을 통해 샌프란시스코 도심의 새로운 랜드마크가 될 수 있도록 활발한 부동산 운영을 도모하고 있습니다.

자산운용

자산운용 전략

한화생명에는 보험업법 및 회사 투자정책서에 의거한 자산운용 원칙에 따라 고객과 회사를 보호하기 위해 자산을 장기적인 관점에서 안정적으로 운용하고, 위험을 고려하여 수익을 추구하며, 적정 유동성을 관리하고, 선량한 관리자 의무를 준수하고 있습니다. 또한, 국내외 우수 인재를 확보하여 기업 경쟁력을 높이고, 나아가 글로벌 핵심 인력을 양성함으로써 글로벌 보험사의 자산운용 전문가 집단으로서 내실 있는 자산운용 서비스를 성실히 수행하고 있습니다.

전략방향

한화생명에는 소신 있는 투자원칙 하에 중장기적 관점에서 부채를 고려한 자산 배분 전략을 바탕으로 합리적이고 안정적인 투자를 진행하고 있습니다. 또한, 투자자산 다변화 전략 및 리스크 관리 기능을 강화하여 급변하는 경제 및 금융시장 환경 변화에 적극적·선제적으로 대응하고 있습니다.

자산운용 성과

구분	단위	2020	2021	2022
운용자산	십억 원	98,557	100,394	99,553
운용자산 이익률	%	3.47	3.59	2.81

운용 리스크 관리

한화생명에는 자산부채종합관리(ALM, Asset & Liability Management) 투자 전략을 수립하여 수익중심의 경영전략과 더불어 회사 가치 극대화를 추구하고자 하였습니다. 이는 자산운용 계획 내 보험상품의 특성을 반영한 자산 운용 전략으로, 당사는 적극적인 ALM을 통해 운용자산이익률 제고를 위해 노력하고 있습니다. 또한, 투명하고 안전한 자산운용을 위해 프론트/백 오피스 기능을 별도 조직으로 분리 운영하여 자산운용에 수반되는 리스크를 효율적으로 관리하고, 엄격한 준법감시 활동을 진행하고 있습니다. 아울러 금리위험, 시장위험, 신용위험, 유동성위험, 운영위험, 평판위험 등의 리스크를 지속적으로 관리하여 자산 운용을 고도화함으로써 자산 포트폴리오의 건전성을 제고하고 있습니다.

지속가능 금융

BUSINESS
PERFORMANCE

ESG 금융
ESG 투자



ESG 금융

건강금융

한화생명명은 질병의 진단 또는 재해 및 사고로 인한 갑작스러운 의료비 지출이 발생하거나 소득이 상실된 경우 사후적 안전장치를 제공하는 보험의 기존 역할을 넘어, 고객이 건강한 삶을 유지할 수 있도록 헬스케어와 금융솔루션을 결합한 헬스케어 솔루션을 제공하고 있습니다. 당사는 앞으로도 다양한 건강금융 상품을 통해 건강 관리와 금융 혜택의 연계를 강화할 계획입니다.

건강 증진형 보험, LIFEPLUS 운동하는 건강보험

한화생명명은 보험가입자가 운동 목표를 달성하면 이에 따라 감소하는 보험 위험에 대한 리워드를 제공하는 ‘LIFEPLUS 운동하는 건강보험 무배당’을 출시하여 고객이 건강한 신체활동 습관을 형성할 수 있도록 지원하고 있습니다. 보험업계 최초로 운동량을 측정하여 기록된 활동량을 보험료 할인에 반영합니다. 이를 위해 당사의 헬스케어 플랫폼인 헬로(HELLO) 앱과 스마트워치 기능을 연계·활용하여 걷기, 등산, 사이클, 달리기, 수영 등 5가지 운동량을 정확하게 측정할 수 있도록 지원하며, ‘건강활동 유형별 활동량 통합 측정 지표’를 개발하여 운동량을 통합적으로 측정·관리하고 있습니다. 본 상품은 기존 보험 상품의 역할을 넘어 건강 관리 솔루션을 제공한다는 점과 고객의 다양한 건강활동 니즈를 반영했다는 점에서 독창성과 진보성을 인정받아 2021년 생명보험협회로부터 배타적 사용권 6개월을 획득하였습니다.

LIFEPLUS 마음건강 보험

‘LIFEPLUS 마음건강 보험’은 정신질환 예방 서비스와 보장 보험이 결합된 상품으로, 정신질환 예방 단계부터 진단 및 치료까지 제공하는 마음건강 토탈 솔루션을 제공하고 있습니다. 또한, 고객 편의성 증대를 위해 LIFEPLUS 마음건강 앱을 출시하여 감정캘린더, 요가, 북테라피 등의 서비스를 제공하여 임직원 정신건강 증진을 지원하고 있습니다. 현재 본 보험은 임직원 대상의 단체보험으로 운영되고 있으며, 향후 가입 대상을 확대하여 정신 질환으로 인한 사회적 비용을 예방하고, 치료 연속성을 확보하는 등의 다양한 사회적 효과를 창출할 계획입니다

End-to-End 마음건강 토탈 솔루션

예방 단계	<ol style="list-style-type: none"> 1. 한화생명만의 마음건강 증진 프로그램 제공(‘감정캘린더’, ‘마음일기’ 등) 2. 전문 코치진의 운동·테라피 프로그램 3. 동기부여를 위한 챌린지 프로그램
진단/치료 단계	<ol style="list-style-type: none"> 4. ‘한화생명만의 간편 문진·마음건강검진’ 제공 5. ‘내 위치 기반 정신의학과, 심리상담센터 찾기’ 제공 6. 3대 마음질환(우울증, 공황장애, 외상 후 스트레스 장애) 및 비기질성 불면증 진단자금 지원

헬스케어 플랫폼, 헬로(HELLO) 앱

한화생명 헬로(HELLO)는 고객을 위한 건강관리 앱으로, 건강관리 서비스의 통합관리 기반을 제공함으로써 고객이 건강 증진 활동을 계속할 수 있도록 동기를 부여하고 있습니다. 헬로 앱을 통해 걸음 수, 체중, 심박수, 수면 등의 건강정보를 기록할 수 있으며, 건강 증진형 보험인 ‘LIFEPLUS 운동하는 건강보험’과 연계하여, 매일 걸음 수 목표 달성 시 보험 가입자를 대상으로 보험료 할인 혜택 또한 제공하고 있습니다.



ESG 금융

포용금융

포용적 금융 상품

한화생명에는 포용적 금융시스템을 구축하여 금융 취약 계층 보호를 위해 보험 사각지대를 해소하고 자 다양한 상품을 개발하고, 각종 위험에 대비할 수 있도록 보험 가입 문호를 확대하고 있습니다. 보험 가입이 어려운 고령자, 유병자, 사회 소외계층 등 금융 취약계층이 제약 없이 보장받을 수 있도록 다양한 상품을 출시하고 있습니다. 당사는 앞으로도 보다 많은 고객이 보험을 통해 생활 속 위험을 예방하고 건강한 삶을 영위할 수 있도록 다양한 포용 금융 상품 개발 및 출시를 지속 지원할 예정입니다.

포용적 금융 상품 내역

(2022년 판매상품 기준)

구분	채널 설명	상품	효과
고령자	<ul style="list-style-type: none"> 급격한 고령화 치매로 인한 진료비 부담 간병보험에 대한 니즈 증가 	한화생명 암보장 더한 치매보험 무배당 <ul style="list-style-type: none"> ‘암’과 ‘치매’ 보장을 컨버전스한 신개념 상품 Life Cycle에 따라 보장니즈가 증가하는 고령기에 치매보장 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 고객 관심도가 높은 ‘암과 치매’를 하나의 상품으로 대비 가능 치매보장의 사각지대 해소에 기여
		한화생명 New 늘결에 종합간병보험 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 진단 시부터 입·통원 치료, 장해 및 재활치료에 이르기까지 간병 사이클의 전과정을 케어해 주는 종합보험 	<ul style="list-style-type: none"> 간병수요 증가에 따른 사회문제 해소에 기여 국가의 제도적 지원(간호간병통합 서비스, 장기요양제도 등)의 사각지대 및 한계점을 보완하는 역할
		한화생명 노후실손의료비보장보험(갱신형) 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 고령자를 위한 실손의료비보장보험 	<ul style="list-style-type: none"> 고령층의 의료비 부담 해소에 기여 보험상품 선택폭이 좁은 고령자의 의료보장 강화
유병자	<ul style="list-style-type: none"> 경증 질환이 있거나, 당뇨/고혈압 등 과거병력이 있으면 보험가입이 제한됨 	한화생명 간편가입 꼭맞춤 보장보험(갱신형) 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 심사 간소화로 유병자도 일반보장 보험 상품 가입 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 유병자에게도 일반고객과 유사한 수준의 보장 제공 갱신형 상품구조를 통한 보험료 부담 완화
		한화생명 간편가입 평생동행 종신보험 무배당(보증비용부과형) <ul style="list-style-type: none"> 심사 간소화로 유병자도 종신/정기/암 등의 보험 상품 가입 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 유병자에게도 일반고객과 유사한 수준의 보장 제공
		한화생명 초간편가입 종신보험 무배당(보증비용부과형) <ul style="list-style-type: none"> 고지항목을 2개로 축소된 유병력자 대상 종신보험 	<ul style="list-style-type: none"> 유병자에게도 일반고객과 유사한 수준의 보장 제공
사회 소외 계층	<ul style="list-style-type: none"> 아동복지시설 퇴소 청소년의 의료 및 복지 사각지대 노출 위험도 증가 장애인의 경우 보장 공백 발생 가능 	한화생명 맘스케어 DREAM 저축보험 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 사단법인 함께만드는세상(사회연대은행) 지정 청년 대상 보험료 일부 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 아동복지시설에서 퇴소한 청년들의 자립자금(3년 뒤 1,000만 원) 마련 지원 보험 기간 중 골절진단, 갑상 치료, 특정화상 및 부식진단, 수술 등 보장으로 의료사각지대 해소
		한화생명 장애인 전용 곰두리보장보험 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 「장애인복지법」에 따라 등록된 장애인 또는 「국가유공자 등 예우 및 지원에 관한 법률」에 따라 등록된 상이자를 위한 보장성 보험 	<ul style="list-style-type: none"> 사업비 등의 할인으로 암·사망 등의 담보에 대해 저렴한 보험료로 보장
		한화생명 상생친구 어린이보험 무배당 <ul style="list-style-type: none"> 장애인 또는 저소득 한부모가정, 차상위 다문화가정과 같은 취약계층을 위한 전용 어린이보험 	<ul style="list-style-type: none"> 사회 취약계층과 이력나눔을 위한 포용적 관점에서 저렴한 보험료 설계를 통해 취약계층의 보험 사각지대 방지

CASE STUDY :: 장애인 또는 저소득 한부모가정, 차상위 다문화가정 자녀를 위한 어린이보험

한화생명은 장애인 또는 저소득 한부모가정, 차상위 다문화가정과 같은 취약계층을 위한 전용 어린이보험을 2023년 5월말 신규 출시했습니다. 해당 보험은 일반보험 대비 10~30% 저렴한 계약체결비용 및 관리비용을 통해 취약계층의 보험 가입 및 유지를 적극 지원하고, 저렴한 보험료를 부과하여 보험가입에 대한 허들을 낮추어 취약계층 부모의 경제적 부담을 덜어줄 수 있도록 설계되었습니다. 또한 주계약 및 특약 구조를 통해 고객에 따라 불필요한 보장을 제외하거나 가입금액을 조정할 수 있어 효율을 극대화 하였으며, 한화생명금융서비스, 한화라이프랩, 피플라이프 등을 통한 대면 가입 및 텔레마케팅 채널을 통한 전화 가입 등 취약계층 보험소비자에게 적합한 판매 채널을 제공하여 보험 가입 접근성을 제고할 계획입니다. 한화생명에는 보험 가입 사각지대에 있던 장애인 및 저소득 한부모가정, 차상위 다문화가정을 위한 차별화된 포용적 금융상품 출시를 통해 고객 편익을 증진하고, 앞으로도 사회적 가치 실현에 도움이 되는 금융상품 개발을 지속적으로 지원할 예정입니다.

ESG 금융

포용금융

금융 취약계층의 금융 접근성 확대

한화생명에는 금융 취약계층의 보험 접근성 제고를 위해 다양한 상품 및 서비스를 제공하고 있습니다. ‘지정 대리청구인 제도’를 운영하여 보험 계약자가 직접 보험금을 청구할 수 없는 경우, 대리청구인이 계약자를 대신하여 사망보험금을 제외한 보험금을 청구할 수 있도록 지원하고 있습니다. 보험 계약자는 보험 가입 초기 또는 가입 기간 중 보험금 대리청구인을 지정할 수 있으며, 보험계약자, 피보험자, 보험수익자가 모두 동일한 보험계약에 한하여 제도 적용이 가능합니다.

최근 인구 고령화가 가속화되며 급증하고 있는 노령인구의 보험 이용 편의를 제고하기 위해 65세 이상의 금융소비자를 대상으로 글씨 크기를 확대한 ‘고령자 대상 안내장’을 별도 제작·배포하여 가독성을 제고하였습니다. 나아가 장애인 고객이 일반 보장성 보험에 가입할 경우 ‘장애인 전용보험 세액공제’를 받도록 세제 전환 제도를 시행하고 있습니다. 이외에도, 태풍 및 집중호우로 인한 피해 고객을 대상으로 보험료 납입 유예, 보험계약 대출 및 보험금 신속 지급, 용자 대출 원리금 6개월 상환 유예 등 다양한 금융 지원 방안을 제공하고 있습니다.

금융 취약계층을 위한 편의 서비스

장애인 전용 대표 번호 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 080.851.0063(무료) • 일반고객과 서비스 범위 동일 • 고객 → 장애인 전용 대표번호 → 고객 본인 인증(휴대폰, 주민번호 입력) → 상담원 연결
장애인 손말이음센터 중계 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 한국정보화진흥원 손말이음센터의 통신중계서비스를 활용하여 청각 및 언어 장애인 지원 • 1588.6363 + 손말이음센터(107) (고객 ↔ 손말이음센터 중개사(107) ↔ 콜센터상담원) • 신계약 모니터링, 상품 기본정보, 서류 안내, 계약정보, 증명서 발급 등
장애인 전용 이메일 및 팩스 상담	<ul style="list-style-type: none"> • helper63@hanwha.com • 02.2169.0630(팩스)
고령자 우선 연결 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 65세 이상 고령자 1588.6363 콜센터 문의 시 상담사 바로 연결 서비스 제공

CASE STUDY :: 독거노인 고독사방지를 위한 종합서비스

한화생명은 2011년부터 보건복지부 산하의 독거노인 종합지원센터와 함께 독거노인의 건강한 생활 영위 및 고독사 방지 등 사회적 안전망 구축을 위한 종합 서비스를 제공하고 있습니다. 본 서비스는 한화생명 콜센터 상담사의 재능기부를 통해 진행되며, 상담사가 주 1-2회 지속적인 전화봉사를 실시하여 독거노인의 안부를 확인하고, 생활정보를 제공하거나 생활 불편사항 및 건의사항 등을 파악하여 관련 사이트에 기록하고 있습니다. 3회 이상 통화 연결이 되지 않을 경우 긴급 출동할 수 있도록 시스템을 연계하여 운영하고 있습니다. 상담사와의 정기적인 소통을 통해 독거노인의 정서적 고립을 방지하고, 나아가 정보력이 부족한 어르신들의 고충을 해결하는 등 긍정적인 사회적 효과를 창출하고 있습니다. 이를 통해 노인 돌봄 분야의 민관 협력 사업에도 지속적으로 참여하는 성과를 달성하여 2022년 다양한 수상 실적을 창출하였습니다.

- 2022년 10월, 독거노인종합지원센터가 주관하는 자원봉사 사업인 ‘사랑잇는전화’의 ‘올해의 우수 나눔천사’ 표창 수상
- 2022년 12월, 보건복지부 주관의 ‘2022년 사랑 나눔의 장’ 행사 내 ‘취약노인보호사업 사랑잇기 수기 공모전’의 ‘보건복지부장관 대상’ 및 장관표창장 수상

이외에도 한화생명 임직원 봉사단이 전문가의 도움을 받아 비상약파우치, 우드조명, 힐링쿠션, 텀플러 등을 제작하여 독거노인센터를 통해 상담사와 매칭된 독거노인들에게 해당 물품을 전달하며 따뜻한 마음을 전달하였습니다. 한화생명은 향후 독거노인종합지원센터와의 업무 협력을 통해 보다 다양한 활동을 전개하고, 봉사활동 참여 확대를 위한 사내 홍보 또한 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

ESG 금융

상생금융

스타트업 육성-한화생명 DREAMPLUS

한화생명 DREAMPLUS는 2016년 국내 보험사 최초의 핀테크 스타트업 육성기관으로 시작해, 스타트업의 탄생과 성장을 위한 조력자로서 예비 창업가를 위한 교육 및 인턴십 프로그램부터 스타트업 투자 및 해외 진출 등 사업화 과정까지 지원하여 상생의 가치를 실현하고 있습니다. 또한, 열린 파트너십을 통해 대학교-스타트업-대기업 간 협력 구조를 구축하고, 스타트업과 우수 인재를 매칭하여 일자리 창출에 기여하고 있습니다.

‘DREAMPLUS 63’을 시작으로, 2018년 공유오피스 ‘DREAMPLUS 강남’을 오픈했으며, 현재 ‘DREAMPLUS 역삼’, ‘DREAMPLUS 연남’ 등 스타트업 육성을 위한 공간을 운영하고 있습니다. 이는 단순한 업무 공간을 넘어, 오픈 이노베이션 생태계를 구성하고 있는 다양한 구성원들이 모인 비즈니스 거점으로 발전하고 있습니다.

또한, ‘연결(Connection)·공유(Sharing)·협업(Collaboration)’이라는 핵심 가치를 실현하고자 비즈니스 역량 강화 기회와 밀도 있는 네트워킹을 제공하는 ‘DREAMPLUS 파운더 커뮤니티’ 및 업계를 선도하는 전문가와 함께하는 정기 세미나를 운영하는 등 다양한 프로그램을 통해 스타트업의 성장을 지원하고 있습니다. 이에 더해, 정부 및 공공기관 또는 파트너사와 함께 스타트업네트워크 확대를 위한 다양한 행사 또한 개최하고 있습니다. 앞으로도 DREAMPLUS는 스타트업 육성 및 생태계 확장을 위해 다양한 활동을 전개해 나갈 예정입니다.

DREAMPLUS 주요 성과

스타트업 지원 및 육성

누적 **340**개 업체



스타트업 해외 진출 프로그램을 통한 지원 및 육성

누적 **51**개 업체



스타트업 생태계 활성화 및 네트워킹 확대를 위한 다양한 행사 개최

누적 **490**회 진행
누적 참여 인원수 **3만 3천**명



2023년 DREAMPLUS 63 입주사 (2023년 6월 기준)

- 헬스케어 : (주)담
- 투자솔루션 : (주)빌드블록
- 금융데이터 솔루션 : (주)피치맥



협업과 성장 지원 DREAMPLUS는 꿈을 이루고자 도전하는 인재를 대상으로 다양한 기회를 제공하여 꿈을 실현하고 나아가 시너지를 이루어 지속 가능한 혁신의 선순환에 기여하고자 합니다. 스타트업 탄생과 성장을 위한 조력자로서 창업부터 사업 확장, 글로벌 진출까지 스타트업 생애 주기 전반에 걸쳐 솔루션을 제공하며, 현재까지 340여 개의 스타트업을 지원·육성해 왔습니다. DREAMPLUS는 유망 스타트업의 성장을 지원하고자 업종, 분야, 방식, 규모의 제약 없이 창업을 지원하며, DREAMPLUS 센터 내 상주한 스타트업, 대기업 혁신조직, 투자자, 미디어 등 다양한 업체들이 적극적인 네트워킹을 통해 상호 협력할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다.

스타트업 글로벌 진출 지원 DREAMPLUS 글로벌은 해외 진출 프로그램을 통해 스타트업을 지원하고자 다양한 해외 거점을 구축하였습니다. DREAMPLUS 샌프란시스코, DREAMPLUS 후쿠오카, DREAMPLUS 베이징 등의 해외 거점을 통해 글로벌 네트워크를 구축하였으며, 이를 바탕으로 해외 진출을 희망하는 스타트업을 지원하고 있습니다. DREAMPLUS 글로벌은 앞으로도 베트남, 싱가포르, 유럽 주요 국가 등으로 거점을 확대해 나갈 계획이며, 펀드와 인프라 제공 등 실질적인 도움을 제공하는 크로스보더 프로그램을 통해 스타트업의 해외 진출 및 성장을 적극 지원할 예정입니다.

스타트업 지원 및 육성 프로그램

파운더 커뮤니티 운영

영파운더(90년대생), 헬스케어 관련 스타트업, 대형 입주사 등 스타트업 생태계에서 활동하는 플레이어들을 연결하고 향후 성장 가능성이 있는 스타트업을 지원합니다. 개방적 사고와 활발한 정보 교류를 통해 상호 협력하는 문화를 조성하여 협업을 장려하고 있으며, 실례로 드론 데이터 스타트업 ‘엔젤스윙’ 과 인공지능 전문기업 ‘어노테이션에이아이’ 가 MOU를 맺는 등 스타트업이 협력을 통해 시너지를 창출할 수 있도록 지원하고 있습니다.

스타트업 스케일업 기회 제공

스타트업 업계 현황 공유, 건의 등을 위한 정부기관과의 간담회 자리를 마련하고 있습니다. 또한 대표적인 스타트업 행사인 ‘NextRise’, ‘ComeUp’ 등을 통해 스타트업 홍보 기회를 제공합니다.

인프라 지원

스타트업이 안정적으로 사업을 확장할 수 있도록 사무 공간을 무료로 지원하며, 기업 경영에 필요한 법률, 재무 등과 관련한 정보들을 콘텐츠화하여 비즈니스 운영에 도움이 될 수 있도록 지원합니다.

ESG 금융

친환경금융

‘한화 론 플래너(Loan Planner)’ 오픈

대출상담사를 통한 주택담보대출 고객의 편의 향상을 위해 전자약정시스템 ‘한화 론 플래너(Hanwha Loan Planner)’를 오픈했습니다. ‘한화 론 플래너’는 태블릿 PC 기반의페이퍼리스(Paperless) 대출시스템으로, 대출상담사가 직접 고객을 찾아가 상담부터 대출서류 작성까지 대출신청 전 과정을 디지털 기반으로 처리하도록 지원하고 있습니다. 본 시스템을 통해 서류작성 및 처리시간을 단축할 뿐만 아니라 종이 문서 폐지를 통한 제반 비용 절감 및 환경영향 저감 효과 또한 창출하고 있습니다. 대출업무 전반을 시스템화 함으로써 서류 및 서명 누락 방지 및 고객 개인정보 보안을 더욱 강화했습니다. 당사는 향후 대출업무에 스크래핑 기술을 도입하여 증빙 서류 제출 없이 고객이 직접 모바일로 비대면 대출을 진행할 수 있도록 시스템을 업그레이드할 계획입니다.

친환경 업무 시스템 구축

한화생명에는 업무 시스템의 디지털 전환 및 페이퍼리스 문화 조성을 바탕으로 종이 사용량을 절감하고 있습니다. 태블릿 PC 등을 활용한 디지털 영업 시스템 H.OP(Hanwha One-stop Platform) 도입과 설계사 모집부터 교육, 영업까지 디지털 플랫폼을 통해 진행하는 LIFE MD 등의 도입으로 종이 사용량 절감과 동시에 업무 효율성을 높이고 있습니다. 이외에도 소비자가 실제 가입한 보험상품의 약관만 선별하여 구성한 ‘맞춤형 약관’ 제작 시스템을 구축해 종이사용량 절감에 기여하고 있습니다. 아울러, 각종 회의 시 종이문서 출력을 자제하는 페이퍼리스 회의문화를 확산하고 있습니다.



한화 론 플래너 예시화면

CASE STUDY :: ESG를 반영한 개인대출상품 판매

사회 전반적으로 ESG 경영 요구가 증가함에 따라 한화생명은 이를 반영한 개인 대출 상품 판매를 통해 고객의 일상 생활 속 ESG 실천을 유도하고, 나아가 사회 문제 해결에도 기여하고자 합니다. 이에 2022년 상반기에는 기존 대출의 금리인하요구권 신청 요건에 ESG 항목을 반영하였습니다. 또한 페이퍼리스 시스템 대출을 대상으로 0.1% 금리 할인 정책을 도입하여 2,665건의 금리할인 실적을 달성하였습니다. 2023년에는 다자녀가구를 대상으로 주택담보대출내 ESG 금리 할인 항목 신설을 검토하고 있습니다. 당사는 앞으로도 다양한 ESG 금융 상품 및 서비스를 개발하여, ESG를 의무가 아닌 기회로 삼아 고객의 사회적 가치 창출에 기여할 수 있도록 지원할 예정입니다.

신규 대출	<ul style="list-style-type: none"> • 용자창구 Paperless System 도입 • Paperless System 활용 주택담보대출 할인금리 0.1% 적용 • 2022년 신규 대출 ESG 금리할인 실적 : 2,665건 	시행 (2022년 6월)
	<ul style="list-style-type: none"> • 다자녀가구(자녀 2명 이상) 세대주 또는 세대주의 배우자 금리 할인 	2023년 하반기 도입 검토
기존 대출	<ul style="list-style-type: none"> • 금리 인하 신청요건(소득/재산증가, 신용도 상승) 내 ESG 항목* 추가 * ESG 금리 할인 요건(금리 인하 신청 시점) : 친환경차(저공해차 1종) 보유/담보물건 친환경건축물(담보대출 恨)/다자녀가구(자녀 3명 이상) 세대주 및 배우자 • 2022년 기존 대출 ESG 금리할인 실적 : 1건 	시행 (2022년 5월)

ESG 투자

ESG 투자 확대

탈석탄 금융 선언에 이은 ESG 동향 파악

2021년 1월, 한화생명(한화그룹 5개 금융사(한화손해보험, 한화투자증권, 한화자산운용, 한화저축은행, 캐롯손해보험)와 함께 탈석탄 금융을 선언하였습니다. 당사는 앞으로 국내외 석탄발전소 건설 등과 같은 탄소 다배출 프로젝트 투자 및 지원에 참여하지 않고, 석탄발전소 건설을 위한 특수목적회사(SPC)에서 발행하는 채권을 인수하지 않을 예정입니다. 또한, 석탄 화력발전소에 대한 직접적인 투자가 아닌 관련 사업 목적의 회사채에도 일절 투자하지 않을 방침으로, 일반채권이라도 석탄발전소 건설을 위한 용도로 사용되면 해당 채권을 인수하지 않을 것을 선언하였습니다.

당사는 ESG 이슈를 파악하고 ESG 경영을 이행하기 위해 관련 글로벌 이니셔티브에 활발히 참여하고 있습니다. CDP(탄소공개프로젝트)에 서명기관으로 참여하고 있으며, UN SDGs(UN지속가능발전목표), UNGC(유엔글로벌콤팩트), TFCD(기후변화재무정보공개 협의체), UNEP FI(유엔 환경계획 금융이니셔티브)의 PSI(지속가능보험원칙) 지지를 선언하였습니다.

CASE STUDY :: ESG 채권 발행

2022년 2월 한화생명은 7억 5천만 달러(9,041억 원) 규모의 ESG 해외 후순위채권을 성공적으로 발행하였습니다. ESG 채권을 통해 조달된 자금은 친환경, 친사회적 투자 등에 사용될 예정입니다. 한화생명은 ESG 채권 발행을 발판으로 ESG 경영을 가속화하고 사회 전반의 지속가능한 발전을 도모하고자 합니다.

ESG Watchlist 도입을 통한 선제적인 포트폴리오 리스크 관리 기능 강화

한화생명 실적배당형 특별계정은 ESG 투자지침 및 가이드라인을 도입한 지 2년 차로 투자방향 및 보완사항에 대하여 검토하였습니다. 현 금융시장에서 보편적으로 활용되고 있는 ESG 평가체계는 기업 공시 데이터에 기반하고 있습니다. 이는 체계적인 프로세스 확립에도 불구하고 ESG 리스크에 대한 반영이 다소 후행적으로 이루어지는 한계를 지닙니다.

특히 전년도 다수 기업에서 횡령, 대형 건설기업의 부실시공 이슈 등 중대한 ESG 리스크가 발생하였습니다. 이에 현행 ESG 투자 프로세스 내 리스크 모니터링 부문을 신설하였습니다. 국내외 선진 기관에서 활용하고 있는 Watchlist 제도를 도입하여 선제적인 ESG 리스크 관리 기능을 강화했습니다.

ESG Watchlist의 도입은 반기 이상의 시차가 존재하는 기업 공시 데이터에 대한 의존도를 낮추고, 투자 대상 기업에 대한 ESG 리스크 발생 여부를 정기적으로 점검하여 대응할 수 있는 발판이 되고 있습니다. Watchlist 내 등재 기업은 시장 영향력을 고려하여 대외 공시를 지양하고 내부적으로 별도 관리되고 있습니다.

ESG 투자 프로세스 내 ‘모니터링’ 부문 신설

<p>실적배당형 특별계정 ESG 투자지침</p>	<p>제3장 모니터링 및 관리</p> <p>제8조(ESG Watchlist)</p> <p>① ESG Watchlist(이하 “Watchlist”라 한다)는 ESG 관련 중대한 사건·사고가 발생하는 기업을 선별하여 포트폴리오 내 발생가능한 ESG 리스크에 대한 선제적인 관리체계 강화를 목적으로 한다.</p> <p>② ESG 리스크의 중대성이 높다고 판단되는 사건·사고가 발생한 기업은 Watchlist 내 자동으로 등재되어 모니터링 대상으로 분류한다.</p>
<p>실적배당형 특별계정 ESG 투자 가이드라인</p>	<p>제5장 모니터링</p> <p>제8조(ESG Watchlist)</p> <p>① 회사는 ESG Watchlist(이하 “Watchlist”라 한다)를 통해 투자대상 기업에 대한 ESG 관련 리스크의 발생 여부를 모니터링 한다.</p>

* 투자지침 및 가이드라인 개정내용 발췌

ESG 투자

ESG 투자의 질적 성장

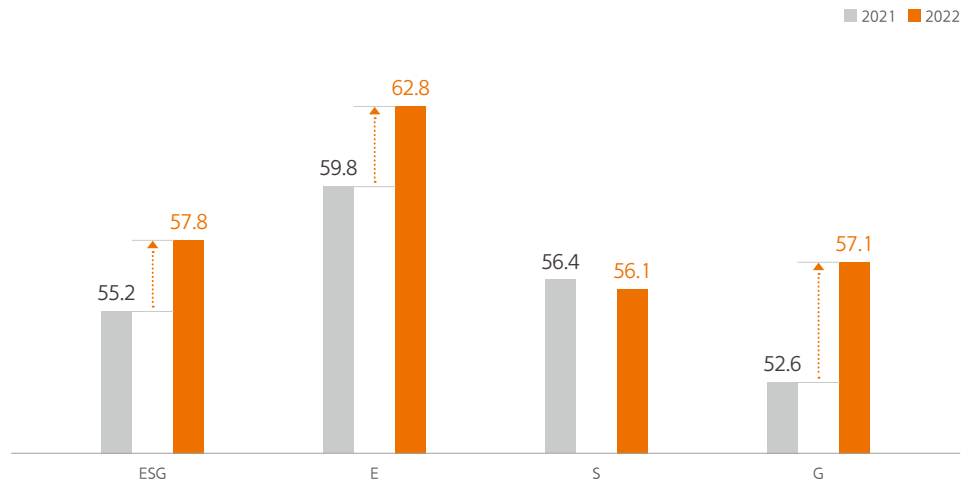
국내 주식형 포트폴리오의 ESG 스코어 상승

한화생명 실적배당형 특별계정은 2021년 ESG 투자지침 및 가이드라인을 제정하여 투자 결정 시 이를 기반으로 ESG 요소를 고려한 의사 결정을 진행하고 있습니다.

2022년에는 ESG Watchlist 도입에 발맞추어 선제적으로 ESG 리스크를 관리하고, 당사 가이드라인에 기반하여 ESG 투자 프로세스가 원활히 이루어질 수 있도록 관련 제도를 안착시키는데 중점을 두었습니다.

이처럼 ESG 투자의 질적 성장에 집중한 결과, 운용 포트폴리오 내 ESG 요소를 효과적으로 융합하였으며 국내 주식형 포트폴리오의 경우 ESG 스코어 상승이라는 유의미한 성과를 창출하였습니다. 또한, 포트폴리오 내 G(거버넌스) 부문을 개선함으로써 최근 들어 높아지고 있는 주주 행동주의에 대한 금융시장의 관심에 선제적으로 대응하고 있습니다. 당사는 앞으로도 지속적인 ESG 리스크 관리를 통해 환경, 사회, 거버넌스 전 부문에 있어 긍정적인 영향력을 확대해 나갈 예정입니다.

국내 주식형 포트폴리오 ESG 스코어



* 변액계정 운용자산내 주식형대상

ESG 투자 확대

ESG 투자 성과

한화생명은 '그린라이프 2030' 선언을 통해 ESG 경영을 본격화하여 친환경·친사회적 투자 비중을 확대하는 내용의 전략 목표를 이행하고, ESG 투자에 대한 사회적 요구에 대응하기 위해 ESG 관점을 고려한 투자를 확대하고 있습니다. 태양광, 풍력발전, 연료 전지 등 신재생에너지 투자와 수자원 및 하수관리 등의 친환경 투자를 지속적으로 확대하는 한편, 학교 및 문화시설과 같은 공공성과 사회성을 지닌 친사회적 투자 또한 강화하고 있습니다. 다양한 ESG 투자를 전개하여 사회 전반의 지속가능한 발전을 유도하고 당사의 자산건전성 제고를 위한 노력 또한 지속할 방침입니다.

2022년 ESG 투자 성과

(단위: 백만 원)

친환경 투자

신재생에너지

1,055,987



수자원 및 하수처리

400,220



친사회적 투자

학교 및 문화시설

100,801



CASE STUDY :: 경북 울진군 현종산 풍력발전단지 개발사업

한화생명은 풍력발전사업 추진 약정을 통해 경북 울진군 현종산 풍력발전사업에 기관투자자로 참여하여 경북 울진군 매화면, 기성면 현종산 일대에 60.6MW(3.6MW급 16기, 3.0MW급 1기) 규모의 풍력발전기를 건설하였습니다. 본 사업은 2016년 착공하여 2019년 전체 상업 운전을 개시하였으며 친환경 에너지 생산 및 판매를 목적으로 운영되고 있습니다. 또한 울진군 지역재생솔루션의 일환으로 2007년 화재로 인해 소실된 현종산 일원 국유림을 대규모 풍력단지로 조성하여 관광 인프라 개발을 통한 지역 경제 활성화를 도모함으로써 환경적·사회적 효과를 동시에 창출하고 있습니다. 앞으로도 한화생명은 신재생에너지 사업을 확장하여 화석연료 사용으로 인한 온실가스 배출을 저감하고, 재생이 가능한 에너지원 활용을 증대하여 지속 가능한 기업 경영을 이어 나갈 계획입니다.

ESG PERFORMANCE

Environment / Social / Governance



환경보호와 친환경경영 내재화

Environment

ESG
PERFORMANCE

환경경영체계

기후변화대응

환경영향 최소화



환경경영체계

환경경영 방침

한화생명에는 환경경영방침을 제정하고, 이를 준수함으로써 전사 환경경영 내재화를 위해 노력하고 있습니다.

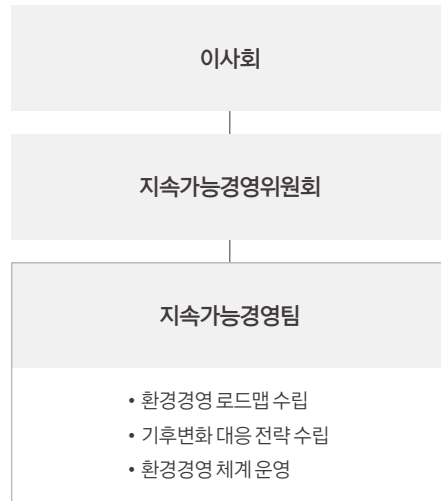
한화생명 환경경영방침

- 한화생명은 환경 관련 법규를 철저히 준수하며, 친환경활동을 실천한다.
- 한화생명은 환경경영 계획 및 세부목표를 수립하고, 이행수준을 정기적으로 평가하며 지속적인 개선 활동을 진행한다.
- 한화생명은 사업 운영과정에서 환경에 미치는 부정적인 영향을 최소화하고, 기후변화 대응을 위해 온실가스 배출을 최소화한다.
- 한화생명은 친환경경영 강화를 위해 녹색금융 상품을 개발하고, 친환경 투자 확대를 위해 노력한다.
- 한화생명은 환경경영 방침 관련 임직원 이해도 제고와 환경경영 문화 확산을 위해, 전 임직원을 대상으로 환경경영 교육을 실시한다.
- 한화생명은 친환경경영 활동 및 성과에 대해 이해관계자와 투명하게 공유한다.

환경경영 조직

한화생명은 환경경영 담당부서를 지정하여 체계적인 환경경영을 이행하고 있습니다. 지속가능경영팀은 사업 운영과정에서의 환경 영향 분석을 바탕으로 환경영향 저감을 위한 로드맵 수립 및 환경경영 체계 운영을 담당하고 있습니다. 최근의 다양한 기후변화 이슈에 신속히 대응하기 위해 기후변화 관련 전략을 수립하고, 저탄소형 사업장 실현 및 에너지 효율화 등 다양한 환경경영활동을 추진 중입니다.

환경경영 조직도



환경경영 성과 관리

환경경영 성과 모니터링

한화생명은 환경경영 성과 모니터링 체계를 수립하여 환경경영 성과를 평가하고, 평가 결과를 향후 경영방향에 반영하여 친환경경영을 전사적으로 내재화하고 있습니다. 당사 건물에 건물 에너지 관리 시스템(BEMS, Building Energy Management System)을 적용하여 전 사업장에서 사용 및 배출되는 에너지 및 온실가스를 포함한 각종 데이터를 체계적으로 관리하고 있습니다. 또한, 온실가스, 에너지, 용수 사용량 등의 다양한 환경 데이터뿐만 아니라 대내외 환경영향 및 사업장 운영 여건 또한 고려하여 전사 환경 목표를 설정하고 매년 이행 결과 및 관련 성과를 평가하고 있습니다. 당사는 이와 같은 선제적 대응을 통해 기후변화와 관련된 리스크를 관리하고, 나아가 관련 기회를 활용할 수 있는 환경경영 역량을 강화하고 있습니다.

환경경영 관련 내부통제

환경 관련 법규관리등록부 작성을 통해 환경경영을 위한 주요 법규들을 파악하고 법규 준수성 평가를 실시하여 해당 법규 준수 여부를 정기적으로 점검하고 있습니다. 2022년 당사의 환경 법규 위반 내역은 없으며, 앞으로도 환경 법규 준수를 위해 꾸준히 내부통제활동을 전개할 예정입니다.

ISO14001 인증

한화생명은 2022년 6월 국제표준화기구(ISO)에서 제정한 환경경영시스템 국제 표준인 ISO14001 인증을 취득하여 국제적으로 통용되는 환경경영 시스템을 구축했습니다. 당사는 환경경영 방침 및 전담 조직을 마련하고 온실가스 저감 활동, 신재생 에너지 사용 및 다양한 친환경 캠페인을 진행하는 등 친환경 경영을 적극 실천하고 있습니다. 앞으로도 글로벌 수준의 환경경영 체계를 유지하는 한편, 환경 친화적 기업으로서 환경영향 최소화, 자원 순환 사회 실현, 임직원 참여형 친환경 활동 지원, ESG 투자 강화 등 적극적인 환경경영활동을 펼칠 예정입니다.



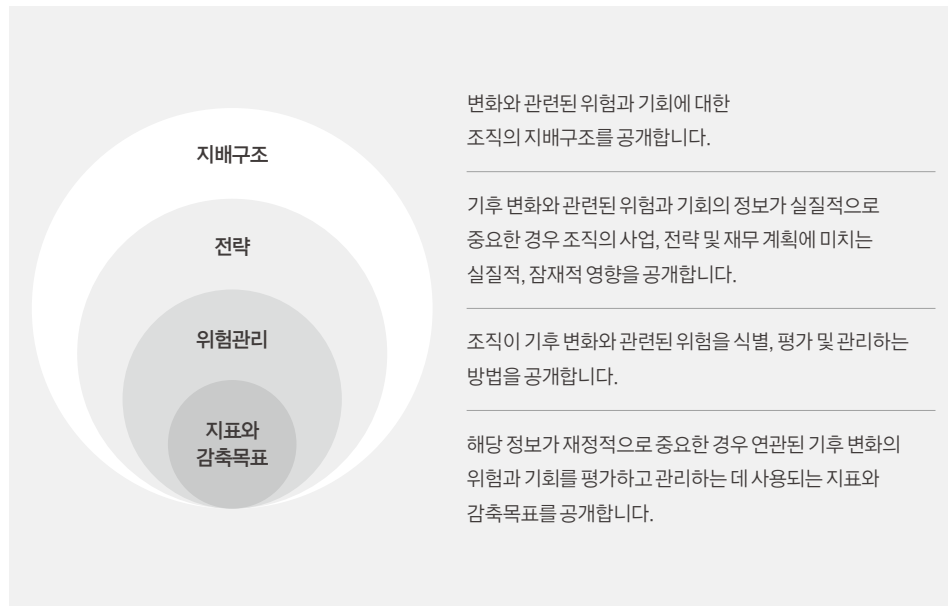
ISO14001 인증서

기후변화 대응

TCFD 지지 선언

기후변화 관련 재무정보 공개 협의체(TCFD, Task Force on Climate-related Financial Disclosures)는 2015년 G20 산하의 금융안정위원회(FSB, Financial Stability Board)가 창설한 국제기구로, 기업의 기후변화 관련 재무 정보 공시를 통해 대내외 이해관계자의 합리적인 의사결정을 지원하고 있습니다. 2017년 발표된 TCFD의 기후 관련 금융 공시 권고안은 지배구조, 전략, 위험 관리, 지표 및 목표로 이루어진 기후변화 관련 4대 영역, 11개의 항목으로 구성되어 있습니다. 한화생명에는 TCFD 권고안에 따라 전 사업 분야에 걸쳐 기후변화 대응 활동에 적극 참여하고, 관련 정보를 투명하게 공개하여 ESG 경영을 고도화하고 있습니다.

TCFD 권고안 구성



지배구조

한화생명은 2021년 이사회 내 지속가능경영위원회를 신설하여 전사 차원의 ESG 경영을 강화하고 있습니다. 본 위원회는 ESG 경영 전략 수립 및 고도화를 위한 최고 의사결정기구로서, ESG와 관련한 전 분야의 정책 및 전략을 수립하고 중장기 목표 등을 심의하는 역할을 담당하여 당사의 ESG 경영 내재화를 지원하고 있습니다. 특히, 최근 들어 더욱 심각해지고 있는 기후변화에 대응하기 위해 기후변화 관련 전략, 리스크 및 기회 관리, 대응 활동 등에 대해 검토하고, 이와 관련한 최종 의사 결정을 진행하고 있습니다. CEO 및 사내·외 이사 등이 참여하는 이사회는 당사의 비즈니스 전략 및 성과에 중요한 영향을 미치는 기후변화 관련 목표 등을 승인합니다. 지속가능경영위원회 산하의 지속가능경영팀은 기후변화 대응을 위한 계획을 수립하고, 관련 활동을 이행 및 지원하는 등 다양한 역할을 담당하고 있습니다.

기후변화 대응 지배구조



기후변화 대응

전략

한화생명에는 기후변화에 선제적으로 대응하기 위해 전사적인 대응 전략을 수립하여 기후변화로 발생할 수 있는 리스크 및 기회를 파악·관리하고 있습니다. 기후변화 리스크의 경우 저탄소 경제로의 전환 과정에서 발생하는 전환 리스크와 기후변화의 물리적 영향과 관련된 물리적 리스크를 구분하여 관리함으로써, 세분화된 리스크 분석을 바탕으로 개별 리스크 완화를 위해 조치 가능한 방안을 검토하고 있습니다. 또한, 상품 기획, 자산 운용 등 사업 전반에도 리스크 완화 방안을 수립하여 기업 경쟁력을 제고하고자 합니다.

당사는 보다 체계적인 리스크 및 기회 요인 파악을 위해 매출액 대비 발생하는 이산화탄소 배출량을 측정 및 분석하여 자산 포트폴리오 내 탄소발자국을 관리하고 있으며, 기후변화와 관련된 시나리오를 분석하고 예상 손실 규모 등을 추정하고 있습니다. 한화생명은 앞으로도 리스크를 최소화하고 기회요인을 극대화할 수 있는 효과적인 전략을 수립하여 기후변화에 대응하고 사업 운영에 있어 경쟁우위를 확보함으로써 수익률 제고를 위해 지속적인 노력을 전개할 예정입니다.

기후변화 관련 리스크

구분	리스크	설명	
전환 리스크	정책 및 법률	배출권 거래제, 탄소 관련 정보 공개 의무 강화 등으로 인한 리스크	탄소 배출권 가격 상승은 투자 기업의 운영 비용의 증가를 초래하고 중장기적인 재정 위험을 일으킬 수 있으며, 결과적으로 자산 운용 수익률 저하를 야기할 수 있습니다.
	기술	기존 제품을 저탄소 기술을 기반으로 한 제품으로 교체, 결국 실패로 판명된 신기술에 대한 투자 등으로 인한 리스크	친환경 기술 개발 투자 실패 또는 경쟁사 대비 우수한 친환경 기술 미확보 시 발생할 수 있는 경쟁력 저하 등으로 인해 투자 기업의 재무적 가치가 하락할 수 있으며, 결과적으로 자산 운용 수익률이 저하될 수 있습니다.
	평판	고객 또는 커뮤니티의 인식 변화, 특정 산업에 대한 비판, 이해 관계자의 관심 증가로 인한 리스크	기후변화 리스크에 적절하게 대응하지 못하거나 그린워싱으로 의심될 경우, 기업의 부정적 평판으로 인한 고객 이탈, 브랜드 가치의 하락으로 인한 주가 하락의 위험성 증대, 투자기관 등의 투자 철회가 발생 가능성이 높아질 수 있습니다.
물리적 리스크	급성	태풍, 홍수, 지진 또는 이에 준하는 자연현상으로 인한 자연재해 리스크	지구 온난화로 인한 태풍, 홍수 등의 자연 재해로 인해 투자 자산 또는 기업 내 재정적인 손실이 발생할 수 있습니다. 투자 자산의 경우 재해로 인해 자산가치가 훼손될 수 있으며, 투자 기업 사업장의 가동 중단 또는 기계 고장 및 훼손이 발생할 경우, 기업의 재정적 손실이 자산 운용 수익률 저하로 이어질 수 있습니다.
	만성	해수면 상승 또는 만성적인 폭염을 유발할 수 있는 지속적인 고온 현상 등으로 인한 기후변화 리스크	기후 변화로 인한 극한 기후 사건 발생 시, 건강 관련 비용 또는 사망률이 증가할 수 있으며, 기후위기 취약계층의 건강 불평등이 심화됨에 따라 보험 사업 수익성이 악화될 가능성이 있습니다.

기후변화 관련 기회

구분	기회	설명
자원 효율성	생산 및 유통 프로세스 전반에서 효율성 향상을 통한 운영 비용 절감	• 자산 운용 수익률 제고 : 투자 대상 기업이 기후변화 대응에 대한 노력의 결과로 혁신 기술 개발, 운영 비용 절감, 신시장에서의 기회 창출 등에 성공할 경우 기업 재무 가치제고
에너지 자원	저탄소 에너지, 저탄소 에너지 사용을 위한 기술	• 새로운 투자 기회 창출 : 친환경 산업 확대에 의한 신규 투자 기회 창출
상품 및 서비스	저탄소 상품 및 서비스	• 브랜드 가치 제고 : 기후변화 대응에 대한 노력을 인정받아 긍정적인 평판을 형성하고 장기적으로 브랜드 가치 제고 도모
시장	새로운 시장 기회	
복원력	기후변화 대응이 가능한 적응 능력 개발	

기후변화 대응

위험관리

한화생명명은 투자 결정 과정에서 재무적 요소뿐만 아니라 ESG 요인 및 관련 리스크를 고려하여 의사결정을 진행하고 있습니다. 이에 따라 2021년 석탄 관련 신규 투·융자를 제한하는 탈석탄 금융을 선언하였으며, 화력석탄발전 등에 대한 금융 투자 및 지원에 일절 참여하지 않을 예정입니다. 또한, 글로벌 신재생에너지 분야를 선도하고자 신재생에너지 등 친환경 관련 자산에 대한 투자를 더욱 확대하여 기후변화에 적극 대응할 계획입니다. 실적배당형 특별계정의 투자 자산에 대해서도 ESG 요소를 고려한 투자 의사 결정이 이루어졌으며, ESG 투자지침 및 가이드라인을 별도로 제정함으로써 ESG 투자 프로세스를 체계적으로 이행할 수 있는 토대 또한 마련하였습니다. 더불어 ESG 투자 정책이 운용 프로세스 전반에 걸쳐 일관성 있게 추진될 수 있도록 실적배당형 특별계정의 위탁운용사 선정 평가항목에 ESG 항목을 신설하여 운용사가 보유한 ESG 투자 정책의 방향성 및 전문성을 검토 및 관리하고 있습니다.

시나리오별 예상 손실¹⁾ (물리 + 이행 리스크)

시나리오	자산가치 (2021 기준)	예상 손실액		
		2030	2040	2050
① 현재 정책 유지(Current Policies; CP)		0.2조 원	1.2조 원	2.8조 원
② 지연된 이행(Delayed Transition; DT)	39.3조 원	0.2조 원	4.0조 원	4.5조 원
③ 2050 탄소중립(Net-Zero 2050; NZ)		0.6조 원	1.0조 원	1.2조 원

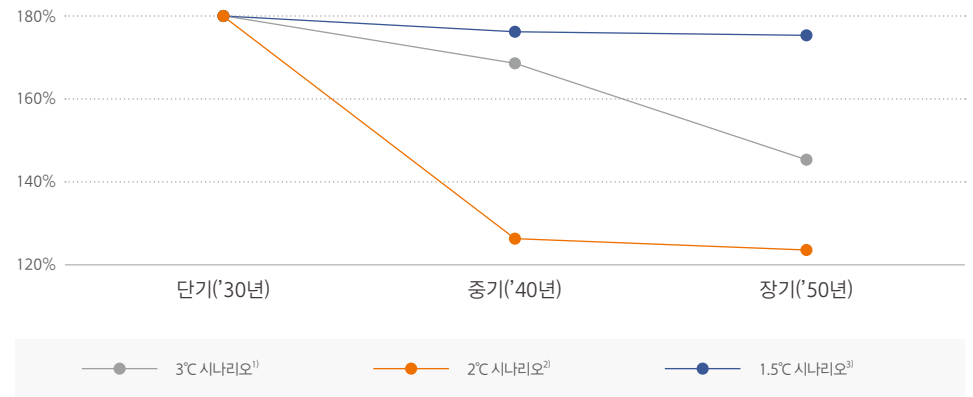
1) 상장/비상장주식, 채권, 기업대출, PF, 상업용 부동산을 대상으로 분석

기후변화에 따른 시나리오 분석

한화생명명은 기후변화에 따른 다양한 위기 및 기회요인을 식별하고, 시나리오별 재무 영향도를 추정하여 기후변화 대응 전략을 수립하고 있습니다. 녹색금융협의체(NGFS)의 6가지 기후변화 시나리오 중 지연된 이행(Delayed Transition) 시나리오에 따라 20230년 이후 강력한 탄소배출량 감축 정책이 도입되는 경우, 예상되는 기후리스크에 따른 당사의 자산가치는 최대 4.5조원 가량 하락할 것으로 추정되며, 지급여력비율 또한 큰 폭으로 하락할 것으로 예상되고 있습니다.

당사는 ESG 투자지침 및 가이드라인을 강화하여 ESG 투자 환경을 구축하고, 피투자사에 대한 탄소배출 저감을 촉구하여 장기적이고 지속적인 기후변화 대응을 추진하고 있습니다. 아울러 2050년 탄소중립 달성을 목표로 수치화된 정량 목표를 수립하여 전사 금융배출량 및 기후리스크를 측정하고, 관련 데이터를 체계적으로 관리해 나갈 계획입니다.

재무 영향 (지급여력비율)



1) 현재 정책 유지(Current Policies; CP) 시나리오

2) 지연된 이행(Delayed Transition; DT) 시나리오

3) 2050 탄소중립(Net-Zero 2050; NZ) 시나리오

기후변화 대응

지표와 감축목표

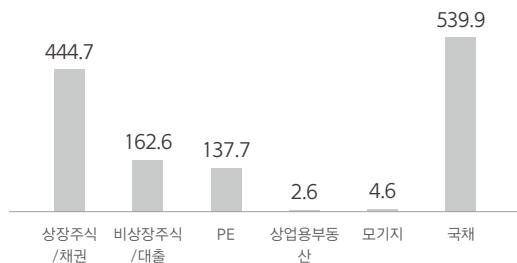
한화생명명은 2050년 탄소중립 달성을 목표로 체계적인 온실가스 관리를 위해 에너지 사용량, 온실가스 배출량, 온실가스배출 원단위 등 관련 데이터를 매년 산정하여 지속가능경영보고서를 통해 공개하고 있습니다. 당사는 온실가스 배출량 데이터의 정확도를 제고하고자 온실가스 통계 시스템인 온실가스 인벤토리를 구축하여 데이터 수집, 기록, 산정, 관리의 효율화를 진행하고 있으며, Scope 1, 2, 3 배출량을 분리하여 산정 및 보고하고 있습니다. 또한, 온실가스 검증을 실시하여 데이터 신뢰도를 제고하고 있으며, 에너지 및 온실가스 등의 과거 실적 데이터를 기반으로 환경영향 데이터 및 대내외 환경영향, 사업장 운영 여건 등을 추가적으로 고려하여 감축목표를 설정하고 있습니다. 특히 최근 들어 탄소중립 달성에 있어서의 Scope 3 배출량 관리의 중요성이 강화되며 보험산업의 탄소배출 감축을 위한 부담이 증대되고 있습니다. 당사는 이와 관련한 국제적 논의를 검토하여 공시기준 도입 방안에 대해 파악하고, 고탄소 기업에 대한 투자 및 보험인수를 축소하는 등 장기적 관점에서 선제적인 대비책을 마련할 예정입니다.

자산 포트폴리오 금융배출량 (Scope 3)

한화생명명은 금융 투자활동에서 발생하는 탄소배출량을 체계적으로 감축 관리하기 위해 PCAF(탄소회계금융) 방법론을 기반으로 6개 자산군에 대한 자산 포트폴리오의 탄소배출량(금융배출량)을 산정하였습니다. 당사는 향후 자산 포트폴리오 탄소배출량 측정 방법론을 고도화하여 대상자산 범위를 확대할 계획이며, 당사 뿐만 아니라 전체 밸류체인 내 탄소배출량 감축을 위한 다양한 과제를 지속 추진해 나갈 예정입니다.

PCAF 자산분류별 금융배출량 현황¹⁾ (2021)

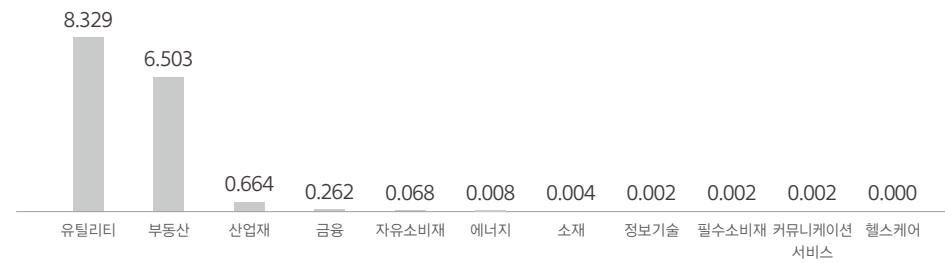
(단위: 만 tCO₂eq)



1) 한화생명명 본체 기준 (자회사 제외)

산업부문별 탄소집약도²⁾

(단위: 만 tCO₂eq/조 원)



2) 주식, 채권, 대출자산 대상분석

금융배출량 감축 목표

2021년
1,292.1만 tCO₂eq

측정 대상 자산: 83.8조 원
배출집약도: 15.4만 tCO₂eq/조 원

2050년
ZERO tCO₂eq

기후변화 대응

온실가스 저감 활동

사업장 에너지·온실가스 저감 활동

한화생명은 친환경경영을 적극적으로 실천하며 전세계적으로 심각한 환경 이슈로 대두되고 있는 기후변화 위험을 완화하고 있습니다. 온실가스 저감을 위해 매년 온실가스 감축 목표를 설정하고, 목표 달성을 위해 효율적인 에너지 사용을 위한 제어 시스템 운영과 LED 램프 교체 등 감축 아이템을 발굴하고, 관련 활동을 적극 추진하며 온실가스 배출량을 감축하고 있습니다.

2020년에는 100건의 아이템을 진행하여 온실가스 903tCO₂eq를, 2021년에는 79건의 아이템을 통해 온실가스 609tCO₂eq를, 2022년에는 65건의 아이템을 통해 온실가스 610tCO₂eq를 감축함으로써 지난 3년간 총 244건의 아이템을 추진하여 온실가스 2,122tCO₂eq를 감축하였습니다. 아울러 2023년에는 70건의 아이템을 발굴하여 온실가스 600tCO₂eq를 감축할 예정입니다. 당사는 향후에도 에너지 자체 절감 활동 및 주요 설비의 에너지 효율 제고, 신재생 에너지 도입 확대 등을 지속적으로 검토 및 추진할 계획입니다.

온실가스 감축 목표 및 이행 실적

2023년 환경목표	온실가스 전년대비 1.7% 감축(600tCO ₂ eq 감축)
2022년 환경목표	온실가스 전년대비 1.6% 감축(661tCO ₂ eq 감축)
추진계획 및 이행현황	조명 LED 램프로 교체, 공기조화기, 헨, 펌프 효율 운영 등
2022년 이행실적	온실가스 610tCO ₂ eq 감축

사업장 증장기 에너지 사용 계획

추진 단계	1단계(-2023)	2단계(-2026)	3단계(-2028)	4단계(-2030)
추진 방향	자체 절감 활동 추진	주요 설비 교체 등	신재생 에너지 도입	신재생 에너지 확대
목표(2018 대비)	10% 감축	18% 감축	25% 감축	32% 감축

*2022년 에너지사용량 17,060TOE로 사용목표량(17,132TOE) 초과감축달성

고효율 기자재 사용

인버터 승강설비 및 고효율 변압기 설치

대내외 친환경 정책에 부응하고, 고객에게 쾌적한 환경을 제공하기 위해 한화생명은 3개 사옥(부산, 전주, 제주)의 승강기 11대를 인버터 방식의 고효율 설비로 교체하였습니다. 전기효율 상승으로 연간 약 13,000kWh에 해당하는 전력을 절약하고 있으며, 이는 1,505여 그루(CO₂ 6,215kg)의 식수 효과로 친환경 정책에 이바지하고 있습니다. 당사는 앞으로도 지속적으로 노후 시설물을 고효율 기자재로 교체할 계획이며, 에너지 절약과 함께 아름다운 환경이 조성될 수 있도록 끊임없는 노력과 연구로 진행해 나가겠습니다.

신재생 에너지 이용 확대

데이터센터 태양광 패널 설치

한화생명은 데이터센터 건물 옥상의 유휴공간에 태양광 패널을 설치하여 상시 전원용 전력을 확보하고 있으며, 에너지 효율을 제고한 친환경적 전산 운영 방식을 점진 확대하고 있습니다.

장교동 빌딩 태양광 패널 설치

한화생명 당사의 장교동 빌딩 개보수공사 시 외벽과 옥상에 태양광 패널을 설치하여 지속가능한 에너지 사용을 확대하였습니다. 외벽에 468개, 옥상에 396개의 태양광 패널을 설치하여 운영에 필요한 전기량의 약 2.5%(약 134kW)를 총당하고 있으며, 2022년 태양광 발전으로 약 106,883kWh의 전력을 생산하여 동력설비(공조기 등)에 공급하고 있습니다. 이에 따른 전력 사용량 절감으로 연간 약 1,400만 원 상당의 전기요금을 절약하고 있으며, 연간 12,370그루(CO₂ 발생량 51,100kg)의 식수효과로 온실효과 저감 및 생태계 보존에 일조하고 있습니다. 동 빌딩은 태양광 패널을 접목한 친환경빌딩이라는 점에서 국내에서 유일하게 세계초고층 도시건축학회 CTBUH(Council on Tall Buildings and Urban Habitat)의 리노베이션부문 대상을 수상하기도 했습니다. 당사는 향후에도 태양광 설비의 유지 관리 및 에너지 효율 관리를 철저히 진행하여 기업의 사회적 책임을 다하며 기후 변화에 적극 대응해 나갈 계획입니다.

환경영향 최소화

환경 문화내재화

에너지 절약캠페인 및 소등행사 참여

한화생명에는 세계자연기금(WWF)이 주관하는 지구촌 전등 끄기 행사인 어스 아워(Earth Hour)에 매년 참여하며 온실가스 줄이기 활동에 동참하고 있습니다. 기후변화의 위험성을 인식하고 지구 환경을 보전하자는 행사 취지에 따라 매년 3월 마지막 토요일(3월 26일) 저녁 8시 30분부터 1시간 동안 광고등, 경관 조명, 외등을 소등하였습니다. 또한, 에너지의 날(매년 8월 22일)을 맞이하여 에너지시민연대가 주관하고, 서울시와 산업통상자원부 후원으로 실시되는 에너지의 날 소등행사(5분간 소등), 냉방온도 2도 올리기 등 다양한 행사에 적극 참여하고 있습니다. 이와 같은 에너지 절약 실천을 통해 여름철 전력 피크시기 수급 안정과 온실가스 감축에 기여하고 있습니다. 한화생명은 향후에도 다양한 에너지 절약 캠페인에 적극 참여하는 한편, 기후변화 위기 극복을 위해 기후변화 위기에 대한 전자 공감대를 형성하고 탄소배출 저감을 위한 활동을 적극 실천할 예정입니다.



제19회 에너지의날 공식포스터

임직원 환경 교육

한화생명은 전 임직원을 대상으로 다양한 주제의 환경 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 환경 경영 원칙 내재화, 환경인식 제고, 최신 개정 법령, 기후변화 및 환경 트렌드 등과 같은 고품질 교육 콘텐츠를 통해 임직원 환경인식 제고에 기여하고 있습니다. 2022년 ‘기후변화와 에코지능(Eco-Intelligence)’을 주제로 환경교육을 시행하여 인간과 자연의 상호 영향, 자연에 대한 감수성과 공감 능력을 회복하는 기회를 제공하였습니다. 또한, 그린워싱에 대한 사례 조사를 팀별 공통과제로 제공함으로써 임직원의 환경인식 향상을 도모했습니다. 당사는 향후에도 정기적인 환경 교육을 실시하여 임직원의 환경경영 인식 수준을 제고하고, 쌍방향 커뮤니케이션이 강화된 임직원 참여형 교육 프로그램 개발을 강화할 예정입니다.

Give Green 캠페인

한화생명은 밀알복지재단 굿윌스토어와 함께 2022년 12월 약 2주간 ‘Give Green 캠페인’을 진행하였습니다. 의류, 잡화, 도서, 가전 등 사용하지 않고 집 안에 보관하던 임직원의 물품을 장애인 직업재활시설 굿윌스토어에 기부 물품으로 전달하여, 상품화 과정을 거친 물품에 대해 장애인 근로자가 최종 판매를 진행하였습니다. 이번 캠페인에 참여한 임직원은 총 140여 명이며, 5,800여 점에 달하는 기증 물품의 재판매 금액은 약 1,500만 원 상당으로 환산되었습니다. 본 캠페인을 통해 장애인 근로자의 고용창출 효과와 자원재활용을 통한 환경보호 효과가 동시에 창출되었으며, 기부 참여 임직원을 대상으로 연말정산 시 소득공제 혜택을 제공하여 사회공헌활동의 참여자와 수혜자 모두가 혜택을 공유하였습니다. 당사는 앞으로도 나눔문화를 확산하는 참신한 사회공헌 활동을 전개할 계획입니다.

참여 실적

구분	2022년
캠페인 참여기간	16일
참여 임직원	140명
기증물품	5,800점
기부금(판매) 환산금액	15,400,000원
월 장애인 고용창출	10명
온실가스 절감(정장 1벌 제작 시, 1.3kg가스 배출)	7.5t
사회가치 창출	물 소비 절약(티셔츠 1장 제작 시 2,700L 소요)
소나무 식재효과 (CO ₂ 절감효과를 소나무 식재효과로 대입)	1,142그루

기증 물품

기증 물품	기증수(건)
의류	3,652
잡화(가방, 신발, 스카프, 장갑 등)	606
생활용품(주방, 인테리어 등)	93
건강/미용용품(세제류, 화장품 등)	129
문화(도서, 문구, 완구, 취미용품 등)	1,270
소형가전/가구	36
식품	14
총 합계	5,800

환경영향 최소화

생물다양성 보호

여의도 셋강 봉사 활동

2021년 여의도 셋강에 멸종위기 야생동물 1급 천연기념물 수달이 서식하고 있는 것으로 확인됐습니다. 수달의 서식이 발견된 이후, 여의도에 주요 본사가 위치한 한화금융 계열사 임직원은 월드비전, 사회적협동조합 한강이 함께 셋강봉사활동을 전개하고 있습니다. 국내 서식 중인 수달 종은 유라시아 수달(Eurasian Otter)로, 총 개체수는 2023년 기준 약 1~3천 마리로 집계되고 있으며, 국제자연보존연맹(IUCN) 지정 멸종위기종(Red List)으로 “가까운 위험(Near Threatened)” 종으로 지정된 상태입니다. 생태계 최상위에 있는 수달의 서식지를 보호함으로써 먹이사슬의 낮은 단계에 있는 생물까지도 보전하기 위해 수달 모니터링, 수달 인식 증진을 위한 보호구역 설치 등을 진행하고 있습니다. 2022년에는 임직원 76명, 총 304시간에 달하는 ‘셋강 수호대’ 활동을 통해 수달을 중심으로 하는 셋강 보호 활동을 수행하였으며, 임직원 21명, 84시간에 걸쳐 생물교란종 식물을 제거하는 ‘뽕깅’ 활동을 수행했습니다. 한화생명은 앞으로도 셋강 수달 보호는 물론, 셋강 어린 나무 살리기, 셋강 어류 및 조류 모니터링 등 셋강 보호를 위한 다양한 생물다양성 보호 활동을 지속 추진할 예정입니다.

The Orange Koala 캠페인

2022년 5월, 한화생명은 ESG 경영의 일환으로 ‘The Orange Koala(오렌지 코알라)’ 디지털 캠페인을 진행하여 멸종위기 동물에 대한 사회적 인식을 제고하고 환경 보호 메시지를 전파하였습니다. 무분별한 자연훼손으로 멸종 위기에 놓인 코알라 캐릭터를 모티브로 기획된 본 캠페인은 한화생명의 공식 인스타그램의 오렌지 코알라 기부 캠페인 게시물에 ‘좋아요’ 또는 ‘댓글’을 작성할 경우, 1건의 참여당 1천 원의 기부금이 적립되는 형태로 진행되었습니다. 한화생명은 캠페인을 통해 총 1천만 원의 기부금을 국제 환경문제를 다루는 국제공인 NGO인 ‘푸른아시아’에 전달하였습니다.



셋강 봉사 활동



수달 보호구역 설치



The Orange Koala 캠페인

환경영향 최소화

환경영향 저감

페이퍼리스(Paperless) 환경 구축

한화생명은 친환경 인증을 받은 복사용지를 사용하며 환경영향을 간접 저감하고 있습니다. 해당 인증은 환경, 사회, 경제 측면에서 지속가능한 산림 경영 여부를 제3자가 평가 및 인증하는 제도입니다. 당사는 FSC¹⁾ 및 PEFC²⁾ 인증을 획득한 제품을 사용하며 산림에서부터 목재, 펄프, 제지, 인쇄 분야에 걸쳐 최종 소비자에 이르는 관리체제(Chain of Custody) 내 지속가능한 구매를 강화하고 있습니다.

- 1) FSC(Forest Stewardship Council, 산림관리협의회) 인증 : 국제산림관리협의회에서 구축한 산림경영인증 시스템으로, 지속 가능한 산림경영을 수행하기 위한 자발적 국제 규격
- 2) PEFC(Programme for the Endorsement of Forest Certification, 지속가능한 산림경영인증) : 산림 자원의 지속 가능한 사용을 보장하기 위해 제3자 인증을 제공하는 국제 비영리 및 비정부 기구에서 구축한 친환경 인증

친환경 제품 구매 활성화

한화생명은 친환경 구매 활성화를 위해 사무용 집기 구매 시 친환경 소재를 사용한 제품을 구매하고 있습니다. 고객센터 내 천연비누를 비치함으로써 화학성분 사용을 줄여 수질 오염을 저감하고 있으며, 장애인에게 일자리를 제공하는 사회적 기업에서 생산된 제품을 선택하여 사회적 가치 창출에도 간접 기여하고 있습니다.

한화 태양의 숲

‘한화 태양의 숲’은 2011년 시작된 한화그룹의 친환경 캠페인으로, 태양광에너지를 활용하여 묘목을 키우고 국내외에 친환경 숲을 조성하며 기후변화와 환경문제에 대응하고 있습니다. 한화생명도 캠페인에 동참하여 사막화 방지, 수질 및 대기 정화, 토사유출 방지, 탄소저감 및 상쇄 등의 다양한 환경적 효과를 창출하고 있습니다. 몽골 토진나르스 자연보호구역을 시작으로 중국, 한국 등 총 10개의 숲을 조성했고, 147만 제곱미터에 달하는 토지면적에 약 54만 그루의 나무를 심었습니다.

CASE STUDY :: ESG 경영 실천을 위한 자원순환 업무협약체결

한화생명은 E-순환거버넌스와 ‘전기·전자제품 자원순환 실천 업무협약(MOU)’을 체결하여 국내 금융권 최초로 전기·전자제품 자원순환 체계를 구축했습니다. 협약에 따라 2023년 4월말 기준 신분증스캐너 378대를 폐기하였으며, 연내 프린터 1천 8백여 대 등을 E-순환거버넌스로 연계하여 재활용할 예정입니다. 폐기물 처리부터 재활용 처리까지의 전 과정은 한국환경공단을 통해 처리 적정성을 검증받아 투명성을 제고할 계획입니다. 본 자원순환 활동을 통해 연간 약 172톤의 폐전기·전자제품 재활용을 통해 탄소 배출량 570톤을 감축하는 효과를 거둘 수 있을 것으로 예상됩니다.



사회적 책임 실천과 나눔 경영

Social

ESG

PERFORMANCE

소비자중심 경영

고객만족제고

사회공헌 활동

인재경영

인권경영



소비자중심 경영

소비자보호 전략

한화생명은 상품개발단계부터 판매 및 사후과정관리 등 전 과정에 걸쳐 소비자보호를 최우선으로 고려하여 이를 위한 다양한 노력을 기울이고 있습니다. ‘금융소비자보호 실천의 날’을 지정하여 소비자중심경영 문화 확립 및 실천의지를 제고하고, 소비자보호 관련 교육방송을 정기적으로 운영하고 있습니다. 또한, 금융소비자보호법을 준용한 내규를 마련하여 완전판매문화 정착을 위한 노력을 강화하고 있습니다. 이에 더해, 소비자 관련 법규의 변경사항, 고객의 소리(VOC), 대내외 평가결과 및 우수 사례, 전사 모니터링 결과 등을 반영하여 고객 응대 프로세스 및 매뉴얼을 지속적으로 개선·관리하여 전사 소비자보호 수준을 제고하고 있습니다.

소비자보호 전략

소비자보호 로드맵

금융소비자 권익 증진

대외민원 지속 감축

- 제도, 프로세스, 시스템 개선으로 민원 감축
- 불완전판매(모집) 관련 민원 지속 감축
- 보험심사팀, 보험서비스팀 등 유관부서와 협업 강화로 민원 재발 소지 감축

분쟁 사전예방 강화

- 민원예방교육 강화 및 불완전판매 평가 개선
- 소비자보호실무협의회 및 VOC 분석을 통한 제도와 프로세스 개선
- VOC 시스템 활용성 개선 프로젝트를 통한 소비자만족도 향상

완전판매 관리 개선

- 금융소비자보호 실천의 날 실시(매월)
- 금소법 위반 관련 조치기준 강화
- 자필서명 미행 및 개인정보 관련 FP 조치 기준 강화

<div style="border: 1px solid gray; padding: 10px; background-color: #f0f0f0;"> <p>완전판매 관리</p> <hr style="border: 0.5px solid gray;"/> <p>대외민원 감축</p> </div>	>	<p>완전판매 지속 개선(2023년)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 금융소비자보호법 관련 기준 및 지침 등 내규 정비 • 불완전판매율 0.06% 이하 달성 • 고객불만/불편사항에 대한 신속개선 체계 마련 	>	<p>완전판매 최고 수준 달성(2024-2026년)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 금소법 준수 및 완전판매 관리 혁신 지속 • 불완전판매율 0.05% 이하 달성
	>	<p>민원관리 체계 고도화(2023년)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전사적 민원관리체계 지속 강화 • 소비자보호센터 실행력 강화 • 소비자보호 주요 관리지표 선진화 추진(DAP 구축 등) 	>	<p>민원관리 최우수 수준 달성(2024년-2026년)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 금융소비자보호실태평가 ‘민원 건수, 민원처리기간’ 최우수 수준 달성 • 대외민원 관련 제도·프로세스 혁신

CASE STUDY :: 소비자중심경영문화 확립

한화생명은 소비자중심경영 문화를 확립하기 위해 소비자보호 대책을 마련하여 ‘금융소비자 보호법’의 정착 및 준수를 지원하고, 조직문화 개선을 통해 소비자중심경영 문화를 확립하고자 노력하고 있습니다. ‘금융소비자보호 실천의 날’ 행사를 정기적으로 실시하고 있으며, 2022년 매월 전 임직원을 대상으로 소비자중심경영 캠페인을 진행하였습니다. 또한, 완전판매 입증 프로세스를 마련하여 GA 판매 자회사와의 유기적인 협업, 불완전판매 개선을 위한 점검 및 현장 소통, 6대 판매원칙 준수 및 설명의무 이행 등 소비자보호를 위한 노력을 지속 전개하여 소비자보호문화의 선진화에 앞장서고 있습니다. 당사는 늘 고객의 관점에서 금융소비자보호 관련 제도, 프로세스 및 시스템을 점검·개선하여 소비자 중심의 조직문화를 확립하기 위해 노력하고 있습니다.

소비자중심 경영

소비자보호 조직

한화생명에는 대표이사 직할 전담 조직인 소비자보호실을 운영하여 다양한 소비자보호활동을 강화 중이며, 하위 조직으로 소비자기획파트와 소비자보호파트로 구성하여 세분화된 활동을 전개하고 있습니다. 소비자기획파트는 소비자보호 관련 정책 수립 및 실행, 불안전판매관리, 대외평가 관리, 소비자중심경영 문화전파, 상품광고·선전물에 관한 승인관리 업무를 담당하며, 소비자보호 파트는 대내외 민원을 전담 관리하고, VOC분석을 통하여 민원 예방을 위한 개선활동을 추진하고 있습니다.

소비자보호 조직도



금융소비자보호 내부통제위원회

한화생명은 금융소비자보호 의사결정 기구인 금융소비자보호 내부통제위원회를 설치하여 운영하고 있습니다. 해당 위원회는 대표이사, CCO(Chief Consumer Officer, 소비자보호총괄책임자), 준법감시인, 위험관리 책임자 및 그 밖에 대표이사가 정하는 금융소비자보호 관련 업무담당 임원으로 구성되어 있습니다. 또한, 대표이사가 주재하는 회의를 반기당 1회 개최하여 금융소비자보호 관련 경영 방향 및 주요 제도 변경사항, 상품개발, 영업방식, 정보공시, 임직원 성과보상체계 등의 설계·운용 내역에 대한 평가 결과, 그 밖의 금융소비자보호 관련 점검 결과에 대한 조치 등을 검토 및 논의하고 있습니다.

소비자보호(실무)협의회

소비자보호협의회는 대표이사가 임명한 소비자보호 총괄책임자(CCO)를 협의회장으로 선임하였으며 보험 서비스팀장, 언더라이팅팀장, 보험심사팀장, 영업추진팀장, GA사업부장, 기획관리팀장, 상품개발팀장, 준법감시팀장 등 총 9명으로 구성되어 있습니다. 본 협의회는 주요 소비자보호 제도, 관련 정책 및 업무 프로세스를 개선하고 VOC를 기반으로 실질적인 경영 개선 활동을 촉진하는 역할을 담당하고 있습니다. 상품개발, 상품판매, 계약유지 및 사후관리까지 각 단계별로 소비자와 관련한 중대사안을 심의하고, 이슈별 대책을 수립하며, 금융사고 의심건에 대한 의사결정을 신속히 처리하여 소비자 권익을 보호하고 있습니다. 이외에도, 금융상품 광고 관리, VOC 관련 업무 개선 등 소비자 관점에서 다양한 개선 과제를 도출함으로써 소비자보호 강화 및 소비자 만족 제고를 위해 다각적 노력을 기울이고 있습니다.

소비자보호센터

한화생명은 소비자보호 현장 실행력을 강화하기 위해 소비자보호실 산하 전국 8개의 소비자보호센터를 운영하고 있습니다. 소비자보호센터에서는 소비자보호 담당자의 책임과 권한을 확대하여 소비자 피해 예방을 위한 교육계획 수립 및 교육실행을 지원하고 있으며, 소비자 권익 보호를 보다 신속하게 진행함으로써 소비자보호의 책임을 다하고 있습니다. 더불어 전사 협의체 참여 및 제도 개선을 위해 월 1회 소비자보호센터의 민원사례 공유를 실시하여 소비자권익보호를 제고하고 있습니다.

소비자중심 경영

소비자보호 활동

공정거래위원장 우수기업 표창 및 금융소비자보호현장 실천 서약식

한화생명은 2022년 12월, 공정거래위원회가 개최한 제27회 소비자의 날 기념식에서 공정거래위원장 표창을 수상했습니다. 금융소비자보호를 위한 제도 및 프로세스를 개선하고, 소비자중심경영을 체계화한 점을 높이 평가받았습니다. 당사는 2023년 1월, 금융소비자보호현장 실천 서약식을 실시하였습니다. 2021년을 시작으로 3회를 맞이한 이번 서약식은 코로나19로 참가에 제약이 있었던 지난 행사와 달리 많은 임직원이 참가하여 그 의미를 더했습니다. 한화생명 나채범 부사장, 한화생명금융서비스 이경근 대표이사, 한화라이프랩 고병구 대표이사, 각 3사의 소비자보호총괄임원(CCO), 본사 소비자보호실 임직원이 현장에 참석하였으며 지역별 소비자보호실 직원은 온라인 화상으로 함께 참여하였습니다. 한화생명 전 임직원과 GA 판매 자회사의 임직원 및 설계사(FP)는 온라인 실천서약을 통해 금융소비자보호 마인드를 제고하는 한편, 소비자보호 실천 행동강령을 되새기고 ‘완전판매 실천’과 ‘소비자중심경영’ 의지를 공고히 하였습니다.

소비자포털

한화생명은 소비자와의 소통을 꾸준히 강화하고 소비자중심경영을 실천하고자 당사 홈페이지 내 ‘소비자포털’을 운영하여 고객의 소리, 소비자보호체계, 민원건수 공시, 금융소비자보호실태평가, 구비서류안내, 소비자보호우수사례, 자주 묻는 질문, 소비자금융교육 등의 정보를 투명하게 공개하고 있으며, 고객 편의 증대를 위한 다양한 정보를 함께 제공하고 있습니다.



2022년 공정거래위원장 우수기업 표창

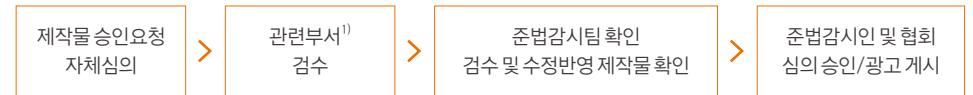


2023년 금융소비자보호현장 실천 서약식

금융상품 등 광고 승인관리 시스템 운영

2021년 시행된 금융소비자보호법에 따라 한화생명은 광고물 승인관리 시스템을 고도화하여 실무부서의 승인 요청에서부터 검수, 수정, 준법감시인 승인 및 광고위원회 심의에 이르는 전 과정을 체계적으로 운용·관리하여 해당 법률을 철저히 준수하고 있습니다. 금융상품 광고는 ‘금융소비자보호법’에서 제재 수위가 가장 높은 규제 대상으로, 허위·과장 광고로부터 소비자를 보호하고 영업현장과 소비자에게 정확한 상품정보를 제공하기 위해 광고물의 내부 검증을 강화하도록 규정하고 있습니다.

금융상품 등 광고 승인관리 프로세스



1) 소비자보호실, 상품개발팀, 브랜드전략팀, 변액계정사업부

소비자보호 사이버 교육 실시

한화생명은 금융소비자보호를 위한 의식을 제고함으로써 민원을 사전에 예방하고 고객 감동 경영을 실천하기 위해 전 임직원을 대상으로 ‘금융소비자보호 사이버 교육 과정’을 법정필수과정에 포함하여 매년 운영하고 있습니다. 2022년에는 금융소비자보호법의 개념, 금융상품 유형별 영업행위 준수사항, 금융상품판매업자 등에 대한 감독과 분쟁사례 등에 대해 총 2,393명이 학습을 완료했으며, 임직원들에게 금융소비자보호의 중요성에 대해 공감할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

CASE STUDY :: 보이스피싱 신고센터 24시간 운영

한화생명은 생명보험업계 최초로 보이스피싱 신고센터를 24시간 운영하여 기존의 소비자 보호 사각지대 시간대를 해소함으로써 고객의 금전자산을 적극적으로 보호하고 있습니다. 24시간 체제 전환으로 고객들은 업무시간(오전 9시~오후 6시) 외에도 언제든지 콜센터 ARS(1588.6363)를 통해 보이스피싱 피해사례를 접수할 수 있습니다. 당사는 신고 접수 즉시 보험계약 대출 등 제지급 및 신용대출업무, 고객 정보 변경 업무를 제한하여 고객의 피해를 예방하고 있습니다. 향후 모바일과 홈페이지를 통해서도 보이스피싱 의심 신고가 가능하도록 접수 창구를 확대해 나갈 계획입니다.

소비자중심 경영

금융소비자 보호 강화를 위한 제도·프로세스 개선

금융소비자보호 내부통제체계 운영 및 자체점검 실시

한화생명에는 금융소비자 보호를 위한 내부통제체계를 운영하고 있으며, 반기별 1회 자체점검을 실시하고 있습니다. 이에 더해 소비자 관련 제도와 프로세스를 지속적으로 개선하고 있으며, 계약체결 단계에서 불완전판매를 예방하는 등 소비자 보호활동을 지속적으로 다각화하여 전개하고 있습니다. 보험계약 단계에서 불편사항이 발생한 경우, 소비자는 콜센터 및 FP 등을 통해 의견 전달이 가능하며, 이에 대해 당사는 GA 판매 회사 및 제휴 GA와의 협업을 바탕으로 신속하게 응대하고 있습니다. 또한, 금융현장을 직접 방문하여 현장 점검을 실시함으로써 불합리한 계약을 사전에 방지하고 금융소비자 보호를 위한 영업 문화를 확립하고 있습니다. 이외에도, 전 FP와 영업판매직원을 대상으로 '완전판매 교육방송'을 제공하여 완전판매문화 정착을 가속화하고, 기관장 주관의 '금융소비자보호 실천의 날'을 매달 운영함으로써 관련 법률과 규정에 대한 이해도를 제고하며 완전판매와 소비자중심경영 실천의지를 강화하고 있습니다.

**금융소비자보호
실천의 날**

- 최근 대표적인 대외민원 불수용사례 공유를 통한 시사점 및 완전판매의 중요성 공유
- 계약체결 단계에서 불완전판매 예방 및 관행 개선
- 소비자보호에 관한 법규 교육 및 현황 공유

맞춤형 약관 제작 시스템 구축

소비자 편익을 높이고 약관에 대한 접근성을 제고하기 위해 맞춤형 약관 제작 시스템을 구축했습니다. 기존 약관에는 가입하지 않은 상품 내용까지 다수 포함되어 소비자가 필요한 내용을 찾는 데 있어 어려움이 발생할 소지가 있는 데다 보험금 지급 사유 발생 시 약관 내용이 복잡하여 오히려 소비자 분쟁으로 이어질 수 있는 소지가 있다는 점을 파악하여 이를 개선하고자 했습니다. 이에 따라 소비자가 실제 가입한 보험상품의 약관만 선별하여 구성한 '맞춤형 약관' 제작 시스템을 구축하여 2023년 1월 비대면 채널뿐만 아니라 대면 채널까지 확대 적용했습니다. 대면 채널이 타 채널에 비해 모집 비중이 높은 만큼 맞춤형 약관에 대해 소비자가 체감하는 영향력이 증대될 것으로 예상됨에 따라 당사는 앞으로도 고객 편익을 증진하는 시스템을 지속적으로 개발할 예정입니다.

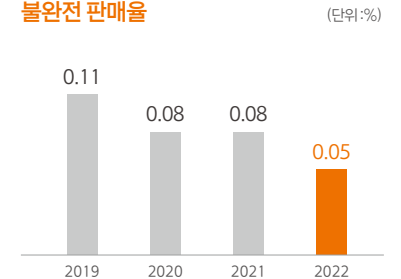
완전판매 모니터링

한화생명에는 불건전 영업행위를 근절하고 완전판매 영업문화를 조성하기 위해 GA 판매 회사의 완전판매 프로세스를 주기적으로 점검하고 있습니다. 한화생명금융서비스를 포함한 전 지점에 '영업행위 윤리준칙'을 배포하여 불완전 판매행위를 근절하고, 정기 교육을 제공하여 준법의식을 제고하고 있습니다. 또한, 2013년부터 매년 미스터리쇼핑을 시행하여 영업행위 윤리준칙의 이행 여부를 점검하고 완전판매 영업 문화를 공고히 하고 있습니다. 그 결과, 2022년에는 '양호' 등급을 달성하였으며, 각 지점에 피드백을 제공하여 지속적인 서비스 품질 개선을 지원하고 있습니다. 이 밖에도 수시로 영업 현장을 방문하여 청약서 자필 여부, 변액보험 적합성 진단 등 완전판매를 점검하며, 지점장, FP, 사무직 면담을 통해 현장 점검 시 확인된 불완전판매 요인을 파악하기 위한 노력 또한 지속하고 있습니다. 한화생명은 앞으로도 금융소비자의 권익을 침해하는 영업행태를 적극적으로 개선할 예정입니다.

완전판매 교육방송

2021년	「금융소비자보호 No.1」 금융소비자보호법 주요 내용 및 완전판매 실천 전략
2022년	「금융소비자보호 No.1」 금융소비자보호법 관련 주요 변경 내용 및 완전판매 실천 전략
2023년	「K-완판 New Start」 최근 대내외민원 및 불완전 판매 현황분석을 통한 완전판매 실천 전략

불완전 판매율



완전판매 포스터 게시

완전판매 영업문화를 확산하여 불완전판매율을 혁신적으로 감축하고, 나아가 대내외 민원 예방을 위해 당사는 '완전판매 포스터'를 제작하여 전 기관(GA 판매 회사 포함)에 배포 및 게시하고 있습니다. 특히, 2021년 3월 25일 금융소비자보호법 시행 이후 관련 내용을 포스터 디자인 콘셉트에 적극 반영하여 2023년에는 '완전판매하셨습니다? 금소법이 지켜보고 있습니다'라는 헤드카피와 함께 '6대 판매원칙' 준수를 강조한 포스터를 배포하여 전 임직원 및 FP가 완전판매의 중요성을 내재화할 수 있도록 독려하고 있습니다.

소비자중심 경영

소비자의견(VOC) 청취

VOC 접수 채널 운영

한화생명에는 VOC 접수 채널을 다각화하여 각 지역 고객센터, 콜센터, 홈페이지 내 소비자포털, 홈페이지 하단의 전자민원 접수, 한화생명 APP 소비자보호포털 내 의견 접수 창구 등을 운영하고 있습니다. 이를 통해 고객이 한화생명의 보험 상품 및 서비스를 이용 시 느꼈던 불편 및 건의사항 등을 보다 쉽게 제기할 수 있도록 하였습니다. VOC 접수 채널을 통해 수집된 고객 의견은 한화생명의 VOC 관리 시스템인 ‘한화톡톡’에 5개 유형(칭찬, 문의, 요청, 불만, 제안)으로 분류·등재되며, 당사는 이를 관련 부서에 배정하여 신속하게 처리하고 있습니다. 아울러, VOC 고객 의견을 경영활동에 반영하여 고객만족도 제고에 지속적인 노력을 전개하고 있습니다.

VOC 처리 프로세스



소비자의견 청취 및 반영 활동

한화생명은 소비자에게 필요한 상품과 서비스를 제공할 수 있도록 고객의 의견을 청취하고 있습니다. 매년 집단심층면접(FGI, Focus Group Interview)을 실시하여 소비자보호 관련 의견을 청취하며, 개선사항을 발굴하여 상품 기획 및 개발 과정에 반영하고 있습니다. 2022년 ‘유병자 전용 상품·서비스 개발’을 위해 고객과 FP대상 니즈 조사를 실시하였으며, ‘다이렉트 암보험 가입 편의 향상’을 위한 조사를 실시하여 ‘CS 향상 정책 수립’에 반영하였습니다. 또한, ‘한화생명 APP’ 사용성조사를 통해 애플리케이션 고도화를 추진하였으며, 고객만족도(CSI, Customer Satisfaction Index) 조사를 실시하여 당사 VOC 시스템의 수준을 진단하고 향후 개선을 위한 개발전략을 모색하였습니다. 당사는 이와 같이 소비자 의견을 기반으로 한 상품 및 서비스 개발에 주력하고 있습니다.

민원처리 서비스품질 모니터링 제도 실시

한화생명은 대내 VOC 수용 처리 건에 대해 ‘민원처리 서비스품질 모니터링’ (모바일)을 VOC 종료 직후 실시간으로 실시하여 인사성, 친절도, 고객배려 등 해당 지역 소비자보호센터의 서비스 만족도 및 VOC 처리 건에 대한 고객 의견을 모니터링하고 매월 소비자보호담당자에게 피드백을 제공하여 개선될 수 있도록 체계적인 시스템을 운영하고 있습니다. 2022년 총 883건의 고객 참여 건수가 집계되었으며, 이 중 83.5%가 민원처리 서비스품질에 만족한 것으로 확인되었습니다.

고객만족제고

고객만족 전략

한화생명에는 고객 만족 실현과 고객가치 제고를 최우선으로 생각하며 소비자중심경영(CCM, Customer Centered Management)을 추진하고 있습니다. 앞으로도 고객 만족도 최우수 수준 달성을 위해 관련 제도 및 프로세스를 개선하고 신규 서비스를 제공하여 소비자중심경영을 더욱 체계화할 계획입니다.

고객만족도 관리 증장기 로드맵

고객만족도 관리 강화
2023년

- 소비자중심경영(CCM) 9회 연속 인증 달성·유지(2023년 격년 심사)

한국생산성본부 주관
국가고객만족도(NCSI) 조사 1위 달성 도전

고객만족도
최우수 수준 달성
2024년~2025

- 금융소비자보호실태평가 업계 최우수 수준 달성
- 공정거래위원회 주관 소비자중심경영(CCM) 우수 인증기업 포상 대통령상 도전
- 국가고객만족도(NCSI) 조사 1위 달성 및 유지
- VOC 시스템 신규 오픈을 통한 고객만족도 향상

CASE STUDY :: 2023년 콜센터 “특별공헌상” 및 “일하기 좋은 콜센터” 수상

2023년 5월, 한화생명은 한국능률협회컨설팅(KMC) 주관 KSQI 콜센터 조사 20주년 기념 특별시상인 “특별공헌상”과 “일하기 좋은 콜센터”의 총 2개 부문 모두 수상하는 쾌거를 이루었습니다(334개 사 중 유일). 앞으로도 한화생명은 콜센터 운영 경영 원칙 및 철학, 상담사 업무 환경 및 조직 문화, 리더십/매니지먼트, 인력지원 인프라 등 종합적 요소를 고려하여 상담사 근무환경 조성에 앞장설 뿐만 아니라 콜센터 산업 발전에 적극적으로 기여함으로써 고객서비스 우수성 및 고객중심 경영성적을 지속적으로 제고할 계획입니다.

고객만족 서비스

한화생명은 다양한 고객 특성에 맞는 신속, 정확, 친절한 서비스를 제공함으로써 고객 만족도를 제고하고 있습니다.



콜센터 “디지털 보이는 ARS” 오픈

- 휴대폰에서 시각화된 화면을 보며 터치를 통해 서비스 이용 가능
- 상담 유형별 전문 상담사 연결 서비스 운영



다양한 고객센터 서비스 운영

- 장애인, 노약자, 임산부 고객 등 금융취약계층을 대상으로 하는 ‘사랑나눔 창구’ 운영
- 고객 대기 시간을 최소화하는 ‘방문예약 신청 서비스’ 제공

2023년 KSQI 고객감동플래티넘 콜센터 선정

- 2023년 2년 연속 고객감동콜센터 선정
- 2023년 15년 연속 우수콜센터 선정
- 2023년 5년 연속 플래티넘콜센터 선정
- 2023년 KSQI 12년 연속 1위
- 2023년 KSQI 우수콜센터(서비스영역)
 - 생명보험사 19개사 중 단독 1위 달성
- 2023년 KSQI 플래티넘콜센터(우수콜센터 10년 연속 달성시 선정)
 - 생명보험사 19개사 중 8개사만 선정
- 2023년 KSQI 고객감동콜센터(서비스영역 & 공감영역)
 - 생명보험사 19개사 중 단독 1위 달성
 - 55개 산업군 334개사 중 공동 1위 달성

고객만족제고

고객만족 서비스

콜센터 “디지털 보이스 ARS” 오픈

한화생명은 대고객 서비스 이용률을 제고하고 비대면 업무를 활성화하기 위해 콜센터 ARS 시스템을 고도화하여 2022년 12월 “디지털 보이스 ARS” 서비스를 오픈했습니다. 별도의 회원가입 없이 스마트폰으로 콜센터에 발신한 경우, 음성 안내와 함께 시각화된 화면에서 업무를 직접 터치하여 기존보다 쉽고 빠른 업무 처리를 지원하고 있습니다. “나의 계약정보”, “증명서 셀프 발행”, “신계약 모니터링 진행 서비스” 등이 추가되었으며, 새로운 계약자 확인 인증 수단인 휴대폰 인증, 신분증 진위 여부 인증 등을 도입하여 기존의 음성 ARS 서비스보다 간편한 서비스를 제공하고 있습니다. 이에 더해 디지털 기술 혁신을 바탕으로 2020년 AI 음성봇(아웃바운드)을 도입하여 보혐료 납입 최고 및 해지를 안내하고 있습니다. 당사는 앞으로도 보다 편리한 고객서비스를 제공하기 위해 시 기반의 디지털 서비스 구축을 강화할 계획입니다.

고객센터

한화생명 고객센터는 다양한 서비스 분야에서 고품질의 상담 서비스를 제공하고 있으며, 특히 금융취약계층을 대상으로 ‘사랑나눔 창구’, ‘방문예약 신청 서비스’ 등을 제공하여 고객 편의를 증진하고 있습니다. 사랑나눔 창구는 금융취약계층인 장애인, 노약자, 임산부 고객 전용 창구로, 거동이 불편한 고객에게 신속한 금융상담을 제공하여 편리성을 강화한 제도입니다. 방문예약 신청 서비스는 고객센터 방문 전에 고객센터 방문 일자 및 시간을 지정하여 예약할 수 있도록 지원하여 고객의 대기 시간을 최소화하는 데 기여하고 있습니다. 이와 같은 다양한 고객 편의 서비스를 제공한 결과, 한화생명 고객센터는 2022년 KSQI 고객센터 부문 13년 연속 1위에 선정되는 의미 있는 성과를 기록하였습니다.

고객만족 성과

공정거래위원회가 주관하고 한국소비자원이 평가하는 소비자중심경영(CCM) 우수기업 인증을 9회 연속 획득하였습니다. 해당 인증은 소비자중심경영 체계 구축 및 지속적인 개선활동 실시 여부를 심사하여 2년마다 평가·인증하는 제도로, 당사는 2007년 최초 인증 이후 2023년까지 9회 연속 CCM 우수기업 인증을 획득하여 ‘명예의 전당’에 헌정됨으로써 소비자중심경영에 대한 전사적 의지 및 지속적 개선을 증명했습니다. 또한 국가고객만족도조사(NCSI)조사 결과, 한화생명은 2013년 이후 조사대상 6개사 중 2위를 유지하고 있습니다. 이외에도 2023년 한국능률협회컨설팅 주관의 한국산업 서비스품질지수(KSQI)에서 2년 연속 고객감동콜센터로 선정(2022년 신설)되었으며, 15년 연속 우수 콜센터 및 5년 연속 플래티넘 콜센터로 선정되는 쾌거를 달성했습니다. 이와 같이 한화생명은 높은 서비스 품질을 바탕으로 콜센터와 고객센터의 효과적 운영을 통해 고객만족을 창출하며 다양한 성과를 대외적으로 인정받고 있습니다.

한화생명 우리들의 행복한 일터 만들기

한화생명은 2008년 ‘우행터(우리들의 행복한 일터 만들기)’ 서비스를 개시하여 고객사가 소비자 중심의 건전한 조직문화를 조성하고 산업 전반의 CS(고객만족) 수준을 제고할 수 있도록 다양한 지원을 제공하고 있습니다. 특히, 기업체 및 공공기관을 대상으로 CS기반·심화, 리더십, 조직활성화, 특화교육, 법정무교육, 금융교육 등 한화생명의 CS교육 프로그램 및 강의를 제공하고 있습니다. 2023년 3월까지 3,966여 개 고객사가 본 서비스를 신청하였으며 180,185여 명이 해당 교육을 수료하였습니다. 또한, 2023년 4월 우행터 서비스 시즌2(우행터 PLUS 서비스)를 오픈하면서 Plus(콘텐츠 강화), Live(실행력 강화), Unique(성장강화), Sense(관계강화)라는 주요 컨셉 변화를 통해 맞춤형 교육서비스를 제공하여 ESG 경영에 더욱 기여할 계획입니다.

CASE STUDY :: 콜센터 및 고객센터 코로나 19 대응

코로나19가 급속도로 확산됨에 따라 한화생명은 코로나19 감염 고위험군에 속하는 콜센터 및 고객센터 근무자 보호를 위해 다양한 감염 예방 조치를 실시했습니다. 먼저 콜센터 상담사 및 고객센터 텔러의 마스크 착용을 의무화하였으며, 콜센터 상담부스 높이를 60cm에서 90cm로 확장하여 직원 간 감염을 예방하고자 했습니다. 또한, 상담사 재택근무 시스템을

을 도입하여 사무실 출근자 수를 일정 수준 이하로 조정하고 사무실 내 좌석 간격을 일정 수준 이상으로 확보하였으며, 고객센터 상담부스에는 아크릴 가림막을 설치하여 고객 및 텔러의 건강을 보호했습니다. 또한, 엘리베이터(일 3회) 및 사무실, 복도, 화장실(일 2회)을 주기적으로 소독하며, 1층 및 지하주차장에는 열 감지 온도계를 비치하여 체온 검사 결과 37도 이상인 경우 귀가 조치하였습니다. 아울러 코로나19 자가진단 키트를 지원하여 매주 월요일 또는 첫 출근 전 자가진단 검사를 통해 코로나19 확산을 예방함으로써 상담사 및 텔러의 건강과 안전한 근무 환경을 지원하고 있습니다.

고객만족제고

고객 소통 확대

한화생명에는 회사 홈페이지 및 다양한 온라인/모바일 등 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 고객을 위한 유익한 생활 정보를 제공하고 있습니다. 유튜브, 인스타그램, 블로그 등 다양한 SNS 채널을 통해 고객과 소통하고, 생활 전반에 필요한 보험, 건강, 금융 등의 유용한 정보와 한화생명의 상품 및 서비스를 연계한 콘텐츠를 제공하여 고객 편의를 제고하고 있습니다.



LIFEPLUS 트라이브 앱 화면

LIFEPLUS 소개

LIFEPLUS는 고객의 풍요로운 삶을 위해 필요한 네 가지 핵심요소(Financial, Physical, Mental, Inspirational)를 ‘홀리스틱 웰니스’(Holistic Wellness)의 개념으로 새롭게 조명하고, 이를 유용한 라이프스타일 콘텐츠와 미래지향적 관점에서 삶의 질을 제고할 수 있는 상품과 서비스로 제안합니다.

LIFEPLUS 트라이브 앱 서비스 소개

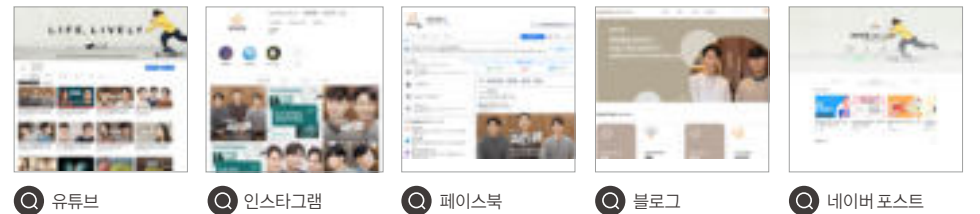
2022년 9월 오픈한 LIFEPLUS 트라이브 앱 서비스는 LIFEPLUS 브랜드 가치 하에 앱 기반 혜택 제공 프로그램을 운영하고, 다양한 브랜드 경험 활동을 지원하여 고객의 삶을 풍요롭게 하는 삶의 동반자를 브랜드 미션으로 지향합니다. 기존 활동과 달리 관심사 중심의 혜택 및 브랜드 경험을 제공하여 주제별 진성 고객과의 동반 성장을 위한 긍정적 관계를 구축하고자 합니다.

향후 러닝, 골프 등 스포츠 외에도 아트, 뮤직, 미식 등 새로운 주제를 추가하여 다양한 주제별 관심사 커뮤니티를 구축하고, 나아가 잠재 고객과의 관계 또한 형성하고자 합니다. 또한, 관심사 주제별 지식·정보 측면의 ‘콘텐츠’와 교류·공감 측면의 ‘커뮤니티’를 서비스 핵심 기능으로 추가 구축하여 사용자 만족도를 제고할 계획입니다.

한화생명 SNS

한화생명은 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 블로그, 포스트 채널 등 다양한 SNS 채널을 운영하여 고객과의 소통을 강화하고 있습니다.

브랜드 콘텐츠	• 신규 상품 및 서비스, 온·오프라인 캠페인, 기업 PR 이벤트 등 다양한 브랜드 콘텐츠 제공
기업문화 콘텐츠	• 채용, 조직 문화, 복지 등 MZ세대를 대상으로 브랜드 이미지 제고를 위한 공감 및 소통 콘텐츠 제공
금융 콘텐츠	• 보험 및 금융 관련 정보를 타겟의 니즈에 맞는 영상, 이미지, 텍스트 등 다양한 형식으로 제공
라이프스타일 콘텐츠	• 건강, 일상 정보 등 앞선 삶의 질을 누리기 위한 차별화된 라이프스타일 콘텐츠 제공



CASE STUDY :: 한화생명 유튜브 채널



한화생명은 다양한 유튜브 콘텐츠를 통해 MZ세대 및 4060세대와 소통하며 보험, 금융 정보를 비롯한 기업문화, 채용, 건강, e스포츠까지 다양한 정보를 제공하고 있습니다. 특히 SNS의 키워드인 #해시태그를 활용하여 전문의 게스트와 함께 일상 생활 속 건강 정보 및 질병 예방 정보를 제공하는 ‘헬시태그’, MZ 세대 직원들이 등장하여 인터뷰 형식으로 한화생명의 다양한 직무를 소개하는 ‘한화생명 직터뷰: 직무 소개 인터뷰’ 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 한화생명은 앞으로도 MZ세대 및 4060세대 등 다양한 세대를 아우를 수 있는 콘텐츠를 통해 고객과의 소통을 지속적으로 강화할 예정입니다.

사회공헌 활동

사회공헌 전략

한화생명은 더 나은 삶을 위한 조력자와 동반자로서 변화와 도전의 기회를 제공합니다.

꿈을 현실로 만드는 인재성장 과정에 함께하고, 건강하고 풍요로운 삶을 위한 기회와 경험을 나누며, 가치의 연결과 확산을 통해 더 나은 세상을 열어가고자 합니다.

한화생명의 사업장 범위는 본사로 한정되며, 지역사회 참여 활동과 함께 영향평가 및 다양한 지역사회 공헌 프로그램을 수행하고 있습니다.

MISSION	Better Lives, Together 더 나은 삶을 함께		
VISION	Community builder, enhancing a better tomorrow 내일의 더 나은 삶을 위한 Community builder		
CORE VALUE	<p>Grow 인재의 성장</p>	<p>Care 일상의 치유</p>	<p>Connect 가치의 연결</p>
WHAT TO(목적)	꿈을 현실로 만드는 인재성장 과정에 함께 합니다.	건강하고 풍요로운 삶을 위한 기회와 경험을 나눕니다.	가치의 연결과 확산을 통해 더 나은 세상을 열어갑니다.
HOW TO(사업전략)	<p>인재 성장의 발판이 되는 플랫폼·인프라 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> • DREAMPLUS • 아동·청소년 경제교육 • 글로벌 인재육성 • 해외대학 협력프로그램 	<p>건강한 일상을 위한 Health·Mind 케어</p> <ul style="list-style-type: none"> • 맘스케어 캠페인 • 암 평등 치유학교 • 문화예술 사회공헌 • 글로벌 사회공헌 	<p>연결된 모두를 위한 소셜 캠페인·펀딩</p> <ul style="list-style-type: none"> • 임직원 봉사단 • CSR 디지털 커뮤니티 • 공익성 캠페인 • 기타 기부 및 후원

사회공헌 활동

인재의 성장

DREAMPLUS 인재육성 프로그램

한화생명에는 4차 산업혁명 테마 중 블록체인, AI 등 금융의 미래를 선도할 분야를 주제로 인재양성 커뮤니티 빌딩 프로젝트를 운영하고 있습니다. DREAMPLUS 인재 육성 프로그램은 블록체인 인턴십을 비롯하여 블록체인 전문가 양성 프로그램인 ‘프로토콜 캠프’와 ‘DREAMPLUS 아카데미’, ‘블록체인 해커톤 프로그램’ 등으로 다채롭게 구성되어 있습니다. DREAMPLUS 역삼에서 진행되는 ‘프로토콜 캠프’는 블록체인 전문가 양성을 목표로 블록체인 분야의 경험과 역량을 갖춘 청년들이 시너지를 창출하고 새로운 변화에 대응하는 전문 인력으로 성장할 수 있도록 지원합니다. ‘DREAMPLUS 아카데미’는 사이버 보안 분야의 전문가를 양성하는 프로그램으로, 취업과 창업에 관심있는 인재들에게 사이버보안 R&D 전문 스타트업 연구원 및 외부 전문가의 밀착형 교육 및 멘토링을 제공합니다. DREAMPLUS는 다양한 블록체인 프로그램들을 통해 차세대 인재를 육성하고, 프로그램 참가자들 간의 깊이 있는 유대감을 통해 건강한 블록체인 생태계를 만들 수 있도록 지원합니다.

청년 창·취업 지원 공간

DREAMPLUS 역삼

- 학생들이 열정과 창의력을 발휘할 수 있도록 돕는 공간
 - 사이버 보안 인력을 양성하는 ‘DREAMPLUS 아카데미’ 운영
 - 블록체인 전문가 양성 프로그램 ‘프로토콜 캠프’ 등 차세대 인재 육성 프로그램 운영

DREAMPLUS 연남

- DREAMPLUS 프로그램 참여자들을 위한 커뮤니티 허브로 오프라인 행사 및 커뮤니티 활동을 할 수 있는 공간
- 다양한 인사이트를 공유할 수 있는 커뮤니티 운영
- 블록체인 보안 관련 해커하우스 운영 예정



DREAMPLUS 역삼



DREAMPLUS 연남

한화생명 경제교실

‘한화생명 경제교실’은 아동 및 청소년을 대상으로 진행하는 경제교육 프로그램으로, 금융감독원과 한화생명이 개발한 실제 사례 기반 경제교육 콘텐츠를 활용하여 기초 금융상식을 실생활에 쉽게 적용할 수 있도록 경제교육을 제공하고 있습니다. 또한, 코로나19로 인한 대면수업 제약을 극복하기 위해 실시간 온라인 교육을 추가 운영함으로써 비대면 교육을 활성화하여 교육 제공의 편의성을 증대하고 있습니다. 고품질 교육을 보장하기 위해 금융회사 출신 또는 금융교육경험을 보유한 전문 강사를 선발하였으며, 2021년부터 강사 선발 시 경력단절 여성을 우대함으로써 여성 고용 확대에도 기여하고 있습니다. 선발된 30여 명의 강사들은 1년간 전국 초, 중, 고등학교 중 300여 학교, 1만여 명의 학생들을 대상으로 경제 지식을 전달하고, 미래의 주역인 아동과 청소년들이 올바른 경제관념을 가진 금융소비자로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.



한화생명 경제교실

사회공헌 활동

일상의 치유

맘스케어

한화생명은 미래세대의 마음건강과 금융자립을 위해 맘스케어 프로젝트를 운영하고 있습니다. 취약 아동의 정서 치유를 위한 놀이 치료와 느린 학습자 교육, 자립준비청년의 금융자립을 위한 저축보험 상품을 지원하며 더 나은 내일을 위한 기반을 만들어가고자 합니다.

국내 사회공헌(맘스케어) 목표 및 활동 내역

목표 1. 아동양육시설 아동의 정서치유

- (2014-2018년) 보호아동 정서케어 임직원 봉사활동
- (2019년) CSR 공익 캠페인 (1) '허그토이'
- (2020-2023년) 보호아동 통합발달치료 및 보육사 교육
- (2021-2022년) CSR 공익 캠페인 (2) 'RE SOUND A.I.'
- (2023년) 온라인 양육상담 및 마인드 케어 서비스 구축

목표 2. 자립준비청년의 금융자립

- (2021년) '맘스케어 DREAM 저축보험' 출시 및 청년 16명 보험가입 지원
- (2022년) 청년 24명 보험가입 지원
- (2023년) 청년 금융 커뮤니티 지원

미취학 보호아동 놀이치료

2021년 보호대상 아동을 대상으로 한 정신건강 정책 전문영향평가에 따르면 아동양육시설 입소 아동의 70%가 ADHD, 외상 후 스트레스 장애, 우울증, 분노조절 장애 등을 경험한다고 합니다. 한화생명은 학대 및 유기로 인해 충분한 사랑과 돌봄의 경험이 부족한 미취학 보호 아동을 대상으로 언어발달, 심리·사회성 발달, 인지 발달 등을 돕는 놀이 치료를 진행하고 있습니다. 당사는 29명의 아동발달전문가와 협력하여 2022년 전국 23개 아동양육시설 내 아동 169명(2020-2022년 누적 81개 아동양육시설의 총 552명)을 대상으로 매주 1회 이상 놀이 치료를 시행했습니다. 그 결과, 아동의 과잉행동 감소, ASD(자폐범주성 장애) 아동의 증상 완화, 언어 표현력 증가, 대/소 근육 발달 등이 향상되었고, 아동들의 주양육자인 보육사 교육을 통해 아동 케어 전문성을 강화하여 긍정적 양육태도를 강화하도록 지원했습니다.

또한 아동양육시설 내 느린 학습 아동(ADHD, 경계선 지능 아동 등)의 사회적 및 학습능력 강화를 위해 초등·특수·유아 교육 전공의 예비교사 30명으로 구성된 대학생 교육봉사단을 조직하여, 매주 1회 이상 느린 학습 아동을 위해 제작한 쉬운 글 도서와 이야기 중심의 수업을 제공했습니다(2022년 10개 아동양육시설의 45명 참여). 그 결과, 교육 대상 아동의 확산적 사고력 및 의사소통 태도 증진, 정서적 안정감 및 조정능력 향상, 새로운 것에 대한 탐구력 향상 등과 같은 유의미한 성과를 창출했습니다.

CASE STUDY :: 자립준비청년의 비상을 위한 한화생명의 '천만원 프로젝트' With 사회연대은행, 한화생명금융서비스

자립준비청년이란 양육시설 또는 위탁가정 등에서 보호하던 아동이 일정 연령이 되어 보호가 종료됨에 따라 스스로 자립을 시작해야 하는 청년을 뜻합니다. 2021년 한국보건사회연구원에 따르면 이들 중 24.3%가 생활비, 주거비, 학자금 등의 이유로 부채가 있으며, 일반 청년의 2배에 달하는 실업률 16.3%를 기록하는 등 경제적 자립과 관련한 금전적 어려움을 겪는 것으로 나타났습니다. 한화생명은 사회적 책임 이행의 일환으로 자립준비청년의 안정적인 홀로서기를 지원하기 위해 2021년 국내 최초로 「맘스케어 DREAM 저축보험」을 출시하였으며, 2022년 24명의 청년들과 저축보험 상품 계약을 체결했습니다. 「맘스케어 DREAM 저축보험」은 3년 동안 매월 28만 원씩 저축하는 금융상품으로, 만기 시(가입 후 3년 시점) 1,000만 원 가량의 목돈을 저축할 수 있도록 설계되었습니다. 가입 당사자인 청년의 자립의지를 강화하기 위해, 월 보험료 중 8만 원은 청년이 스스로 납입하고, 나머지 20만 원은 한화생명과 한화생명금융서비스 임직원 및 FP들의 기부금으로 지원하는 구조입니다. 이외에도 3년의 보험가입기간 동안 발생할 수 있는 골절 및 김스 치료, 수술, 화상 등을 보장할 뿐만 아니라, 자립준비청년이 직접 기획한 프로그램을 통해 아동 양육시설에서 함께 봉사활동을 진행하는 등 서로의 가족과 친구가 되어주는 커뮤니티 활동 또한 적극 지원하고 있습니다.



맘스케어 DREAM 저축보험 약정식

사회공헌 활동

일상의치유

암특화 CSR, 스쿨 오브 히어로즈(School of Heroes)

‘스쿨 오브 히어로즈’는 암에 대한 근본적 문제해결을 위해, 젊은 암환자(Young Cancer)들을 대상으로 암과 관련된 이해관계자(종양학자, 테크기업, 연구자 등)와 함께하는 통합치유 커뮤니티로 운영되고 있습니다. ‘스쿨 오브 히어로즈’는 마인드, 식습관, 사회복귀 클래스 등을 통해 암 경험자의 긍정적 일상회복을 지원하고, 암 전문가들과 협력하여 데이터 기반 관리 체계를 구축했습니다. 나아가, SNS 계정을 통한 암 경험자 간의 활발한 소통은 ‘일상에서-연결하며-함께-치유하는’ 사회적 인식개선 메시지를 전파하고 있습니다.

통합치유 프로그램

<p>히어로즈 커뮤니티</p>	<p>#커뮤니티 멘토 #치유의 연결</p> <ul style="list-style-type: none"> • 커뮤니티 멘토의 리드 하에, 같은 암 경험자와 소통하는 대화와 만남의 장 • 온·오프라인, 월 1회 이상의 정기적 소통과 타깃 맞춤형 프로그램
<p>마인드 클래스</p>	<p>#전문상담 #마음회복</p> <ul style="list-style-type: none"> • 심리전문가와 함께 암에 대한 두려움을 치유하는 마인드 클래스 • 정신종양의 감수 및 1급 심리상담가로 구성된 온·오프라인 상담 바우처
<p>푸드 클래스</p>	<p>#식단개선 #개인맞춤형</p> <ul style="list-style-type: none"> • 건강한 식습관을 위한 암종별 개인 맞춤형 식습관 클래스 • 온·오프라인의 푸드 클래스, 실습, Q&A 세션 등
<p>사회복귀 클래스</p>	<p>#미래직업 #가치진단</p> <ul style="list-style-type: none"> • 나의 가치를 발견하고 다시 세상과 연결되는 직업을 찾는 시간 • 자기 진단, 직업 트렌드 교육, 창업 준비 등 사회적 활동 클래스
<p>치유여행</p>	<p>#통합치유 #성장여행</p> <ul style="list-style-type: none"> • 힐링의 장소, 제주에서 나를 돌아보는 ‘통합 치유로서의 여행’ • 명상, 요가, 산책, 심리상담전문가의 강연 등



스쿨 오브 히어로즈 입학식

입학식 내 토크콘서트



심리 집단상담



쿠킹 클래스



식이상담 증계 화면



사회복귀클래스



자조모임



자조모임 내 공연 관람 활동

사회공헌 활동

일상의치유

글로벌 사회공헌

베트남 의료 인프라 개선 및 아동인권 보호 한화생명은 베트남 내 총 4개의 보건소(박풍, 깐꾸이, 랑감, 짜빈 지역)를 건축하여 약 120만 명 이상의 지역주민에게 의료서비스를 제공함으로써 의료서비스 부족 지역 주민이 양질의 의료서비스를 이용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이에 더해, 닥락(Dak Lak) 크롱봉(Krong Bong) 지역의 아동과 산모가 위생적이고 전문적인 치료를 받을 수 있도록 아동병원을 신축하였습니다. 또한, 베트남 아동 학대 보호 체계를 수립하여 최근 들어 발생한 다수의 아동학대 사건에 효과적으로 대응하고, 사전에 이를 방지하고자 2022년부터 2023년 현재까지 베트남 정부 및 국제기구와 협력하여 ‘111 아동학대 신고 핫라인’ 과의 연계 및 아동학대 예방을 위한 대국민 인식개선 캠페인을 전개하고 있습니다.

CASE STUDY :: 베트남 아동학대 예방을 위한 캠페인 ‘The HUG-따뜻한 포옹’

With 베트남 보훈사회노동부MOLISA, 초록우산 어린이재단 한국/베트남, 생명보험사회공헌위원회

한화생명은 베트남 내 아동 학대가 심각한 사회적 문제로 대두됨에 따라 ‘The HUG - 따뜻한 포옹’ 캠페인을 진행했습니다. 베트남 보훈사회노동부에 따르면, 2021년 기준 아동학대 헬프라인 111을 통한 긴급신고 전화 이용 건수는 586,571건이었으며, 베트남 전체 아동 중 73%는 신체적 폭력을 경험한 것으로 조사되었습니다.

한화생명은 본 캠페인을 통해 애니메이션을 제작하여 성장 과정에서 학대를 경험한 아동이 성인이 된 후, 가정 내 폭력의 가해자가 되는 악순환에 대한 스토리를 전달하여 아동학대 근절에 대한 메시지를 전달했습니다. 특히 베트남 아동의 68%가 가족으로부터 신체적 폭력을 경험하고 있으며, ‘매를 아끼면 자식을 망친다’는 베트남 내 만연한 잘못된 인식을 개선하고자 했습니다. 관련 캠페인 애니메이션 영상과 콘텐츠는 TV, 페이스북 페이지(<https://m.facebook.com/Caiomamap/>), 유튜브, 포털사이트 등 다양한 플랫폼을 통해 대중들에게 전달되었고, 총 2만여 명에 이르는 대중이 캠페인에 직접 참여했습니다.

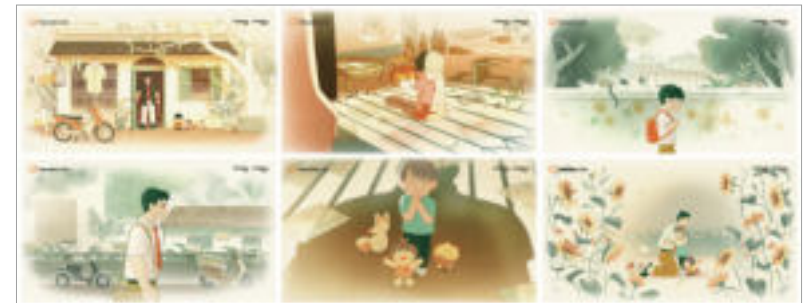
이에 더해 2030 젊은 부모세대(Young Parents)를 대상으로 진행한 부모교육 라이브토크는 동시 접속자 수 1,300명을 기록하며 가정 내 학대를 예방하고 자녀의 마음건강을 지키기 위한 부모들의 관심을 실감할 수 있었습니다. 본 캠페인을 통해 아동학대 신고전화 111 상담 건수는 전년대비 16.6% 증가하였고, 베트남 정부가 아동학대 예방 강화를 선포하는 등의 계기를 마련하는 사회적 성과를 창출했습니다. **한화생명**은 2023년에도 ‘The HUG 캠페인 시즌 2’를 통해 2030 젊은 부모들에게 자녀의 마음건강을 키우는 교육과 상담 등의 솔루션을 제공하고, 아동 학대 예방을 위한 사회적 인식 개선 활동을 이어나갈 예정입니다.



베트남 아동학대 예방 캠페인 포스터



베트남 아동학대 예방 캠페인 SNS 스토리



베트남 아동학대 예방 캠페인 애니메이션

사회공헌 활동

일상의치유

글로벌 사회공헌

한화생명에는 인도네시아 아동과 여성을 대상으로 사회적 환경 개선과 정신건강 증진을 목표로 중장기적 사회공헌 활동을 진행해 오고 있습니다. 특히, 한화생명은 2017년부터 인도네시아 자카르타 도심 내 유희지를 활용하여 4개의 아동 친환경 복합공간을 완공하여 운영하고 있습니다. 자카르타는 총 인구의 약 30%가 아동 및 청소년으로 그 비중이 매우 높은 반면, 이들을 위한 안전한 사회적 공간은 절대적으로 부족한 상황입니다. 이에 따라 한화생명은 아동 친환경 복합공간의 설계 단계부터 지역주민과 정부의 의견을 반영하여 사회적 니즈에 맞는 공간을 개발하였으며, 체육, 미술, 문학 교실 등을 운영하여 아동 및 청소년을 위한 건강한 발달 환경을 지원하고 있습니다.

2021년에는 아동 친환경 복합공간 4호점을 완공하고, 자카르타 가족/아동 데이터 관리, 상담·교육 등의 컨트롤 타워 기능을 담당하는 디지털 패밀리센터(Digital Family Center)를 완공하였습니다. 2023년에는 아동 디지털 패밀리센터를 확장 조성하여 아동 및 여성의 정신건강을 위한 교육, 커뮤니티 활성화하는 등 지속적인 인프라 조성 성과를 창출하고 있습니다.

글로벌 사회공헌(인도네시아) 목표 및 활동 내역

WHAT TO(목표)	인도네시아 아동과 여성 대상 사회적 환경 개선 및 정신건강 케어 (2017-2020년) 취약 아동을 위한 복지 공간 조성 (2021-2023년) 취약 아동 및 여성을 위한 복지 공간 조성
HOW TO(활동)	(2017-2021년) 자카르타 도심 내 3개 아동 친환경 복합공간 완공 및 운영 - 체육, 미술 교육 등 아동과 청소년 대상 건강한 발달 환경 지원 (2022년) 7월 디지털 패밀리 센터 1단계 공간 완공 및 개소식 진행 - 아동/여성/가족 데이터 관리, 상담, 교육 등 실시 (2023년) 디지털 패밀리 센터 2단계 공간 10월 완공(예정) - 아동/여성/가족을 위한 커뮤니티 공간으로 교육, 정신건강 프로그램 등 실시

중국 특수학교 자매결연 활동 한화생명 중국 법인은 자폐아동을 대상으로 다양한 문화·예술 사업 등을 전개하여 ESG(환경·사회·지배구조) 경영을 실천하고 있습니다. 본사가 위치한 저장성 항저우시 교육청 및 특수학교와 2016년부터 매년 그림 전시회를 개최하고 있으며, 저소득층 학생의 건강한 성장을 위해 미술치료 프로그램도 진행하고 있습니다. 이에 더해 '1만 개의 태양'이라는 주제로 열리는 공익활동을 통해 전시회에 출품한 미술작품을 활용하여 매년 중국법인 달력을 제작 및 배포함으로써 지역사회 주민 참여형 사회공헌 활동을 강화하고 있습니다.

CASE STUDY :: 인도네시아 디지털 패밀리센터 및 지역아동센터

With 자카르타 여성아동가족국(PPAPP), 월드비전 한국/인도네시아, 생명보험사회공헌위원회, 세이브더칠드런 한국/인도네시아

한화생명은 인도네시아 자카르타 정부 청사내 자카르타 여성과 아동을 위한 복합공간 '디지털 패밀리센터'를 조성했습니다. 디지털 패밀리센터는 자카르타 아동과 여성의 복지증진을 위한 정부 공식 브랜드인 인도네시아 가족복지서비스센터(PUSPA)의 일환으로 디지털 기술과 미니멀리즘 디자인, 여상아동 친화적 기능을 갖추고 있습니다. 디지털 패밀리센터는 가정폭력 피해 여성 또는 아동에게 소통공간 제공과 온라인 상담을 지원하고, 자카르타 내 500여 개의 지역아동센터를 활용한 아동들의 성장기록을 디지털화하여 관리하며, 교육 관련 콘텐츠의 제작과 송출이 가능한 오픈스튜디오를 통해 아동과 여성을 위한 교육 또한 진행하고 있습니다.



사회공헌 활동

일상의치유

문화예술 사회공헌

다양한 문화예술 사업과 행사를 주최 및 후원하여 국내 문화예술 발전에 기여함으로써, 한국메세나대회에서 2007년 창의상, 2011년 대상(대통령표창), 2019년 문화공헌상(장관상)을 수상하였으며, 2017년부터 문화예술후원 우수기관으로 인증¹⁾받아 현재까지 이를 유지해오고 있습니다.

1) 문화체육관광부에서 2014년도부터 예술후원 활성화를 위해 도입한 것으로, 문화예술후원을 모범적으로 행하고 있는 기업과 단체를 심사하여 인증하는 제도

한화클래식 고품격 클래식 공연으로 2013년부터 매년 세계 각국의 정통 바로크 음악의 연주자들을 초청하여 세계적인 수준의 완성도 높은 공연과 눈높이를 맞춘 해설로 음악애호가들에게 잊지 못할 감동을 선사하고 있습니다.

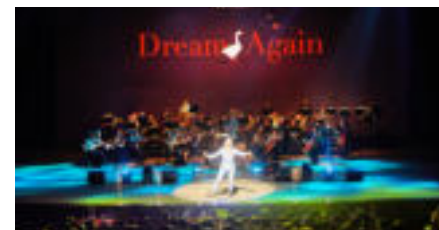
교향악축제 2000년부터 후원을 시작한 교향악 축제는 국내 20여개 교향악단이 참가하는 클래식 음악축제로, 국내 클래식 음악의 대중화에 앞장서고 있습니다. 교향악축제를 통해 한국 음악계를 이끌어가는 중견 연주자부터 젊고 실력 있는 차세대 아티스트까지 다양한 음악인이 예술의전당에서 공연할 수 있는 기회를 제공하고, 일반 대중들이 보다 쉽게 클래식을 즐길 수 있도록 돕고 있습니다.

한화생명e스포츠 한화생명은 인기 온라인 게임 '리그 오브 레전드'의 프로젝트단인 '한화생명 e스포츠'를 직접 운영하여 2030세대와의 소통을 강화함과 동시에 e스포츠 발전에도 기여하고 있습니다.

서울세계불꽃축제 2000년부터 꾸준히 진행해 온 **한화그룹**의 대표적 사회공헌 활동으로, 한화를 비롯한 세계적인 수준의 연화 기술을 보유한 불꽃 전문 기업들이 참여하고 있습니다. '불꽃을 통한 희망나눔'이라는 슬로건 하에 진행되는 본 축제는 한국의 대표 문화축제로 자리매김하였으며, 매년 100만 여 명의 시민들에게 즐거움과 감동을 선사하고 있습니다. 이에 더해, 임직원 봉사단이 축제 진행 및 주변 환경정화를 지원함으로써 공익행사로서의 의미를 더하고 있습니다.

11시콘서트 한화생명과 예술의전당이 함께 진행하는 11시 콘서트는 국내 최초로 개최된 마티네 콘서트(낮에 열리는 공연)로 2004년부터 클래식 문화 발전에 기여하고 있습니다. 매월 둘째 주 목요일 오전 11시에 개최되는 11시 콘서트는 음악과 해설이 어우러진 공연으로, 음악애호가를 비롯한 대중으로부터 큰 호응을 얻고 있습니다.

한화생명 콘서트 2004년 시작하여 매년 지방 도시를 순회하며 개최되어 온 한화생명 콘서트는 예술성과 대중성을 겸비한 문화공연으로서 매년 대중들에게 뜨거운 호응을 받아왔습니다. 2021년부터 고품격 대중 예술이라는 기획 하에 더욱 신선하고 흥겨운 무대로 찾아온 '한화생명 콘서트'는 다양한 연령층의 관객이 공연을 함께 즐기며 소통하는 장으로 발전하였습니다. 2022년에는 'Dream Again'이라는 부제로, 잃어버린 꿈을 응원하는 희망의 콘서트를 개최하여, 코로나19 이후로 침체된 공연예술 분야를 새롭게 활성화하는 계기를 마련하였으며, 생명력 넘치는 콘서트를 통해 많은 관람객들을 위로 및 응원했습니다.



2022년 한화생명 콘서트

한화생명 Arts Plus 콜센터 및 고객센터 근무자들의 마음건강을 지원하기 위해 2016년부터 진행하고 있는 문화예술 힐링 프로그램으로, 전국 각 센터에 전문 예술강사를 파견해 플라워, 캘리그래피, 민화, 사진, 칼리바, 가야금 등을 활용한 다양한 맞춤형 강좌를 운영하고 있습니다. 전문가를 통한 해당 사업 성과 분석 결과, 사업에 참여한 콜센터 및 고객센터 고객접점 근무자들의 스트레스가 감소되어 개인 발전과 성장에 기여하였으며, 조직 내 행동 및 고객 서비스 성과 또한 향상되었습니다. 이에 더해, 코로나19 장기화로 침체된 문화예술계의 활성화 및 일자리 창출에도 기여하고 있습니다.



Arts Plus 문화예술 힐링 프로그램

사회공헌 활동

가치의 연결

한화생명 봉사단

2004년 출범한 한화생명 봉사단은 일회성 기부나 행사와 달리 임직원의 적극적인 참여를 통해 직접 이웃의 삶에 도움을 줄 수 있는 참여형 봉사활동을 펼치고 있습니다. 또한, 임직원 1명당 연 근무시간의 1%를 봉사활동에 참여할 것을 권장하여 임직원의 사회공헌 참여도를 제고하고 있습니다. 특히, 코로나19 이후 ESG, 헬스케어 등 대내·외 트렌드를 반영한 프로그램을 도입하여 경제적·사회적 가치를 동시에 창출함으로써 공유가치를 확대하고 있습니다. 이에 더해, 사회적 가치 및 비즈니스가 연계된 봉사활동에 임직원들이 자발적으로 참여할 수 있도록 다양한 분야의 프로보노형 재능기부 활동의 기회 또한 제공하고 있습니다. 한화생명은 임직원의 자발적·지속적 자원봉사활동을 지원하여 봉사를 일상의 습관으로, 나눔을 기업의 문화로 만들어 나가고 있습니다.

2023년, 코로나 이후 중단되었던 대면봉사활동을 3년 만에 본격적으로 재개하였으며, 지역사회와 적극적으로 소통하며 ESG 경영을 실천하고 있습니다. 2023년부터 매달 200여 명씩, 연간 2,000명이 봉사에 나설 예정이며, 친환경 봉사활동 뿐만 아니라 지역사회와 취약계층을 대상으로 한 다양한 봉사활동을 펼칠 예정입니다. 지역아동센터 아이들을 위한 비건 쿠키 및 수제 간식 만들기, 전 세계 여아를 위한 면생리대 제작, 여의도 셋강생태공원 생태계 회복을 위한 보호 활동, 미혼모 가정을 위한 건강 생활용품 만들기 등을 진행할 계획입니다. 한화생명은 다양한 봉사활동을 통해 자원을 순환하여 환경을 보호하고, 지역사회와 취약계층을 대상으로 나눔을 적극적으로 실천함으로써 ESG 경영을 선도해 나갈 것입니다.

한화생명 임직원 봉사활동 프로그램

기본형 봉사	사회적 가치 및 비즈니스 연계 봉사활동 전개 <ul style="list-style-type: none"> • 환경 : 생태보호, 업사이클링, 제로웨이스트, 줄기 • 건강 : 비건 베이킹, 수제간식, 건강 생활용품 만들기 등
프로보노형 봉사	전문봉사단 양성 및 재능기부(프로보노) 진행 <ul style="list-style-type: none"> • 한화생명 쿠킹 전문봉사단이 전해주는 Soul Food • 한화생명 뷰티 전문봉사단이 전해주는 Level Up • 한화생명 기타 전문봉사단의 Well-Being 공작소
공익캠페인	지속가능한 지구 및 우리를 위한 전사적 캠페인 진행 <ul style="list-style-type: none"> • 기부워킹 : 걸음 수만큼 기부 • Give Green : 사용하지 않는 물품 기부

CASE STUDY :: 임직원 참여형 업사이클 및 제로웨이스트 봉사활동

2023년 3월, 한화생명은 국제구호개발단체 월드비전과 함께 재활용 플라스틱 소재 블록을 활용한 공기정화식물 화분을 만들어 영등포 교육복지센터의 취약계층 아동들에게 전달하는 ‘친환경 물품 제작 기부활동’을 진행하였습니다. ‘업사이클’과 ‘제로웨이스트’를 주제로 진행된 해당 활동은 버려지는 재료들로 물품을 만들고 소외계층에 기부하는 봉사 활동으로, 자원 순환을 통해 환경을 보호하고, 제작한 물품을 복지시설에 기부하면서 어려운 이웃까지 도울 수 있는 1석 2조의 효과를 창출했습니다. 앞으로도 한화생명 봉사단은 매달 업사이클 및 제로웨이스트 봉사활동을 이어 나갈 예정이며, 전기가 필요 없는 반영구 찜질팩 만들기, 사용기한이 지난 립스틱으로 크레용 만들기, 수세미 열매와 삼베전을 활용한 주방용 수세미 만들기 등 다양한 친환경 물품을 제작해 기부할 계획입니다.



셋강 수호대 활동

비건 쿠키 만들기

크리스마스 리스 및 꽃케이크 만들기

사회공헌 활동

가치의 연결

글로벌 사회공헌 임직원 참여 확대

한화생명 임직원은 국내뿐만 아니라 다양한 해외 사회공헌 활동에 참여하여 다양한 사회 문제 해결을 통해 지역사회 발전에 기여해왔습니다. 베트남 법인은 코로나19 피해 지원, 빈곤계층 주택 수리 지원 및 의료품 보급, 보험료 지원, 대학생 장학사업 등 다양한 사회공헌 활동을 실시하고 있습니다. 아울러, 인도네시아 법인 또한 소외계층 및 빈곤층을 위한 봉사활동을 다각적으로 전개하고 있습니다.

사랑모아기금 조성

사랑모아기금은 임직원과 FP의 자발적인 기부와 회사의 1:1 매칭그랜트로 조성되는 임직원 봉사기금으로 지역사회, 공익, 문화, 예술, 스포츠 등 다양한 사회공헌 활동에 사용됩니다. 2020년 기준 100억 원 이상의 규모로, 결연단체 및 기타 사회공헌 단체의 복지사업에 활용되고 있습니다.

2022년 사랑모아기금 내역

2022년 사회공헌 활동 지출 비용

10,333백만원



사랑모아기금 누적 모금액(2022년 말 기준)

131억원



아동·청소년 건강증진을 위한 스포츠 활동

한화생명 ‘오렌지 점프스쿨’은 아동·청소년의 사회적 유대감을 확산하고, 신체적, 정서적으로 건강한 삶을 지원하는 체육활동 프로그램입니다. 체육 전공 대학생으로 구성된 체육전문가 30여 명을 선발 및 교육하고, 전국 지역아동센터에 매칭하여 주기적인 체육놀이 활동을 시행하고 있습니다. 체계적인 스포츠 활동을 위해 50가지 종목을 그림과 텍스트를 활용하여 자세히 설명한 V코칭북을 제작하여 보급 및 활용하고 있습니다. 이 밖에도, 아동·청소년을 대상으로 건강 먹거리 키트를 지원하여 균형 잡힌 식단을 제공하고, 스마트 기기를 활용하여 다양한 체력 측정 지표(걸음 수 등)를 제공하여 적극적인 동기부여를 이끌어내고 있습니다. 2022년, 총 233명의 아동청소년이 프로그램에 참여했고, 누적 걸음 수는 6,324,915걸음을 기록하였으며, 지역아동센터 37명을 대상으로 시행한 효과성 분석 결과 5점 만점에 평균 4.6점 이상의 긍정적인 성과를 도출했습니다.



오렌지 점프스쿨 스포츠 활동

CASE STUDY :: 한화생명 사내 카페(LIFEPLUS CAFE) 개소

2023년 사회적 가치 창출의 일환으로 여의도 본사 63빌딩 내 사내 복지형 카페인 ‘LIFEPLUS CAFE’를 개소했습니다. 한화생명은 장애인 직원을 직접 채용하여 한화생명 직원과 동일한 복지 혜택을 제공하고 있습니다. 선발된 9명의 직원(바리스타 8명, 매니저 1명)은 모두 청각·지적 등 중증 장애인으로, 서울맞춤훈련센터를 비롯한 전문기관에서 바리스타 교육을 이수했으며, 카페 근무 경험을 보유하고 있습니다. 또한, 대면 주문 외에도 키오스크 및 모바일 네이비 페이 등 주문 방법을 다양하게 마련하여 장애인 직원의 업무 부담을 줄이고자 노력함으로써 업무 환경 개선 및 관리에도 꾸준히 노력하고 있습니다. 한화생명은 향후에도 다양한 분야의 지속적인 장애인 채용을 전개하여 사회적 책임을 이행하고, 장애인의 사회참여 및 일자리 확대에 도움을 줄 수 있는 ESG 기반 기업 활동을 지속적으로 펼쳐 나갈 계획입니다.



LIFEPLUS CAFE

인재경영

HR 전략

한화생명에는 보험업 경쟁심화, 빅테크 기업의 보험업 진출, 금융시장 변동성 확대, 규제강화, 사업모델 고도화 등 급변하는 대내외 환경속에서 보험 본업 경쟁력 강화 및 미래 전략사업을 지원할 수 있는 HR 전략 및 실행과제를 수립하여 추진하고 있습니다.

한화생명 HR 전략

Core Talent Recruitment	<ul style="list-style-type: none"> • 분야별 전문인력 Pool 지속 확대 및 상시 확보체계 구축 • 채용 채널 다각화 및 채용 브랜딩 강화
Employee Experience	<ul style="list-style-type: none"> • 문화, 기술, 물리적 환경에 초점을 맞춰 사람들이 출근하고 싶은 조직문화 설계 • 가치와 경험을 중시하는 MZ세대의 효과적 관리와 생산성 향상 필요
Future of Work	<ul style="list-style-type: none"> • 엔데믹 시대 변화된 근무환경, 디지털 근무환경으로의 전환 • 사무실, Remote Work 등 어디서든 업무에 몰입할 수 있는 유연성 확보
Digital HR	<ul style="list-style-type: none"> • 업무 효율/생산성 제고를 통한 성과창출 및 HR시스템 고도화 추진 • HR 생산성 향상, 임직원 만족도 제고 및 비즈니스 성과 창출
Cost Reduction	<ul style="list-style-type: none"> • 인력수급 및 인건비 계획 범위 안에서 총원, 직급별 정원을 자율적 운영 • 인건비 최적화, HR운영 비용 효율화 등

인재 채용

한화생명은 직무능력과 역량 중심의 열린 채용을 실시하여 우수하고 역량 있는 인재를 확보하고 있습니다. 채용 시 학력, 성별 등에 있어서의 차별을 금지하며, 공정하고 투명한 채용 문화를 강화하고 있습니다. 직무 공고 내 구체적인 직무 소개 및 직무 수행에 필요한 직무능력 등을 투명하게 공개하며, 지원자가 관심 분야의 직무능력 계발에 집중할 수 있도록 불필요한 인적성검사를 폐지하여 혁신적인 인재채용시스템을 도입하고 있습니다.

임직원 리크루터 및 커피챗 운영

한화생명 입사를 희망하는 분들께 투명하고 공정한 방식으로 채용 관련 정보를 제공하고자 2023년 2월, 임직원 리크루터 제도를 운영하였습니다. 임직원 중 총 80명을 선발해 리크루터들에게 채용 프로세스 및 인재상 등 사전 역량강화 교육을 진행한 뒤, 비대면 채용상담인 ‘커피챗’ (Coffee Chat)을 실시하였습니다. 주요 취업 커뮤니티와 홍보자료를 통해 상담 URL을 배포한 후 신청자를 대상으로 임직원 리크루터와의 1:1 질의응답 및 상담을 진행하였습니다.

찾아가는 HR 채용설명회 실시

지원자 친화적인 기업으로 거듭나고자 임직원 리크루터 출신 및 서울권 12개 대학에 대면 방문하여 채용설명회와 방문 상담을 진행하였습니다. 한화생명에 관심을 두는 재학생 및 졸업생을 대상으로 채용전형 안내, 회사/직무 소개, 모의 면접, 지원서 작성 컨설팅, Q&A Session을 통해 채용 전반에 대한 정보와 체험 기회를 제공하였습니다. 이후에는 63빌딩으로 대학 재학생을 초청하여 채용 설명회를 개최하는 ‘Open H-day’를 운영할 예정입니다.

신입직원 Onboarding 프로그램 운영

한화생명은 온보딩 프로그램을 운영하여 신규 입사자가 조직에 잘 적응할 수 있도록 체계적으로 지원하고 있습니다. 또한, 웰컴 키트(Welcome kit)와 근무 가이드북을 증정하여 신속히 현업에 정착할 수 있도록 도움을 제공하며, 월단위로 온보딩 세션을 운영하여 신규 입사자가 회사 전반에 대해 이해할 수 있는 기회를 정기적으로 마련하고 있습니다.

장애인 채용 확대를 통한 임직원 다양성 제고

장애인 일자리 제공 및 경제적 자립 지원을 위해 적극적으로 장애인 직원을 채용한 결과 한화생명은 2023년 국내 생명·손해보험업계 최초로 장애인의무 고용률 3.1%를 초과 달성하는 유의미한 성과를 창출하였습니다. 이러한 노력의 일환으로 당사는 한국장애인고용공단과 ‘기업의 사회적 가치 구현 및 ESG 경영 실천을 위한 장애인 고용증진 업무협약’을 체결하였으며, 해당 협약을 바탕으로 장애인 채용을 지속적으로 확대하는 한편, 당사 ESG 전략인 DEI 지수 개선¹⁾ 등 임직원 다양성을 존중 및 제고하는 선진화된 기업 문화를 확산해 나가고자 합니다.

1) 2030년까지 DEI 지수 20% 개선(기준: 2020년=100)

인재경영

인재경영

임직원 교육 체계

한화생명에는 맞춤형 교육 프로그램을 개발하여 직무·직급별로 세분화된 교육체계를 제시함으로써 임직원의 전문성 강화를 지원합니다.

임직원 교육 체계도

가치 역량	혁신리더과정		
리더십 역량	최고경영자 과정	리더후보자 과정	팀장, 파트장 리더십 진단
직무공통	자기개발 지원 제도		
	사외교육 지원	해외 세미나 지원	LIFEPLUS LIBRARY
	게리사 취득 특화과정 운영	LIFEPLUS ACADEMY	어학 지원
전략 과정	국내 주요 대학원 지원	해외 주요대학 특화 과정 지원	차세대 리더 프로그램
	그룹 조직문화진단	H-Class	디지털 아카데미

금융인재양성

보험산업의 특성을 반영하여 금융 특화인재 양성을 위해 전문적인 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.

금융인재 교육 과정

교육 과정	교육 내용	교육 효과
디지털 아카데미	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 인력의 금융 기반 전문성을 향상하여 중장기 목표 달성 금융/생명보험 인사이트, 디지털 상품 신규 개발 및 고도화 추진에 따른 전략과정 등 학습 	최신 트렌드의 빠른 습득 및 임직원의 디지털 기반 업무 역량 제고
H-Class/보험연수원 과정	<ul style="list-style-type: none"> 공통 직무 및 소양 학습 지원을 통한 임직원의 역량 향상 보험, 금융, 디지털 관련 전문인력 양성을 위한 직무 과정 	임직원의 본업 관련 기본 소양 강화
차세대 리더 전략 워크숍	<ul style="list-style-type: none"> 경영환경의 다각적 분석을 통한 인사이트 확보 및 문제해결 역량 제고 리더에게 필요한 논리적 역량 배양 및 현업에 적용 가능한 해결책 제시 	리더 후보자 대상 리더십 및 대응 능력 강화

직무순환제도를 통한 전문성 강화

한화생명의 인력교류 프로그램인 'Job Market' 제도를 통해 임직원이 다양한 직무 경험을 쌓을 수 있도록 지원하고, 이를 바탕으로 임직원의 역량 강화와 성장을 도모하고 있습니다. 본 직무순환제도를 통해 임직원은 희망하는 직무에 지원하여 근무할 수 있으며, 자기주도형 직무역량 강화와 관심분야에 특화된 경력 개발에 집중할 수 있습니다.

퇴직자 대상 재취업 교육 제공

한화생명은 퇴직 임직원을 대상으로 제2의 인생을 시작하기 위한 재취업 교육을 제공하고 있습니다. 비자발적 퇴직 대상자 중 만 50세 이상의 근로자를 대상으로 재취업 지원 서비스 및 교육 등을 지원하며, 2022년 기준 총 20명에게 교육을 지원하여 퇴직 전 자기 개발의 기회를 제공하였습니다.

인재경영

인재육성

글로벌, 직무 및 리더십 역량 향상

국제적 감각과 전문 지식을 함양한 글로벌 인재 양성을 위해 한화생명은 글로벌, 직무 및 리더십 역량 향상을 위한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

인재육성 관련 교육 프로그램

구분	프로그램	내용
글로벌	사내 어학과정	목적: 비즈니스 회화 역량이 필요한 우수인재의 단기간 어학레벨 향상 ※ 영어, 전락어(중국어 등) 대상: 차세대 리더, 주재원 후보자 등 글로벌 인재 내용: AL/IH ↑ 준비반(원어민회화, 사내 7F/45F 활용, 3-5월 중), IM ↑ 준비반(전화회화, 9-11월 중)
	해외주재원 후보자 과정	목적: 이문화 이해 등 해외사업 수행 가능 수준의 소통, 어학역량 확보 ※ 해외 프로젝트 참여를 통한 실무역량 확보 대상: 주재원 후보자 내용: 이문화 이해/소통 워크숍(8월), 신규 후보자 어학과정(9-11월)
직무	RPA 전문가 과정	목적: RPA 전사 확산을 위한 분석과 설계, 개발 역량 확보 대상: RPA 전담인력 및 신청자 내용: 실무 적용/실습 중심의 집합교육(사내, 4월 이후, 분기 1회)
	H-투자 아카데미	목적: 투자 및 투자상품 전문가 강의를 통한 직무역량 향상 대상: 투자부문 신입사원 및 임직원 신청자 내용: 증권사 및 자산평가사 초청 집합교육(사내, 4-5월)
	보험계리사 준비과정	목적: 전문자격 취득을 통한 상품계리 역량 확보 대상: 보험계리사 시험 1차 합격자 내용: 온라인 강의(보험연수원, 6-7월), 집합교육(한화생명 Life Park, 7월)
	승진자 과정	목적: 새로운 역할 변화에 대한 인식 제고 및 계층별 리더십 역량 강화 ※사무직: 하반기 시행 대상: 대리-차장 승진자 내용: 집합교육(한화생명 Life Park, 2박3일, 4-5월)
리더십	Pre-리더십 과정	목적: 리더십 스킬, 성과관리 등 리더역할 수행에 필요한 사전역량 확보 대상: 예비 팀장/파트장 등 미래 리더후보자 내용: 개인별 리더십진단 결과 기반 집합교육(사내, 3일간, 9월)
	차세대 리더 과정	목적: 차세대 리더로서의 역할 및 책임인식 부여 대상: 차세대 리더 내용: 집합교육(한화생명 Life Park, 3일간, 5월), 해외기업탐방(4일간, 10월)
조기 전력화	신입 멘토링/ 경력 온보딩 프로그램	목적: 신규 입사자의 조기전력화와 조직 안착 지원 대상: 입사 1년미만 신입/경력사원 내용: 신입 멘토링(하반기), 경력 온보딩(분기별)

공정한 성과 평가

한화생명은 공정하고 투명한 기준에 의해 임직원에 대한 성과 평가를 진행하고, 해당 결과를 공개하여 임직원의 성장을 도모하고 있습니다. 조직구성원으로서 공유하는 전사 목표를 기반으로, 개인별 목표 설정을 지원함으로써 이에 대한 성과 및 달성 여부를 상시적으로 점검하고 있습니다. 또한, 성과 평가의 객관성을 보장하기 위해 상시 점검 결과와 평가 대상자의 의견을 통합하여 최종 평가가 도출 되도록 하였습니다. 평가 후에는 부서장의 평가 피드백 및 면담 제공을 통해 임직원이 더욱 발전할 수 있는 토대를 제공하고 있습니다. 이 밖에도, 평가 이의신청 제도를 운영하여 평가의 투명성과 공정성 확보를 위해 다각도로 노력하고 있습니다.

인재경영

조직문화 혁신

일과 삶의 균형

임직원의 '워라벨(Work & Life Balance)' 실현을 위해 한화생명에는 초과 근무 제한, 유연 근무 제도 및 휴직 제도 지원 등 임직원 복지를 위한 혁신적인 제도를 운영하고 있습니다. 가족과 함께 에너지를 재충전할 수 있는 다양한 기회를 제공하여, 궁극적으로 임직원의 근무 만족도를 제고하고 있습니다.

조직 활성화 프로그램

2023년 한화생명 임직원을 대상으로 자기 개발 지원 및 힐링 프로그램을 제공함으로써 활력을 불어넣고, 전사 조직문화를 활성화하고자 도서 한 권을 중심으로 개최되는 '북토크(북클럽)', 꽃꽂이 등의 워데이 클래스가 진행되는 'Culture Day' 등을 추가 시행할 예정입니다.

Remote Workplace

한화생명은 사무실 외의 새로운 장소에서 일하며 창의적인 아이디어를 도출할 수 있도록 원격근무제도인 리모트 워크플레이스(Remote Workplace)를 운영하고 있습니다. 리모트 워크플레이스는 양양에 위치하고 있으며, 2022년에는 코로나19로 인한 사회적 거리 두기가 해제되며 연간 약 702명의 임직원이 이용한 것으로 집계되었습니다. 이외에도 임직원 가족 단위 주말 숙박 지원을 제공하고 있으며, 2022년 연간 469명이 해당 제도를 이용하였습니다.

2023년에는 부서 단위로 화합 시간을 마련하는 '소통 Week', 2~30대 사원, 대리, 과장을 대상으로 하는 'MZ 네트워킹 주간', 2022년 4월 입사한 공채 인력 및 멘토를 대상으로 하는 '신입사원 Onboarding' 등을 리모트 워크플레이스에서 시행할 예정입니다. 이와 같은 다양한 임직원 지원 프로그램을 통해 숨 가쁜 일상에서 벗어나 휴식을 취할 수 있는 유연한 조직문화를 조성해나가고자 합니다.

PC-Off 제도	<ul style="list-style-type: none"> • 주 52시간 초과 근무를 제한하기 위한 PC 통제 시스템 도입 • 근무 시작 시간 08:30 PC-On, 근무 종료 시간 18:00 PC-Off
안식월 제도	<ul style="list-style-type: none"> • 창의적이고 유연한 조직문화 구축을 위해 승진자 대상 1개월 리프레시 휴가 제공
유연근무제	<ul style="list-style-type: none"> • 월-분기 단위로 사전에 계획된 평균 주 40시간을 근무하는(집단 또는 개인) 탄력근무제 형태의 유연근무제 시행(업무상 필요에 한함)
채움 휴직	<ul style="list-style-type: none"> • 학위 취득 및 직무, 어학 학습 등 자기계발을 위한 휴직을 제공해 직무 전문성 강화 및 업무 몰입도 제고
아빠 휴가제도	<ul style="list-style-type: none"> • 출산 초기 배우자의 육아 지원을 위한 휴가 제공
임신부 근로시간 단축	<ul style="list-style-type: none"> • 임신 12주 이내, 36주 이후 1일 2시간 근로시간 단축 제공
육아기 근로시간 단축	<ul style="list-style-type: none"> • 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀 양육을 위해 육아기 근로 단축시간 허용
그룹문화 진단	<ul style="list-style-type: none"> • 전사 조직문화 진단을 통해 임직원들의 조직문화 만족도 조사 및 개선 방안 도출

CASE STUDY :: 임직원 건강을 위한 63 FITNESS CENTER 신설

한화생명은 2023년 한강과 남산의 전경이 내려다보이는 직원 전용 체력 단련 공간 '63 FITNESS CENTER'를 개장하여 차별화된 최고의 직원 복지를 제공하고 있습니다. 최고급 피트니스 브랜드인 '테크노 짐'의 최첨단 장비 60여 종과 무동력 트레이드밀을 구비하였으며, 1:1 개인 PT 및 필라테스 수업 등 맞춤형 운동 프로그램을 운영 중입니다. 이뿐만 아니라, 도서관, 사내 카페 등의 다양한 복지혜택을 제공하여 MZ세대가 가장 원하는 회사가 되고자 지속적인 노력을 전개하여, '워라벨'을 넘어선 '워라블(Work-Life Blending)'을 추구하고 있습니다. 당사는 앞으로도 임직원의 건강과 창의적 사고를 증진하고, 나아가 업무 효율성을 극대화하여 직원 만족도 제고를 위한 노력을 지속 전개할 계획입니다.

인재경영

임직원 소통 확대

노사 커뮤니케이션 활성화

한화생명은 유연한 조직문화 조성을 위해 경영진과 임직원, 부서 간 다양한 형태의 소통 채널을 구축하고 있습니다. 정기적인 전사 공유 세션을 통해 전사 주요 현안 및 전략을 공유하며, 전사 경영 추진 전략 방향에 대해 경영진과 직원 간의 공감대를 형성하고 있습니다. 아울러, 조직 서베이 결과를 공개하여 투명성을 제고하고, 노사 간 적극적인 소통을 통해 조직문화 개선을 위해 노력하고 있습니다.

2022년 노사협의회 개최 내역

개최일	내용
1분기(3월)	인력계획에 관한 사항 공유 (근참법 ¹⁾ 22조)
2분기(6월)	기업의 경제적/재정적 상황 공유 (근참법 22조)
3분기(7월)	생산성 향상과 성과 배분 논의 (근참법 20조)
4분기(10월)	노사합의사항 세부 시행방안 논의

¹⁾ 근로자 참여 및 협력증진에 관한 법률

조직 서베이를 통한 조직 만족도 조사

2021년 4분기부터 시행된 조직 서베이를 통해 조직 문화에 대한 임직원의 의견을 수렴 및 개선해 왔습니다. 2022년 4분기에는 임직원이 보다 구체적인 의견을 제시할 수 있도록 객관식 세부 문항 및 주관식 문항을 추가하여 새로운 서베이 형식을 도입하였습니다. 또한, 주관식 문항에 대한 임직원 답변을 익명으로 처리하여 투명하게 공개함으로써 복지 제도에 대한 공개 투표 등 적극적인 방식으로 다양한 의견을 수렴하여 실질적인 조직문화 개선 방안을 수립 및 이행하고 있습니다.

2022년 4분기 조직 서베이 결과

전체평균	미션/전략	리더십	조직문화
4.3/5.0	4.4/5.0	4.3/5.0	4.3/5.0

경영 현안 설명회

임직원 간 금융 시장 및 한화생명의 지배구조 이해도 제고를 위해 경영 현안 설명회를 매월 운영하고 있습니다. 이를 통해 경영혁신 과제 현황 및 추진 방향, IFRS17 영업전략, 투자전략 등 부문별 주요 경영 현안과 전략을 공유하고, 사내 소통을 활성화하기 위해 노력하고 있습니다.

노사 협의회

근로자 대표와 회사 대표가 4명 동수로 구성된 노사협의회를 상시 운영하여 임직원과 관련한 주요 이슈에 대해 협의 및 소통을 활성화하고 있습니다.

노무 관련 리스크 관리

근로자의 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장 및 협력사	없음
아동, 강제노동과 관련하여 심각한 리스크를 보유한 사업장과 협력사	없음

단체 협약 적용 대상 임직원(2022)

단체 협약에 의해 근로조건 및 고용조건이 규제되는 임직원의 비율 (노동조합 가입 여부와 관계없이 단체 협약의 결과를 적용받는 임직원의 비율)	97.6%
---	-------

CASE STUDY :: 최고경영자 토크 콘서트 개최

한화생명은 2023년 1월 신입직원 63명을 대상으로 한화생명 Life Park에서 신입사원을 대상으로 ‘공감’ with CEO 토크 콘서트를 진행하여 최고경영자(CEO)와의 오프라인 소통 시간을 마련했습니다. 한화생명의 일원이 된 것을 축하하며 신입사원을 대상으로 덕담을 전달하고, 이후 90분간 격의 없이 묻고 답하는 시간을 제공하는 토크 콘서트를 통해 상호 공감대를 형성하는 뜻깊은 기회를 제공했습니다.



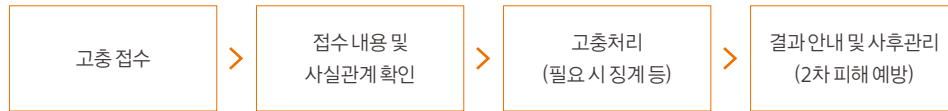
신입직원과의 토크 콘서트

인재경영

임직원 고충처리

한화생명에는 고충처리 센터를 운영하여 임직원의 불만 및 제반 고충사항을 적극적으로 청취하고 이를 해결하고자 노력하고 있습니다. 제보자 신원 및 고충 내용 등은 철저히 비밀로 보장되며, 접수내용 및 사실관계 확인·검토 후 필요 시 적절한 후속조치를 취하고 있습니다.

임직원 고충처리 프로세스



사내 카운셀러 제도 운영

한화생명에는 사내 성희롱 예방을 위한 카운셀러 제도를 운영하고 있습니다. 직무 및 강의 능력, 네트워킹 등 필수 역량 보유자를 카운셀러로 선발하여 직장 내 성희롱 사전 예방을 위한 집합교육과 사건발생 시 신속한 사건 접수, 상담 및 조사를 통해 피해자를 보호하고 2차 피해를 방지하고 있습니다. 또한, 카운셀러 협회 주관의 상담 자격증 과정을 이수하도록 지원하여 카운셀러의 전문 역량 강화를 지원하고 있으며, 매년 직장 내 성희롱 상담 실무 전문가를 위한 워크숍을 진행하고 있습니다.

임직원 안전보건 확보

임직원 안전보건 기본방침

한화생명에는 안전보건 기본방침을 제정하여 전 임직원과 방문 고객의 안전과 생명을 지키는 것을 최우선 목표로 이차 기본 원칙으로 설정하고, 안전을 최우선으로 여기는 근무 분위기를 조성하며 안전보건경영을 실천하고 있습니다.

한화생명 안전보건방침

- 임직원 및 방문 고객의 안전보건을 최우선으로, 안전보건 관련 법규를 철저히 준수한다.
- 안전보건 교육을 통해 안전보건 의식을 고취하고 전사 안전보건 문화를 내재화한다.
- 직원 및 방문 고객의 안전보건 확보를 위한 안전보건 계획을 수립하고, 이행 수준을 정기적으로 평가하여 개선활동을 지속적으로 발굴·추진한다.

임직원 건강 관리

한화생명에는 임직원의 건강 관리 프로그램을 통해 전 임직원을 대상으로 연 1회 종합 건강검진을 실시하고 있으며, 이를 통해 건강 문제를 사전에 방지하고 조기 발견 시 신속히 대처할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히, 여성 임직원을 대상으로 여성 발병률이 높은 유방암 및 갑상샘 초음파검사를 연 1회 지원하고 있습니다. 나아가, 의료비 단체보험 가입범위를 임직원 본인 포함 배우자 및 직계비속까지 확대하여 보험 적용 범위를 확장하였습니다. 이외에도 당사는 임직원의 마음건강 관리를 위해 콜센터 상담사 휴게공간인 ‘꿈꾸는 다락방’을 조성하고 다양한 예술 치료 프로그램을 통해 심리안정을 돕고 있으며, 마음건강 관련 질병 진단 자금 또한 지원하고 있습니다.

인재경영

임직원 안전보건 확보

산업안전보건위원회

2016년부터 근로자위원 및 사용자위원 각 3인으로 구성된 산업안전보건위원회를 운영하고 있습니다. 해당 위원회는 분기별 1회 정기회의 및 임시회의를 개최하여 임직원의 안전보건과 관련된 사항을 논의합니다. 2022년 안전보건전담조직을 신설하여 안전보건과 관련한 업무를 총괄 수행하도록 하였으며, 외부 전문기관을 통해 위험성 평가를 실시하여 임직원의 안전 관리를 위한 활동을 진행하였습니다.

2022년 안전보건 추진 성과

- 안전보건전담조직 신설 및 안전보건 관련 업무 총괄 수행 전담
- 외부 전문기관을 통한 위험성 평가 실시 완료
- 휴게시설 설치 의무에 따라 휴게시설 점검

CASE STUDY :: 옥외 설치물 안전점검 및 관리

옥외광고물(간판) 탈락위험 방지를 위한 돌출간판 교체 실시

강풍으로 인한 옥외광고물(간판)의 탈락 사고를 방지하기 위해 매년 2회(4월, 10월) 옥외광고물에 대한 안전점검을 실시하고 있습니다. 특히 안전사고 위험을 줄이고자 2021년부터 강풍에 취약한 지역의 돌출간판을 철거하고 채널간판 위주로 교체 설치하였습니다.



옥상광고탑 철골구조물 부식방지를 위한 도색 및 보강작업 실시

사옥 옥상광고탑의 노후화에 따른 철골 구조물 부식을 방지하고자 매년 2회 정기 안전점검을 실시하는 한편, 2023년부터는 정기 안전점검 횟수를 연 4회로 확대하여 안전사고에 대비하고 있습니다. 또한 철골 구조물 부식 방지를 위해 안전진단 및 도색작업을 주기적으로 실시하고 있습니다.

안전교육

한화생명에는 임직원의 안전의식을 강화하고 사옥 방문 고객 및 임직원을 위해 안전한 환경을 조성하고자 임직원 안전교육을 실시하고 있습니다. 재난발생 시 신속하게 대처할 수 있도록 임직원을 대상으로 정기 재난 안전교육을 진행 중이며, 2022년에는 코로나19로 인해 교육방식을 다각화하여 비대면·대면교육을 실시하였습니다. 또한, 전 임직원이 시청할 수 있도록 재난 발생 시 행동요령 등을 포함한 재난 안전교육 동영상 제작·배포하였습니다. 또한, 화재 예방 및 대응체계를 구축·운영하여 화재 위험성을 제거하고 비상시 신속하고 원활한 화재 진압이 가능하도록 훈련하고 있습니다. 이 밖에도 안전 관리를 위해 수시로 안전교육을 실시하고, 위험 안전평가표에 따라 고소, 용접, 페인트, 절단작업 등 위험작업에 대한 특별 순찰을 진행하는 한편, 화재 위험성이 높은 공사장의 경우 위험성 평가를 철저히 진행하였으며, 그 결과 무재해 성과를 달성하였습니다.

아울러, 코로나19 상황을 고려하여 온라인 산업안전 워크숍을 실시하여 총 8개의 주제에 따라 조별 발표를 진행하였습니다. 그 결과, 예방효과가 우수한 사항에 대해 전 사업장을 대상으로 수평 전개를 진행하여 시설물 관련 안전이 개선되는 효과를 확인했습니다. 당사는 향후 발표 자료를 전 사옥에 공유하여 전사 안전리더십 함양과 안전의식을 고취하고, 우수 아이디어 중 사옥내 도입이 가능한 안에 대해 검토하는 등 다양한 방법으로 안전관리 및 사고 예방을 추진할 계획입니다.

안전문화 확산을 위한 안전 캠페인

한화생명에는 전 임직원에게 사고에 대한 경각심을 고취하고 사내에 안전문화를 조성하고자 안전 캠페인을 진행하고 있습니다. 당사는 중대재해 예방을 위해 당사 및 협력업체 직원을 대상으로 ‘2022년 아차사고 사례 발굴 캠페인’을 시행하여 본인 또는 동료의 업무상 실수 또는 시설상의 문제로 인해 본인, 동료, 고객 등이 부상을 입은 뻔한 사례와 그에 대한 개선 대책을 접수 받았습니다. 그 결과, 총 194명의 참가자가 313건의 사례를 접수하였으며, 발생 가능성이 높은 우수사례를 선정하여 자료집(PDF)을 제작하여 임직원 및 협력사의 교육자료로 활용하였습니다. 본 캠페인을 통해 안전에 대한 관심도 및 안전의식을 제고할 뿐만 아니라, 현업에서 직접 겪었던 안전 관련 사례를 활용하여 공감대를 형성함으로써 현실성 있는 교육효과를 창출했습니다.

한화생명은 이처럼 다양한 안전캠페인 활동을 발판으로 전사적 안전경영시스템을 활성화하고, 안전문화 정착을 위해 지속적인 노력을 기울이고 있습니다.

인재경영

임직원 안전보건 확보

안전훈련

한화생명은 천재지변을 비롯한 각종 비상사태 발생 시 방문객 및 입주사 임직원의 안전과 시설물 보호에 만전을 기하고, 비상사태 대응방안 수립 및 신속 복구를 통해 고객 안전을 확보하고자 비상대처훈련을 진행하고 있습니다.

2022년 테러대상시설 수준진단 수검, 소방청 주관 중앙소방특별조사 수검, 영등포 소방서 주관 초고층 건축물 민관합동 훈련을 진행하였습니다. 그 결과 체계적이고 전문화된 건축물 안전관리와 선제적 재난 대응 체계의 우수한 성과를 인정받아 재난안전관리 유공 서울시장 표창 및 영등포 소방서장 표창을 수상하였습니다.

이에 더해 2022년 시설관리부서, 입주사, 영업장, 상주 협력사를 대상으로 총 7회에 걸쳐 테러 및 화재, 정전, 밀폐 등 상황별 자체대응 훈련 등을 실시했습니다. 그 결과, 비상훈련을 통한 자체비상조의 상황별 비상대처 능력을 강화하였고, 피난 대피 훈련을 통해 피난 통로를 숙지하고 심정지환자 발생 시 응급처치 요령을 습득할 수 있도록 지원하였습니다. 당사는 앞으로도 비상대처 매뉴얼의 지속적인 개선 및 정립을 통해 훈련절차를 보다 현실화하여 실제 상황에 부합하는 훈련을 실시하고, 나아가 민관합동 훈련 시나리오를 보완할 계획입니다.

2022년 안전훈련 내역

63빌딩 비상훈련

7회 (초고층 건축물 민관합동 훈련 외 6회)



63빌딩 재난안전교육

2회



전국 사업장별 정기적 비상대응 훈련 실시

27개소 409회



안전문화진단 실시

2017년부터 임직원을 대상으로 안전문화진단을 실시하고, 그 결과를 바탕으로 안전 관리 개선활동을 진행하고 있습니다. 2022년 설문조사 결과 안전문화지수는 평균 91.8점이었으며, 당사는 설문 결과를 바탕으로 8개 항목, 21건에 대한 개선조치를 실시하였습니다. 한화생명은 향후에도 매년 안전문화진단을 진행하고, 그에 따른 진단 결과를 전사 공유하며 사업장별 내부설명회를 추진하는 등 다양한 안전관리 활동을 지속적으로 추진해 나갈 예정입니다. 또한, 2023년 안전문화진단 관련 목표 및 운영계획 수립 시 개선방향을 포함하여 담당자 워크숍 등에 활용함으로써 임직원의 안전문화 수준의 정량적 진단을 위한 SHE(Safety, Health & Environment) 경영시스템을 지속적으로 개선 및 관리할 예정입니다.

코로나19 전염 예방을 위한 대응 활동

방역 전문업체와 코로나19 관련 방역(소독) 위탁 계약을 체결하여 사업장 내 확진자 및 의심자 발생 시 긴급소독 및 정기 소독작업을 진행하고 있습니다. 또한, 안면인식 열화상카메라로 전 사업장 출입 인원의 체온을 상시 확인함으로써 발열 체크를 진행하고 있으며, 손 소독제, 엘리베이터 버튼 방역 필름, 소독 약제 등을 지속적으로 구매하여 코로나19 관련 대응 물품을 상시 비치하고 있습니다.

임직원 안전 관리 현황

구분	단위	2022
산업재해율	건	1
	%	0.02
산재사망률	건	0
	%	0
근로자가 회복 불가능한 부상, 6개월 이내에 사고 이전과 동일한 상태로 회복할 수 없는 부상 건수 및 비율(사망사고 제외)	건	0
	%	0
총 근무시간	시간	6,307,200

인권경영

인권경영

인권정책

한화생명명은 ‘세계인권선언’ 과 ‘기업과 인권에 관한 지도원칙(UN Framework and Guiding Principles on Business and Human Rights)’ 에 기술된 인권을 포함하여 국제적으로 인정되는 모든 인권을 존중하며, 이를 포함한 국제기구의 규범을 지지합니다. 또한, 당사가 사업을 수행하는 해외사업장을 보유한 각 국가의 인권 및 노동법 규를 준수하고, 국가별 인권 이슈를 점검하여 인권 침해 발생을 예방하고 있습니다. 당사는 사업 운영의 전 과정에서 임직원, 고객, FP, 협력사, 자회사 등 밸류체인 전반의 모든 이해관계자의 인권을 존중하며, 어떠한 경우에도 인권 침해가 발생하지 않도록 지속적인 노력을 전개하고 있습니다. 특히, 정책대상 중 임직원의 경우 당사가 인권취약계층으로 분류한 사원 및 대리 직급의 인권 이슈를 방지하고자 다양한 사내 프로그램 및 제도를 운영하고 있습니다. 이러한 노력을 바탕으로 인권정책을 제정 및 선언하여 직·간접적 이해관계자의 인권을 최우선으로 고려하여 인권경영을 강화하고 있습니다.

한화생명명 인권정책

<p>임직원에 대한 인권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 성별, 나이, 장애, 종교, 인종, 출생지, 정치적 견해 등을 이유로 부당한 차별을 하지 않는다. • 능력과 자질에 근거하여 자기개발과 교육의 기회를 부여하고, 성과에 따라 공정하게 평가하고 보상한다. • 자유로운 노동조합 활동을 보장하고 노동조합과 신뢰를 기반으로 한 협력문화를 형성한다. • 임직원의 건강을 증진시킬 수 있도록 안전하고 쾌적한 근무환경을 제공한다.
<p>FP, 자회사, 협력사에 대한 인권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 우월적 지위가 아닌 상호대등한 위치에서 상생의 동반자로서 파트너와 협력회사를 존중한다. • 파트너 및 협력회사와 투명하고 공정하게 거래하며, 인권경영 확산을 위해 적극적으로 지원한다. • 어떠한 형태의 강제노동과 아동노동을 허용하지 않으며, 이를 예방하기 위한 조치를 이행한다.
<p>고객에 대한 인권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 고객의 요구에 신속하고 정확하게 대응하고 고객만족도를 높이기 위해 노력한다. • 업무상 수집한 고객정보 보호를 위한 기술적·물리적 방안을 지속적으로 개선한다. • 성별, 인종, 종교, 정치적 성향 등에 따른 차별적 금융서비스를 제공하지 않는다. • 고객의 요구와 기대를 존중하여 그에 부응하는 상품과 서비스를 개발하고, 윤리적이며 올바른 방법을 통해 이를 고객에게 제공한다.
<p>주주와 투자자에 대한 인권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 회계의 정확성과 신뢰성을 유지하고 투명한 정보 제공을 통해 주주의 권리를 보장한다. • 주주와 투자자에게 필요한 정보는 관련 법규와 내규에 따라 적시에 공정하게 제공한다. • 주주와 투자자의 정당한 요구와 제안을 존중하여 상호 신뢰관계를 유지한다.
<p>지역사회에 대한 인권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 내 포용적 금융을 실천하며, 취약계층의 금융 접근성을 높이기 위하여 노력한다. • 가명이나 차명계좌에 의한 거래, 불법적인 자금세탁 거래 등을 차단하여 건전하고 투명한 사회가 될 수 있도록 지원한다. • 지역사회의 환경, 사회적 문제를 고려하며 국내외 환경 관련 법규를 준수하고 환경과 관련된 정보를 대내외 공개한다. • 본사 및 국내외 사무실 인근 지역사회의 권리가 침해되지 않도록 유의하며, 지역사회의 일원으로서 사회공헌 활동에 적극 참여한다.

인권교육

한화생명명은 전 임직원을 대상으로 다양한 인권교육을 실시하고 있습니다. 인권경영의 개념 및 중요성, 한화생명명의 인권정책 및 인권경영 활동, 기업과 인권, 인권 관련 국제동향과 전망 등 폭넓은 주제를 포함하여 임직원의 인권감수성을 강화하고 있습니다. 이와 더불어, 임직원, 협력사, 고객 등 다양한 이해관계자의 인권보호 실천 방안에 대해 토론하는 시간을 통해 인권의식 함양의 발판을 마련하였습니다. 2022년 실시된 ‘인권경영의 이해’ 교육을 통해 인권경영 가이드라인 및 당사의 인권정책에 대해 다시 한 번 숙지하는 시간을 제공하여 ESG 경영 강화를 위한 노력을 전개하였습니다. 당사는 향후에도 다채로운 인권교육 프로그램을 정기적으로 진행하며, 임직원의 인권 의식 수준 제고를 위해 지속적인 지원을 제공할 계획입니다.

인권교육 내역

교육 내용	인권경영 개념 및 중요성, 인권경영 활동, 인권 정책 등
이수 임직원	3,894명

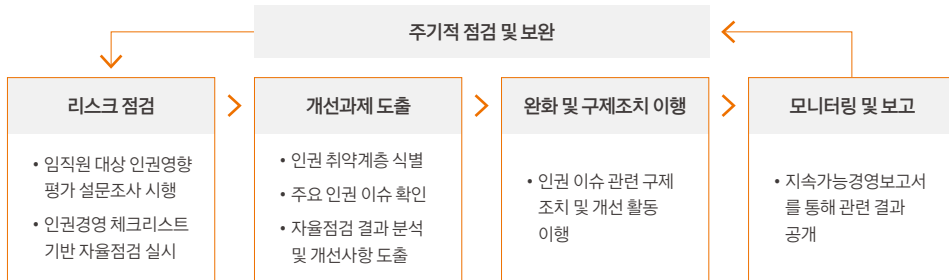
인권경영

인권경영

인권 리스크 관리

한화생명(이하 한화생명)은 사업 운영 과정에서 발생 가능한 인권 리스크를 사전에 방지하고, 리스크가 발생했을 경우 신속히 개선조치를 취하여 피해를 최소화하고자 전 임직원을 대상으로 인권영향평가를 진행하고 있습니다. 임직원 설문조사를 통해 주요 인권 취약계층과 인권 리스크를 확인하였으며, 도출된 인권 리스크 완화를 위한 구체 조치를 취하고 있습니다. 또한, 전사 인권경영 이행 여부를 점검하기 위해 인권경영 체크리스트를 기반으로 자율점검을 실시하고 있으며, 이행 수준을 점수화하고 보완이 필요한 영역을 파악하여 개선을 진행하고 있습니다.

인권 리스크 관리 프로세스



2022년 인권영향평가 설문조사 결과

한화생명 이해관계자(자회사, 협력사, 주주 포함) 총 865명이 응답한 2022년 인권영향평가 조사 결과, 소속 그룹, 직급, 성별에 따른 차이가 존재하였으나 공통적으로 도출된 중요 이슈로 ‘근로환경 개선’, ‘고용상의 차별 금지’, ‘직장 내 괴롭힘 및 갑질 방지’ 항목이 선정되었으며, 인권 분야 중 미흡한 평가를 받은 근로환경 개선, 인권경영체계 구축의 우선 개선 필요성이 제시되었습니다. 당사는 앞으로도 정기적인 인권영향평가를 통해 인권존중 문화를 구축하고, ESG 경영을 강화하는 중요한 매개체로 활용할 계획입니다.

인권영향평가 설문조사 결과 요약

중요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 근로환경 개선 • 고용상의 차별 금지 • 직장 내 괴롭힘 및 갑질 방지
당사 대응 조치	<ul style="list-style-type: none"> • 근로환경 개선, 고용상의 차별 금지 등 중요 이슈 선정 순위별 관심 필요 • 인권 분야 중 미흡한 근로환경 개선, 인권경영체계 구축 등 우선 개선 필요 • 성별·직급별 미흡 분야와 해당 세부 문항을 검토해 체계적 대응조치 수립

CASE STUDY :: 콜센터 직원 인권보호 프로그램

‘Hear-to-Heart 제도’ 운영

콜센터 상담사가 욕설, 폭언, 성희롱을 하는 악성고객을 응대할 경우, 상담사의 정신적·신체적 회복을 위해 명상 및 휴식을 취할 수 있도록 지원하고 있으며, 상담심의위원회를 통해 법적 처벌가능 여부를 검토하는 등 기업의 감정노동자에 대한 보호 책임을 이행하고자 적극적인 대응을 지원하고 있습니다.

‘새늘쉼터’ 운영

한화생명은 협력사 임직원의 건강 증진을 위해 2022년 서울, 대전, 부산에 위치한 콜센터 내 헬스케어실인 새늘쉼터 운영을 개시했습니다. 시각장애인 안마사로 구성된 힐링매니저를 통해 월 3회의 전문적인 수기 치료 서비스를 정기 제공하여 상담사의 신체적 피로를 경감하고, 장애인 일자리 확대를 통해 ESG 차원의 사회적 가치 또한 구현하고 있습니다.

‘한화생명 Arts Plus’ 진행

인권경영의 일환으로 문화예술 활동을 통한 정서지원을 목적으로 하는 힐링 프로그램인 ‘한화생명 Arts Plus’를 진행하고 있습니다. 콜센터 상담사의 스트레스 완화를 위해 전문 예술가사를 초빙하여 캘리그래피, 플라워아트, 우드카빙, 라틴공예, 우쿠렐레, 가야금, 칼림바 등 다양한 장르의 문화예술 프로그램을 제공하고 있습니다. 2022년 전문가 분석 결과, 사업 참여 후 상담사들의 스트레스가 현저히 감소되었으며 업무 및 조직 만족도 또한 향상된 것으로 나타났습니다.

건전하고 투명한 지배구조 확립

Governance

ESG

PERFORMANCE

투명한 지배구조

윤리·준법경영

리스크 관리

정보보안·개인정보보호



투명한 지배구조

이사회 현황

한화생명 이사회는 사내이사 3명, 사외이사 4명의 구성으로 총 7명으로 이루어져 있습니다. 이 중 과반수를 사외이사로 선임하여 경영진에 대한 견제 기능을 확보하여 독립성을 유지하였으며, 이사회에 대표이사 선임 및 해임권한을 부여하고 있습니다. 또한, 보험업의 특성을 고려한 금융, 경영, 경제, 법률 분야의 이사를 골고루 선임함으로써 이사회의 전문성을 강화하였습니다. 한화생명 이사회는 경영 기본 방침과 기업의 장기적 성장을 위한 주요 현안을 의결하고, 이사의 직무집행을 감독하는 역할을 담당하고 있으며, 대표이사를 이사회 의장으로 선임하여 이사회 회의를 진행 및 운영하고 있습니다. 이에 더해 대표이사가 이사회 의장을 겸직하며 발생 가능한 이해 상충을 방지 및 완화하고자 지배구조법에 따라 사외이사 중 선임사외이사를 선임하여 사외이사 전원으로 구성되는 사외이사회의 소집 및 주재, 사외이사의 효율적인 업무수행을 위한 지원, 사외이사의 책임성 제고를 위한 지원 업무를 수행하고 있습니다. 또한, 기업지배구조현장 제정의 건, 내부통제기준 개정의 건, 안전 및 보건에 관한 계획 승인의 건과 같은 중요의결사항과 관련하여 의안명, 가결 여부, 이사회 구성원의 찬반 여부를 사업보고서에 공시하여 이해관계자 참여를 통한 커뮤니케이션 강화를 위한 노력을 지속하고 있습니다. (2022년 기준 총 46건¹⁾) 당사는 이사회 내 분야별 위원회를 운영하여 각 분야의 전문 지식을 보유한 이사들의 효율적이고 신속한 의사결정을 도모하고 있습니다. 각 위원회는 지속가능경영, 감사, 임원후보추천, 임원의 보수, 위험관리, 내부 거래와 관련하여 위임 받은 사항에 대한 심의 및 의결을 담당하고 있습니다.

이사회 구성

(2023년 3월 기준)

구분	성명	성별	현재 임기	최초 선임월	전문성	이사회 내 역할	주요 경력	회사와의 거래	최대주주와의 관계
사내이사	여승주	남	2023년 3월-2025년	2019년 3월	• 금융, 경제 분야	• 이사회 의장	• (現)한화생명 대표이사 사장 • (前)한화투자증권 대표이사	해당사항 없음	해당사항 없음
	김중원	남	2023년 3월-2025년	2021년 3월	• 법률 분야	• 보수위원회 위원 • 내부거래위원회 위원 • 지속가능경영위원회 위원	• (現)한화생명 컴플라이언스실장 • (前)한화생명 윤리경영팀장	해당사항 없음	해당사항 없음
	신충호	남	2023년 3월-2025년	2023년 3월	• 경영, 경제 분야	• 임원후보추천위원회 위원 • 위험관리위원회 위원	• (現)한화생명 보험부문장 • (前)한화생명 상품전략실장	해당사항 없음	해당사항 없음
사외이사	황영기	남	2023년 3월-2024년	2019년 3월	• 금융, 경제 분야	• 선임사외이사 • 감사위원회 위원 • 보수위원회 위원 • 위험관리위원회 위원 • 지속가능경영위원회 위원	• (現)초록우산어린이재단 회장 • (前)금융투자협회 회장 • (前)KB금융지주 회장	해당사항 없음	해당사항 없음
	이인실	여	2023년 3월-2024년	2021년 3월	• 경영, 경제 분야	• 임원후보추천위원회 위원 • 감사위원회 위원 • 내부거래위원회 위원 • 지속가능경영위원회 위원	• (現)한반도미래인구연구원 원장 • (前)서강대 경제대학원 교수 • (前)한국경제학회 회장 • (前)통계청장	해당사항 없음	해당사항 없음
	조현철	남	2023년 3월-2024년	2021년 3월	• 경영, 경제 분야	• 감사위원회 위원 • 임원후보추천위원회 위원 • 내부거래위원회 위원	• (前)코오롱머티리얼 상근감사 • (前)코오롱인더스트리 상근고문 • (前)예금보험공사 부사장	해당사항 없음	해당사항 없음
	김세직	남	2022년 3월-2024년	2022년 3월	• 경영, 경제 분야	• 보수위원회 위원 • 위험관리위원회 위원 • 지속가능경영위원회 위원	• (現)서울대학교 경제학부 교수 • (前)BK기업은행 사외이사	해당사항 없음	해당사항 없음

1) 중요의결사항 및 이사회내 위원회 활동내역에 관해서는 사업보고서 p549-554 참고

투명한 지배구조

이사회 현황

이사회 산하 위원회

(2023년 6월 기준)

구분	구성			주요역할	심의/의결사항	보고사항
	위원장	사내이사	사외이사			
지속가능경영위원회		김중원	황영기 이인실 김세직	ESG전략 수립 / 이행사항 관리 감독 등	<ul style="list-style-type: none"> ESG 전략 및 정책 수립 ESG 중장기 목표 수립 ESG 추진과제 이행 현황 관리 감독 	<ul style="list-style-type: none"> ESG 추진 과제 이행 현황 ESG 관련 주요 대외평가 결과
감사위원회	황영기		이인실 조현철	내부통제 시스템 적정성 평가 및 개선 / 경영성과 평가 및 개선	<ul style="list-style-type: none"> 이사 및 집행임원의 업무집행 감독 외부감사인 선정 및 감독 감사부설기구 장에 대한 위임 관련 사항 결정 재무제표 검토 및 내부회계관리제도 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 감사 실시 결과 결산 감사 결과 내부회계관리제도 운영실태
임원후보추천위원회		신충호	이인실 조현철	사외이사, 감사위원, 대표이사 후보의 추천, 심사, 선정	<ul style="list-style-type: none"> 대표이사, 사외이사, 감사위원 후보 추천 	<ul style="list-style-type: none"> 최고경영자 경영승계 현황 사외이사 후보군 관리 현황
보수위원회		김중원	황영기 김세직	상근 임원에 대한 성과평가 기준 및 결과 심의 의결	<ul style="list-style-type: none"> 보수의 결정 및 지급방식에 관한 사항 보수지급에 관한 연차보고서 작성 및 공시 보수체계의 설계 운영 및 적정성 평가 보수정책에 대한 의사결정 절차 임원 금융투자업무담당자 등에 대한 변동보상 대상자의 결정 성과보수 이연 지급 대상 직원의 결정 	<ul style="list-style-type: none"> 금융회사의 보수체계와 재무상황 및 위험과의 연계성 및 법규 준수 여부에 대한 상시 점검
위험관리위원회	황영기	신충호	김세직	위험관리 기본방침 수립 / 리스크 한도 승인 등	<ul style="list-style-type: none"> 위험관리의 기본방침 및 전략수립 부담 가능한 위험수준 결정 적정 투자한도 및 손실희용한도 승인 위험관리기준의 제정 및 변경 	<ul style="list-style-type: none"> 리스크 분석 결과 금융그룹 위험관리 현황
내부거래위원회	이인실	김중원	조현철	계열사 간 내부거래 심의 등	<ul style="list-style-type: none"> 계열사 간 내부거래 안전에 대한 심의 계열사 간 내부거래 감독 	<ul style="list-style-type: none"> 일상적인 상품 용역 거래 기존 내부거래 주요내용 변경

투명한 지배구조

이사 선임 정책

공정한 이사회 선출 프로세스

한화생명은 공정한 이사회 선출 프로세스를 운영하여 전문성을 갖춘 이사를 선임하고, 주주총회의 결을 통해 이사진을 최종 선임하고 있습니다. 전 선출 과정에 거쳐 금융회사의 지배구조에 관한 법률을 준수하며, 해당 법률에 따라 지배구조 연차보고서를 연 1회 공시하고 있습니다. 이사회 산하의 임원후보추천위원회는 사외이사 및 최고경영자 후보군을 관리하며, 후보자 추천 시 관련 법령상의 결격사유 해당 여부뿐만 아니라 전문성, 직무 공정성, 윤리 책임성, 충실성 등을 고려하여 적합한 전문가를 후보군으로 추천합니다. 해당 위원회를 통해 추천된 사외이사 및 감사위원 후보군은 이사회에서 최종 후보로 선정됩니다. 아울러, 사내이사는 이사회에서 후보자를 추천 및 선정하고 있습니다. 대표 이사는 주주총회에서 선임된 이사 중 임원후보추천위원회의 추천을 받아 이사회에서 선출됩니다. 이에 더해, 최고경영자 경영승계 계획 현황 및 적정성을 연 1회 이상 점검하여 이사회에 보고함으로써 지배구조의 투명성을 강화하고 있습니다.

이사회 독립성

한화생명은 회사 운영의 효율성을 제고하고, 보다 균형 있는 의사결정을 진행하기 위해 이사의 독립성을 확보하고자 합니다. 이에 따라, 지배구조 내부 규범에 의거하여 금융회사의 지배구조에 관한 법률 제6조 등 관련 법령상의 자격요건을 충족하는 독립적인 사외이사를 전체 이사의 과반수로 구성하고 있습니다. 아울러, 감사위원의 독립성 확보를 위해 감사위원회를 사외이사로만 구성하여 경영진 및 지배주주로부터 독립적인 감사 업무 수행을 지원하였습니다. 또한, 기타 이사회 내 위원회의 경우, 각 위원회 위원장을 사외이사로 선임하고, 위원회 위원들의 과반수를 사외이사로 구성하여 독립성을 유지하고 있습니다.

이사 전문성 및 다양성 추구

한화생명은 다양한 이해관계자의 이익 제고를 목표로 이사회가 합리적인 의사결정을 내릴 수 있도록 전문성과 다양성을 고려하여 이사회를 구성하고 있습니다. 이사 구성의 다양성 증진을 위해 성별, 인종, 국적, 연령 등에 있어 차별을 두지 않으며, 특히 2021년부터 여성이사 1인을 선임하여 성별 다양성을 확보하고 있습니다. 아울러, 당사가 영위하는 산업과 관련한 금융, 보험, 경영 등 다양한 분야에서 풍부한 경험과 지식을 갖춘 전문가를 선임하기 위해 동종산업 근무 경력 및 전문성 보유 여부를 고려하여 이사회를 구성하고 있습니다. 특히 사외이사의 경우, 금융, 경영, 경제, 법률, 회계, 소비자보호, 정보기술 등에 관한 전문지식이나 실무경험 등과 같은 요소를 종합적으로 고려하여 선임하여 이사의 전문성을 강화하고 있습니다.

이사회 역량구성

구분	황영기	조현철	이인실	김세직	여승주	신충호	김중원
금융/경제	○	○	○	○	○	○	○
재무/회계	○	○	○	○	○	○	
ESG/소비자보호	○		○	○	○	○	○
법률					○		○

이사회 운영

이사회 운영 현황

한화생명의 이사회는 분기당 1회 개최되는 정기 이사회와 필요시 수시로 개최되는 임시이사회로 구성되어 있으며, 출석이사 과반수의 찬성을 통해 안건을 의결하고 있습니다. 다만, 관련 법령에 따라 이사가 회사의 사업기회를 유용하는 경우 또는 이사 혹은 주요 주주 등과 회사 간 거래에 대한 안건의 경우에는 이사 3분의 2 이상의 찬성으로 의결합니다. 또한, 대주주와의 10억 원 이상 신용공여, 주식·채권 취득 시에는 이사 전원의 찬성으로 의결합니다.

이사회 운영 현황

(2022년 말 기준)

구분	2020	2021	2022
개최 횟수(회)	10	10	12
부의 안건(건)	46	57	70
사내이사 출석률(%)	97	100	100
사외이사 출석률(%)	100	100	97.9

투명한 지배구조

이사회운영

사외이사 경영참여 지원 및 전문성 제고

한화생명은 안건 사전 설명 및 감사위원회 대상 간담회·교육을 진행하여 사외이사의 전문성을 강화함으로써 합리적인 의사결정과 원활한 직무수행을 지원하고 있습니다. 이사회 개최 전 해당 안건 내용을 사전에 충분히 검토할 수 있도록 사전 설명회를 진행하며, 사전에 자료를 공유하고 있습니다. 또한, 사외이사의 전문적인 의사결정을 지원하기 위하여 경영 관련 의사결정 시 필요한 자료 및 정보 제공을 요청할 수 있도록 보장하고 있으며, 요청 시 관련 자료를 적시에 충분하고 공정하게 제공하고 있습니다.

사외이사 교육·연수 실시 내역

구분	주요 내용	
사외이사 사전 설명회 (2022.2.17)	감사위원회 사전간담회	• 영업실적 및 재무제표(영업이익 등)
사외이사 사전 설명회 (2022.2.18-21)	2021년 결산 등 이사회 의안 사전설명	• 최근 시장 현황 및 실적 현황 • 내부통제기준 개정
사외이사 사전 설명회 (2022.5.26-5.31)	2022년 1분기 실적 등 이사회 의안 사전설명	• 1분기 실적 및 현안 보고
사외이사 사전 설명회 (2022.5.27)	감사위원회 사전간담회	• 최근 시장 현황 및 실적 보고
사외이사 사전 설명회 (2022.8.8-12)	자금세탁방지 교육	• 자금세탁방지 임직원 온라인 교육
사외이사 사전 설명회 (2022.8.24)	이사회 사전 간담회	• 2022년 상반기 실적 등 이사회 사전 간담회
사외이사 사전 설명회 (2022.9.15)	이사회 의안 사전설명회	• 이사회 안건 관련 사전 설명
사외이사 사전 설명회 (2022.10.17-10.18)	이사회 의안 사전설명회	• 한화위탁관리부동산투자회사와의 거래 설명
사외이사 사전 설명회 (2022.11.28-11.29)	이사회 의안 사전설명회	• 2023년 사업계획, 예산안 및 계열회사와의 거래 등 설명

이사회 평가 및 보수

효과적인 이사회 운영을 위해 한화생명은 매년 2월에 진행되는 이사회 정기 평가를 진행하여 이사회 구성과 운영실태를 점검 및 평가하고 있습니다. 이사회의 역할과 책임이 법령 및 내규에 따라 적정하게 수행되었는지를 검토하며, 검토 결과를 이사회 운영에 반영하여 지속적으로 법규준수 및 개선을 위해 노력하고 있습니다. 이외에도 이사회 구성원 간 의사소통 및 전문성 보완 수준, 이사회 소집 절차 및 사전 안건 제공 수준, 이사회 개최 빈도 및 회의시간의 적정성, 현안에 대한 심의 의결의 적시성, 경영진에 대한 견제 기능의 실질성 등이 이사회 평가 내용에 포함되어 이사회 운영의 투명성을 제고하고 있습니다.

이와 더불어, 이사회에 대한 참여도, 개선 의견 제안 여부 등 사외이사의 활동 기여도를 매년 평가하며, 그 결과를 지배구조 연차보고서를 통해 매년 공시함으로써 사외이사의 향후 활동에 참고할 수 있도록 지원하고 있습니다.

이사의 보수는 주주총회에서 승인한 이사 보수 한도 내에서 집행되며, 이사회에서 의결된 임원보상 제도 및 경영성과에 따라 지급되는 기본연봉 및 성과급 등으로 구성되어 있습니다. 2022년 주주총회에서 승인한 이사 보수 한도액은 총 60억 원이며, 실제 지급액은 26.4억 원입니다.

한화생명 지배구조 및 보수체계 연차보고서(2023. 2.28)

이사회 평가 및 보수

(2022년 말 기준)

구분	인원수 ¹⁾ (명)	지급 총액 (백만 원)	1인당 평균 지급액 (백만 원)
등기이사(사외이사, 감사위원회 위원 제외)	3	2,293	764
사외이사(감사위원회 위원 제외)	2	86	43
감사위원회 위원	3	252	84

1) 인원수는 2022년 1월-12월 재직 한 등기임원 기준임(퇴임임원 포함)

윤리·준법경영

윤리·준법경영 체계

한화생명에는 임직원의 올바른 행동과 가치판단의 기준이 되는 윤리현장 및 윤리행동강령을 제정·시행하고 있으며, 법과 규정을 철저히 준수하여 청렴하고 윤리적인 기업문화가 정착될 수 있도록 윤리·준법경영을 적극적으로 실천하고 있습니다. 또한 회사 대내외 이해관계자를 비롯한 국가와 사회에 대한 윤리적 책임을 이행하고자 노력하고 있습니다. 당사의 윤리경영 제도와 정책은 보험업법, 금융회사의 지배구조에 관한 법률, 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 및 금융감독원 감독기준 등에 따라 수립·운영되고 있습니다.

윤리경영 정책

<p>윤리현장</p>	<p>‘신용과 의리’를 바탕으로 공정하고 투명한 경영을 통해 국가와 사회로부터 더욱 신뢰받는 건강한 기업을 만들기 위한 선언</p> <ul style="list-style-type: none"> • 고객의 행복을 위한 가치 창출 • 직원의 자율과 창의를 존중 • 윤리적 가치관 정립과 올바른 직무 자세 실천 • 투명한 경영활동을 통한 주주가치 극대화 • 법령 및 규정을 준수 • 국가와 사회의 발전에 기여
<p>임직원 윤리행동 강령</p>	<p>기업활동에 있어 ‘기업윤리’를 최우선의 가치로 생각하며 투명하고 공정한 업무 수행을 추구하기 위해 기업의 경영정책에 따라서 영향을 받는 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력사, 지역사회, 환경 등 모든 이해관계자를 기준으로 구체적인 실천 기준 제시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 임직원에게 윤리적 판단 기준을 제공 • 경영전략, 집행계획, 교육 등에 윤리 관련 요소 제공 • 윤리행동강령에 금지된 사항의 경우 상사의 지시라도 거절할 수 있는 근거 제시 • 기업윤리 관련 문제를 사전에 예방
<p>임직원 윤리행동 강령 가이드북</p>	<p>임직원 윤리행동강령 이해도를 높이기 위해 실천 사항들을 근거와 예시를 들어 설명한 지침서</p>

내부통제 운영 조직

한화생명은 금융회사의 지배구조에 관한 법률에 따라 이사회의 결의로 내부통제체계 운영을 총괄하는 준법감시인을 선임하고 있습니다. 준법감시인의 공정한 직무 수행을 위해 업무상 독립성을 보장하고 있으며, 준법감시인은 법규 준수 측면에서 일상업무 사전검토, 내부통제 운영실태 점검 및 모니터링 등의 업무를 수행하고, 그 결과를 내부통제위원회 심의를 거쳐 이사회에 보고하고 있습니다. 당사는 내부통제업무의 추진력 제고를 위해 준법감시인의 직무수행을 보좌하는 전담조직을 설치하여 운영하고 있으며, 각 부서에서 준법감시인의 업무를 지원할 수 있는 내부통제담당자를 별도로 지정하도록 관리하여 내부통제 업무를 효과적으로 수행하고 있습니다. 내부 통제담당자는 부서 업무처리 시 내부통제기준의 준수 여부를 점검하고 취약부분을 개선하는 등 본인 고유의 업무와 분리하여, 해당 업무를 독립적으로 수행함으로써 투명성을 확보하고 있습니다.

내부통제 운영 조직도



- 법규 준수를 위한 제도 구축 및 내부통제시스템 개선
- 임직원 교육 실시 및 교육현황 관리
- 일상업무에 대한 사전감시 보좌
- 자금세탁방지 정책 수립 및 집행
- 준법감시담당자(내부통제담당자) 관리
- 공정거래 자율준수 프로그램(CP)운영

윤리·준법경영

윤리·준법 모니터링

한화생명명은 3선 관리체계(Three Line Defense)를 운영하여 각 부문의 내부통제 활동을 모니터링하고 있습니다. ‘헌업부서’, ‘내부 통제부서’, ‘감사부서’ 각 부문 간의 상호 견제를 통해 통제기능을 강화하여 균형적이고 자율적인 컴플라이언스 관리체계를 구축하였습니다. 또한 회사의 주요 업무를 매뉴얼화 하고, 내부통제 체크리스트를 통해 점검함으로써 법규 위반 리스크를 최소화하고 컴플라이언스를 관리하는 등 선도적인 윤리·준법 모니터링 활동을 전개하고 있습니다.

법률 및 규정 위반 내역

경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	관련 위반 사항 없음
환경 법규 위반	관련 위반 사항 없음
마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	관련 위반 사항 없음

금전적·비금전적 제재 내역 (2021-2022년)

법률 및 규정 미준수 사례의 총 발생 건수 및 내역	
i. 과태료가 발생한 사례	1건
ii. 비금전적 제재를 받은 사례	1건
법률 및 규정 미준수에 따라 발생한 과태료 납부 건수 및 과태료 총액	
i. 당기(2022년)에 발생한 법규 미준수 사례의 벌금	481백만 원
ii. 이전 보고기간(2021년)에 발생한 법규 미준수 사례의 벌금	없음

반부패 관련 위반 내역 (2022년)

사업보고서 p626 참조

윤리·준법 문화 조성

윤리·준법 교육

한화생명명은 코로나19 이후 강화된 비대면 교육 자료를 활용하여 임직원 맞춤형 교육을 진행하고 있으며, 카드뉴스 및 영상 교육 등의 다양한 형태의 교육 자료를 통해 윤리경영을 쉽게 이해하고 접근할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 부서 내 공정거래, 법규준수 등 내부통제를 담당하는 내부통제담당자의 경우 매년 1회 별도의 공정거래 교육을 실시하고 있습니다. 2022년에는 전 부서 내부통제담당자를 대상으로 ‘직원윤리와 컴플라이언스’ 교육을 진행하였습니다. 또한 교육참여율을 제고 위해 부서별 내부통제담당자를 통해 교육참여를 적극적으로 유도하여 윤리경영 문화 확산을 위해 노력하고 있습니다.

2022년 윤리·준법 교육

대상	임직원(2,557명)
교육 내용	금품, 향응, 편의 제공 및 증빙 주의, 회사 정보보호 및 유출 금지, 내부고발 제도, 이해상충행위 금지 등
이수 인원	2,513명

윤리·준법 캠페인

한화생명명은 매년 윤리·준법 서약을 통해 정도경영에 대한 전사적 실천의지를 다짐하고, 임직원의 윤리적 가치관 확산 및 책임의식 강화에 노력하고 있습니다. 본 서약은 대표이사를 포함 전 임직원이 참여하고 있으며, 윤리·준법 서약 영상 등을 제작·배포하여 자발적으로 참여하도록 독려하고 있습니다.

자금세탁방지제도

한화생명명은 금융거래를 이용한 불법자금의 세탁 행위를 차단하고 금융기관으로서의 대외 신인도를 지속적으로 제고하기 위해 2001년부터 자금세탁방지시스템(Anti Money Laundering System)¹⁾을 구축·운영하고 있으며, 이를 통해 불법·범죄 행위를 근원적으로 차단하고 있습니다. 또한, 자금세탁방지 국제기구인 FATF의 권고사항을 반영한 ‘위험 기반 전사적 자금세탁 위험평가(RBA²⁾)’를 통해 금융시스템의 투명성을 강화하고 있습니다.

1) 자금세탁방지시스템: 국내·국제적으로 이루어지는 불법자금의 세탁을 적발·예방하기 위한 법적·제도적 장치로서 사법제도, 금융제도, 국제협력을 연계하는 종합 관리시스템으로서 우리나라는 불법재산뿐만 아니라 탈세 목적의 행위까지를 그 대상으로 포함

2) RBA(Risk Based Approach: 위험기반접근법): 자금세탁방지를 위한 방법

윤리·준법경영

공정거래 자율준수 프로그램

공정거래 자율준수 프로그램(CP, Compliance Program)이란 기업이 공정거래 관련 법규를 스스로 준수하기 위하여 자율적으로 운영하는 내부 통제시스템을 뜻합니다. 이를 통해 협력사의 물적·지적 재산권을 보호하여 공정한 거래질서를 확립하고, 협력사와의 동반성장을 달성하기 위하여 한화생명에는 2006년부터 자율준수 프로그램을 운영하고 있습니다. 이에 따라, 이사회 결의에 의거하여 자율준수 관리자를 임명하고 CP 운영규정과 세칙을 제정하였으며, CP 편람을 제작·배포하여 CP 운영의 실효성을 제고하였습니다. 더불어, 전 임직원을 대상으로 공정거래 관련 안내 및 교육을 진행하며, 공정거래 자율준수 실적 및 차년도 연간 계획에 따라 관련 부서의 CP 실천 현황을 점검함으로써 공정거래 자율준수 문화를 강화하고, 내부감시체계 구축을 고도화하고 있습니다.

2022년 임직원 공정거래 사이버 교육

대상	임직원(2,557명)
교육 내용	공정거래법의 목적과 적용 범위, 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 도입, 주요 공정거래 이슈
이수 인원	2,513명

내부신고제도

한화생명은 다양한 내부신고 채널을 운영하여 회사 내에서 발생한 위반사실, 사고징후 또는 성희롱, 직장내 괴롭힘 등 인권리스크의 사전예보를 통해 직원 보호 및 건전한 기업문화 구축을 강화하고 있습니다. 우편, 이메일, 인터넷 등 다양한 방법으로 불공정 거래나 각종 비리에 대해 신고·고발할 수 있으며, 홈페이지 내 ‘위반사실 고지신고’ 채널을 운영하여 신고 방법의 편의성을 제고하고 있습니다. 신고자 및 신고내용은 철저히 비밀로 보장되어 익명으로 처리되며, 신고내용으로 인한 불이익은 발생하지 않습니다. 제보 사실 확인 후 임직원의 윤리 위반 행위가 확인될 경우, 해당 임직원을 대상으로 징계 등의 조치를 취하고 있습니다.

제보방법

홈페이지(PC/모바일)를 통한 위반사실 고지	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 > 회사소개 > 윤리경영 > 위반사실 고지 신고 (https://www.hanwhalife.com/company/main/intro/ethics/CI_EMVN000_T20000.do)
Outlook, 외부메일을 통한 위반사실 고지	<ul style="list-style-type: none"> • Outlook 메일 수신인 ‘윤리경영실천사무국’ 으로 고지 • 외부메일 수신인 hli6262@hanwha.com 제보

추가로, 내부통제기준 제59조(내부고발제도의 운영 등)에 따라, 위반행위를 인지하고도 회사에 제보하지 않은 사실이 발견된 경우 위반행위를 목인한 임직원을 제재할 수 있도록 규정하여, 타인의 위반사실에 대해 고의로 보고하지 않는 경우를 방지하고, 지시, 묵인, 은폐 등에 관여하지 않도록 유도하고 있습니다.

내부신고제도 현황(2022)

유형	2022년
신고 건수	6건
유효 건수	4건
징계 건수	1건

윤리·준법경영

협력사 공정거래 및 상생

협력사 공정거래

한화생명(이하 한화)은 협력업체의 투명하고 공정한 선정을 통한 공정거래 문화 확산을 목표로 ‘공정하고 투명한 계약체결’이라는 원칙 하에 계약사무 처리규정에 따라 협력사 선정 및 운용과정을 진행하고 있습니다. 전자구매시스템(HGAPS)¹⁾을 구축하여 전자 입찰을 통해 전 임직원이 입찰 프로세스를 진행할 수 있도록 관리하고, 업체 평가 시 평가위원이 직접 전자구매시스템을 통해 평가 결과를 입력할 수 있도록 하는 등 다양한 방법을 통해 협력사 선정의 공정성을 제고하고 있습니다. 또한, 거래 프로세스의 공정성과 청렴성을 보장하고자 입찰에 참여하는 협력사를 대상으로 ‘청렴이행서약서’를 작성하도록 요구하고 있습니다. 계약 이후 업무 진행 시 협력사의 불편, 불만 및 건의사항 등을 청취 및 협의하기 위한 상시 채널을 운영하여 적극적으로 소통하고 있으며, 취합된 의견을 향후 계약 시스템 및 프로세스에 반영하여 소통 채널의 지속적인 개선을 도모하고 있습니다.

1) HGAPS : Hanwha Life General Affairs Purchase System



협력사 윤리행동 기준 팝업 알림창

협력사 ESG 경영 확산

한화(이하 한화)는 협력사의 원활한 ESG 경영 이행을 통해 지속가능한 공급망 조성에 일조하고 산업 전반에 지속가능경영 가치를 확산하고자 다양한 방법으로 ESG 경영 인식 개선 및 역량 강화를 지원하고 있습니다. 당사는 전자구매시스템(HGAPS)을 통해 입찰에 참여하는 전 협력사를 대상으로 윤리행동 기준을 상시 평가함으로써, 협력사가 근로자 인권 보호 및 윤리경영을 이행할 수 있도록 독려하고 있습니다. 또한, 입찰에 참여하는 전 협력사를 대상으로 전자구매시스템 내 ‘협력사 윤리행동 기준 자가점검 리스트’에 따른 자체평가를 실시하도록 지원하여 총 5개 분야에서의 인권 및 윤리경영 수준을 신규 계약·재계약 심사 시 일부 반영하고 있습니다. 이 밖에도, 협력사의 자발적인 인권 및 윤리경영 이행을 위해 전자구매시스템 내 ‘협력사 윤리행동 기준’ 팝업 알림창을 마련하여 ESG 경영에 대한 인식 제고를 지원하고 있습니다.

협력사 윤리행동기준 자가 점검 리스트

- 근로기본권 존중 및 법령 준수
- 안전과 보건
- 환경보호
- 시장 경쟁질서 준수 및 협력사와 상생
- 협력사 윤리 준수

협력사 상생경영

한화(이하 한화)는 공정거래 질서를 확립하고 동방성장 문화를 확산하고자 협력사 상생경영 프로그램을 진행하고 있습니다. 최근 가속화되고 있는 보험산업 디지털 전환 기조에 따라 보험거래 업무 전반이 전산화되어 고객 개인정보보호의 중요성이 대두되고 있습니다. 건강한 디지털 금융 생태계 조성을 위해 협력사를 대상으로 관련 교육을 제공하여 개인정보보호에 대한 인식을 제고하고, 유출을 방지하고 있습니다. 또한, 전산시스템 및 장비 유지·보수 관련 협력사의 전 직원을 대상으로 고객 개인정보보호 및 윤리·준법 교육을 실시하였으며, 고객 개인정보 관리 협력사를 대상으로 정기적인 개인정보보호 관련 점검 및 평가를 실시하여 개인정보 관리 체계와 담당자 교육 여부 등을 점검하고 있습니다.

아울러, DREAMPLUS 센터를 기반으로 다양한 스타트업 지원 프로그램을 운영하여 우수한 혁신기술을 보유한 스타트업 회사의 성장을 지원하고, 한화금융계열사와의 사업 제휴도 확대하고 있습니다. 당사는 앞으로도 폭 넓은 상생경영 지원 프로그램을 제공하여 상생의 가치를 실현할 계획입니다.

CASE STUDY :: 구매시스템 RPA 기능 적용을 통한 협력사 신속 지원

2022년부터 협력사와의 계약 진행과정을 관리하는 구매시스템의 대시보드(Dashboard)에 RPA¹⁾ 기능을 적용하여 협력사와의 업무 프로세스가 지연되지 않고 적기에 처리될 수 있도록 지원하고 있습니다. RPA 기능을 적용하여 입찰계약 단계 내 지연되고 있는 프로세스에 대해 담당자에게 알람 메일을 자동으로 발송하여 협력사의 업무상 고충사항을 선제적으로 해결하고자 노력하고 있습니다.



1) RPA(Robotic Process Automation) : 반복적으로 처리해야 하는 단순 업무를 로봇 소프트웨어로 자동화하는 기술

리스크 관리

리스크 관리체계

한화생명에는 빠르게 변화하는 금융환경 및 경영활동 과정에서 발생하는 각종 불확실성 또는 손실발생 가능성을 사전에 예방하고, 이를 효과적으로 평가·관리하여 기업가치 향상을 위해 노력하고 있습니다. 경영계획에 따라 발생 가능한 회사의 리스크 수준을 측정하여 위험성향(Risk Appetite)에 따라 리스크 허용한도를 설정·관리함으로써, 가용자본이 일정 수준 이내로 유지될 수 있도록 관리하고 있습니다. 이에 더해 보험상품개발 및 투자활동 등 영업 부문에 대한 사전·사후 리스크 관리 절차를 운영하고 있습니다. 또한, 중장기적 리스크 관리 방안으로 자산, 부채 미스 매칭에 대한 변동성을 축소하고자 경영계획 및 자산운용계획 내 보험상품의 특성을 반영한 자산운용 전략인 자산부채관리전략(ALM, Asset & Liability Management)을 활용하고 있습니다. 또한, 매분기 위기상황분석(Stress Test)을 실시하여 자본적정성을 평가하여 재무적 건전성을 제고하고 있습니다. 이 밖에도, 위기상황 발생 단계별 대응 전략에 따라 체계적인 방법으로 리스크를 관리하여, 위기상황 발생 시 가용자본 감소영향이 상대적으로 큰 리스크 요인 위주로 위기상황 지표를 우선 운용하여 효율적인 리스크 관리 활동을 진행하고 있습니다.

리스크 관리 프로세스

리스크 인식

- 주요 재무적 리스크에는 보험, 금리, 신용, 시장, 운영 및 유동성이 있으며, 비재무적 리스크는 운영, 법규, 평판으로 분류하고 기타 리스크로는 자회사 리스크가 있음
- 상기 리스크 이외에도 지속적인 모니터링을 통해 관리의 필요성 여부 점검

리스크 측정

- 리스크 유형별로 자산·부채의 특성에 따른 측정방법으로 리스크 수준 측정
- 일시적인 경영환경의 변동 뿐만 아니라 비정상적인 급격한 변동상황의 위험 측정

리스크 모니터링 및 통제

- 리스크 유형별로 허용한도 설정
- 리스크 허용 한도의 초과 혹은 초과 예상 시 관련 내용과 대응방안을 경영진 및 위험관리위원회에 보고하며 신속한 조치 실행

리스크 보고

- 리스크 관련 제규정에 따라, 경영진 및 위험관리위원회에 리스크 모니터링 현황을 정기적으로 보고

리스크 관리 조직

이사회 내 리스크 관리 전담 조직인 위험관리위원회를 설치 및 운영하여 체계적인 전사 리스크 관리를 진행하고 있습니다. 해당 위원회는 리스크 관리와 관련된 주요 의사결정을 담당하며, 운영의 독립성을 보장하여 전사 운영에 대한 견제와 균형을 유지하고 있습니다. 또한, 위원회 전문성 확보를 위하여 해당 위원회 위원 중 1인 이상을 금융사 또는 기업의 금융, 회계, 재무 분야의 경험을 보유한 자로 선정하고 있습니다. 더불어, 위원회 위원을 대상으로 리스크 관리 체계, 기본방침 및 전략 등에 대한 위험관리 관련 교육을 진행하고 있습니다. 리스크 관리팀은 매년 이사회에 ORSA(Own Risk & Solvency Assessment) 평가 결과와 주요 의사결정 내역 및 리스크 현황, 위험관리위원회 회의의 주요 사항을 보고하여 리스크 관리 업무를 총괄하고 있습니다.

리스크 보고 체계



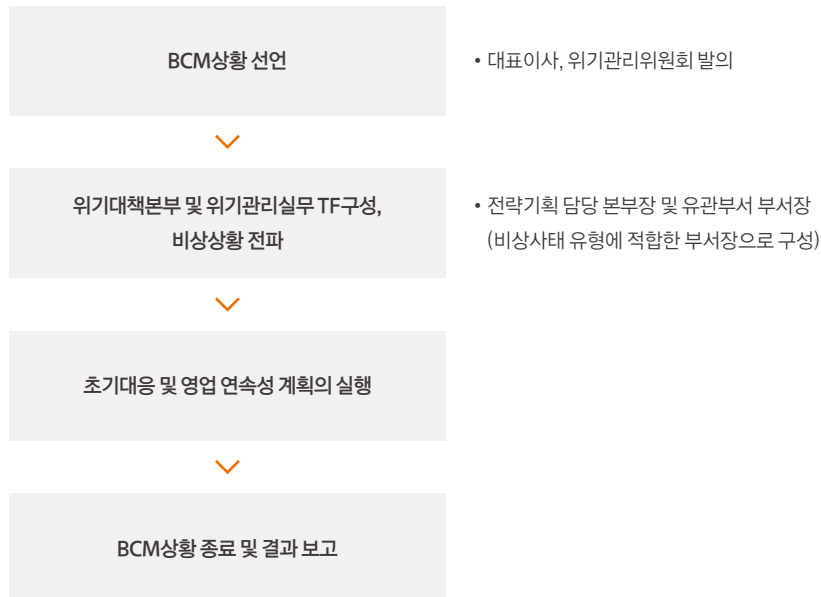
리스크 관리

업무 연속성 관리

비상사태 대응 체계

한화생명에는 재난 발생 상황에서도 영업 및 대고객 지원 업무의 연속성을 확보하고, 핵심 업무 보호와 시스템 및 프로세스의 원활한 운영을 도모하고자 비상사태 대응 체계를 구축·운영하고 있습니다. 이에 더해 전사 비상사태 대응 매뉴얼을 수립하여 예방·관리·복구 등 비상사태 발생 단계별 대응체계를 세분화하여 관리하고 있습니다. 당사는 2013년 생명보험사 최초로 BCM(Business Continuity Management) 국제표준인증인 ISO22301을 획득하였으며, 2014년 재인증을 획득했습니다. 또한, 코로나19 등 팬데믹 상황에서 별도의 '전염병 영업 연속성 계획'을 운영하여 전염병 및 재해 발생 시 신속한 업무 전환으로 재무 손실을 최소화하고 고객의 자산을 보호하며, 대고객 서비스를 안정적으로 지원하여 고객만족도를 높이고 있습니다.

비상사태 발생 단계별 대응 체계



재해모의훈련

매년 IT 인력 외 현업 관련 부서, 내근 인력이 참여하는 재해모의훈련을 진행하여 재해상황에서도 신속한 재해 복구를 진행함으로써 업무 연속성을 확보할 수 있도록 관리하고 있습니다. 또한, 매년 IT 인력 외 현업 관련 부서, 내근 인력이 참여하는 재해모의훈련을 진행하여 재해상황에서도 신속한 재해복구가 가능하도록 지속적인 관리를 진행하고 있습니다.

2022년 9월, 한화생명은 보험코어용 신규 시스템을 성공적으로 오픈하였으며, 이와 관련하여 재해복구시스템 구축을 포함한 재해모의훈련을 2023년 3월 8일 실시하였으며, 나아가 2023년 내 재해복구시스템 고도화 추진을 통해 보다 실질적인 재해모의훈련을 실시하고자 합니다.

재해모의훈련 내역

구분	내용	주기
악성코드 이메일 대응 훈련	악성코드 유포 등과 같은 전자적 침해 발생 시 임직원 대응능력 제고 및 프로세스 점검	연 3회
보안사고 비상대응 모의훈련	회사 주요 시스템을 대상으로 하는 해킹 및 정보유출 상황에 대비하여 대응체계 보완	연 1회
전산 재해모의훈련	재해 상황 발생 시, 신속한 IT 복구수행 능력 배양 및 데이터 정합성 점검	연 1회

리스크 관리

핵심 리스크 및 신제도 관련 대응현황

핵심리스크(재무/비재무) 관리

구분	리스크의 영향	한화생명의 대응방안
재무적 리스크	보험리스크 보험회사 고유업무인 보험계약의 인수 및 보험금 지급과 관련하여 발생하는 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 금융감독원 표준방법을 고려하여 내부의 보험리스크를 측정하고 있으며, 허용한도의 설정 및 관리사항을 정기적으로 경영진에 보고 • 회사의 보험금지급능력 제고를 위해 리스크 노출 정도 및 효율적 리스크 분산 등을 고려하여 재보험 관리
	금리리스크 미래 시장금리 변동 및 자산과 부채의 만기 구조 차이로 인해 발생하는 경제적 손실 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 금융감독원 표준방법을 고려하여 내부의 금리리스크를 측정하고 있으며, 허용한도의 설정 및 관리사항을 정기적으로 경영진에 보고 • 부채의 현금흐름 속성을 반영한 자산·부채 매칭 투자전략을 통해 중장기 목표 포트폴리오 설정
	신용리스크 거래 상대방의 채무 불이행이나 신용등급의 하락 등으로 인해 손실이 발생하는 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 금융감독원 표준방법을 고려하여 내부의 신용리스크를 측정하고 있으며, 허용한도의 설정 및 관리사항을 정기적으로 경영진에 보고 • 보고개별차주 및 투자상품의 정밀분석을 통해 사전·사후 분석을 실시하고 있으며, 투자상품 유형별 운용한도를 부여하여 관리
	시장리스크 금리, 주가 및 환율 등의 불리한 가격변동으로 인해 손실이 발생하는 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 금융감독원 표준방법을 고려하여 내부의 시장리스크를 측정하고 있으며, 허용한도의 설정 및 관리사항을 정기적으로 경영진에 보고 • 고위험 자산에 대한 손실한도를 설정하여 관리
	유동성리스크 자산과 부채의 만기구조 불일치나 급격한 현금 흐름의 변동으로 예상치 못한 손실이 발생하는 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 유동성 허용한도 설정 관리 및 비상계획(Contingency Plan)을 수립하여 위기상황 발생에 따른 대책 수립
비재무 리스크	운영리스크 부적절한 내부절차, 인력, 시스템 또는 외부 사건, 평판 및 법률, 규제 등으로 인해 발생할 수 있는 손실 가능성	<ul style="list-style-type: none"> • 금융감독원 표준방법을 고려하여 내부의 운영리스크를 측정하고 있으며, 허용한도의 설정 및 관리사항을 정기적으로 경영진에 보고 • 내·외부 사취, 고용·안전, 고객·상품, 업무처리 등에서 발생하는 분기별 손실데이터를 축적하고 이에 따라 통계적으로 예상되는 (비)예상손실을 측정하여 요구자본에 포함시켜 관리
	법규리스크 비재무리스크 사건으로 인해 발생한 법적분쟁으로 소송 사건을 의미	<ul style="list-style-type: none"> • 핵심위험지표(Key Risk Indicator) 중 분기별 신규소송 발생건수와 위기상황 모니터링 및 이에 따른 단계별 대응방안 관리
	평판리스크 민원 및 언론, 방송매체의 부정적인 보도를 통해 회사의 평판에 부정적인 영향을 주는 위험	<ul style="list-style-type: none"> • 핵심위험지표(Key Risk Indicator) 중 분기별 비우호기사 발생건수와 위기상황 모니터링 및 이에 따른 단계별 대응방안 관리

리스크 관리

핵심 리스크 및 신제도 관련 대응현황

신제도 관련 대응

신제도	대응 체계 구축	이행 현황
K-ICS, IFRS17 대응	<ul style="list-style-type: none"> 제도 도입 및 연착륙을 위한 시스템 구축 및 관리 프로세스 운용 중 	<ul style="list-style-type: none"> IFRS 계리시스템 구축 완료 후 안정화 진행 중 신제도(K-ICS) 영향평가 수행, 지급여력비율 가이드라인 설정을 통한 관리 중
금융그룹통합감독	<ul style="list-style-type: none"> 금융위원회 2018년 '금융그룹 감독에 관한 모범규준' 마련 '금융복합기업집단의 감독에 관한 법률' 시행(2021년 6월 30일) 금융위원회 2021년 한화 등 6개 금융복합기업집단 지정 통지(2021년 7월 13일) 한화생명은 한화손해보험, 한화투자증권 등 주요 소속 금융회사와 함께 금융복합기업집단 내부통제·위험관리 체제를 구축하여 운영 중 	<ul style="list-style-type: none"> 한화생명은 한화금융복합기업집단의 대표금융회사로서 한화복합기업집단의 내부통제·위험관리정책, 건전성 관리 등에 관한 업무를 수행하고 있으며, 관련 내용을 업무보고서 등을 통해 정기적으로 금융위원회에 보고하고 대외에 공시하고 있음 금융복합기업집단 내부통제·위험관리를 위한 기본방침 수립 등을 위해 '금융복합기업집단 내부통제 기준', '금융복합기업집단 위험관리 규정'을 제정하여 운영 중임
ORSA 도입	<ul style="list-style-type: none"> 감독기관은 K-ICS, IFRS17 도입에 따라 리스크 관리 프레임워크를 개선하기 위해 ORSA (Own Risk and Solvency Assessment) 제도를 도입 한화생명은 감독기관의 요구사항을 포함한 「자체적으로 위험관리체제의 적정성 및 현재와 미래지급여력의 적정성을 스스로 평가하고 관리하는 과정과 절차」를 점검 및 수행 	<ul style="list-style-type: none"> 매년 이사회에 자체 위험 및 지급여력평가 보고

정보보안·개인정보보호

정보보안 관리 체계

한화생명은 개인정보보호 및 신용정보보호 업무의 책임 있는 운영을 보장하기 위하여 정보보안 협의체를 운영하고, 정보보호최고책임자(CISO)를 선임하여 정보보안 관리체계의 고도화를 도모하였습니다. 정보보호최고책임자는 정보보안과 관련한 총체적인 기획, 조정, 점검 등의 주요 역할을 담당하며, 정보보안 협의체는 전반적인 정보보안 활동을 협의 및 추진함으로써 정보보안 및 개인정보보호 관련 위협을 선제적으로 예방하고 신속히 대응하고 있습니다.

정보보안 보고 체계



정보보호 부문	보안기획, 보안정책, 사업계획, 대외기관 대응, 침해사고 대응, 위험분석 평가, 모의해킹 등
개인정보보호 부문	개인정보보호 제도 수립, 유출 방지·통제, 개인정보보호 점검, 교육 등
보안관제	보안성 심의, 보안솔루션 운영, 365일 24시간 보안관제 등
정보보호위원회	회사의 정보자산 보호를 위한 제반 활동의 효율적 추진을 지원하고, 분야별 정보보호 활동을 통합·조정하며 관련사항을 심의·조정
개인정보보호 실무협의체	개인정보보호 주요 이슈 및 현안의 효과적인 대응, 개인정보처리 관련 중요 사항 등을 협의하기 위해 개인정보보호 실무협의체를 정기적으로 운영하고 있으며 13개 부서의 정보보호 담당자가 참여

정보보안·개인정보보호 활동

정보보안 활동

최근 금융과 IT의 융합에 따른 금융환경 변화로 인해 신규 보안위협이 출현함에 따라 정보보안과 관련된 운영 리스크가 지속적으로 증가하고 있습니다. 특히, 금융회사내 보안사고 발생 시 징벌적 과징금 등의 도입으로 손실 비용이 급증하여 재무적 관점에서의 정보보안 활동의 필요성 또한 증대되고 있습니다. 이에 따라 한화생명은 다양한 정보보안 활동을 진행하여 보안 리스크에 선제 대응하고, 정보보안 리스크에 대한 인식을 제고하며, 고객에게 안전하고 편리한 금융 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 한화생명은 전체 IT 예산의 약 9.7%를 정보보안 부문에 투자하는 등 내부적으로 정보보호 정책을 강화해 나가고 있습니다. 정보보안경영 시스템 국제표준인 ISO27001 인증을 획득하고, 이를 지속적으로 유지 및 관리하며 글로벌 수준의 정보보안 체계를 구축·운영하고 있습니다.

정보보안 활동 내역

보안 리스크 선제 대응	• IT 위험 분석 및 진단 → 11개 항목의 250개 통제 항목 분석 및 진단
정보보안 인증	• 정보보호 국제표준 ISO/IEC27001:2013 인증 보유(연 2회 사후 심사를 통한 인증 유지 중)
금융정보 보호	• AI 및 Multi-Layer 기반의 사이버 침해 대응체계 구축 → 침해사고 대응 훈련(연 1회), Web 및 App 모의 해킹(연 2회), 위험분석 평가(연 1회), 자산 취약점 분석 평가(연 1회), 프로젝트 보안성 심의 등
정보보안 인식 강화	• 정보보안 및 개인정보보호 규정 수립 → 정보보호 규정 외 18개 IT 보안지침 → 개인정보보호 규정 외 3개의 개인정보보호지침 등 • 정보보호 교육 및 인식 제고 캠페인 시행
정보보안 책임제	• 개인정보보호 배상책임 보험 및 전자금융거래 배상책임 보험 가입

정보보안·개인정보보호

정보보안·개인정보보호 활동

고객 개인정보보호 활동

개인정보 유출과 같은 금융분야의 보안사고는 국민 여론의 악화 등 평판리스크를 유발하며, 대규모 고객정보를 보유한 금융회사의 특성상 비교적 큰 규모의 재무리스크가 발생할 수 있습니다. 이에 따라 한화생명은 사이버 보안 및 개인정보보호 강화를 위한 다양한 교육을 실시하여 임직원 보안인식을 제고하고 있으며, 개인정보 암호화 및 정보 접근 권한 강화 등의 기술적 보호대책 적용을 통해 유출을 사전에 방지하고 있습니다.

정보보호 및 개인정보보호관리체계 인증(ISMS-P) 심사

한화생명은 자율보안체계에서의 대내외 고객 보안 신뢰성을 확보하고 개인정보보호 인증체계를 효과적으로 수립 및 운영하고자 2023년 7월 ISMS-P 인증심사를 최초로 진행할 예정입니다. ISMS-P의 인증기준은 점검기준 102개, 세부점검항목 392개 항목으로 구성되어 있으며, 이를 통해 관련 법률(신용정보법, 개인정보보호법, 전자금융감독규정 등)의 최근 제·개정 사항 준수 여부를 능동적으로 확인 및 보완하고, 개인정보보호 인증체계 운영을 고도화하여 DTC(Direct To Consumer) 플랫폼을 활성화 하는 데 기여함으로써 궁극적으로 ISMS-P 인증 기준에 의거한 관리적, 물리적, 기술적 영역을 점검하여 보호대책을 수립 및 보완할 계획입니다.

2022년 고객 개인정보보호 활동

보안교육	<ul style="list-style-type: none"> • 전 임직원 및 FP 대상 개인정보보호 교육 진행 • 2022년 약 14,678여 명, 총 30분/명
보안이슈 공유	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일, 팝업 창 등을 통해 최신 보안 이슈 및 보안 사고 사례 전파 (ex. 피싱메일 및 랜섬웨어 주의 등)
보안점검 시행	<ul style="list-style-type: none"> • 고객정보 무단조회 통제 • 점검 항목 실사 후 CEO 보고

고객개인정보보호 관련 불만 건수

고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	1건
-------------------------------------	----

보안 점검 시행

한화생명은 전사 보안 수준 제고를 위해 정기적인 보안 점검을 통해 보안수준을 파악하고 사전에 위험요소를 파악하여 필요한 조치를 선제적으로 진행하고 있습니다. 보안교육, 비상대응 훈련, 보안관제 서비스, 정보보호 정책 개선 관련 목표 달성 수준을 연 2회 정기 점검하고 있으며, IT 위험 분석 및 평가 또한 연 1회 실시하고 있습니다. 물리 및 관리 영역 등으로 구분된 총 250개 항목을 최신 정보보안 관련 법규 기준으로 평가하고, 정보처리 시스템 및 정보통신망, 홈페이지와 같은 기술적 영역의 경우 20개 정보보안 목표의 달성여부를 점검하고 있습니다. 한화생명은 이와 같은 정기 점검 및 비상대응 훈련 활동을 통해 사이버 회복력을 강화하고 있으며, 이러한 노력을 바탕으로 2022년 정보 유출 건수 0건을 달성하였습니다.

정보보안 문화 확산

임직원의 보안인식 제고 및 정보보안 문화 확산을 위해 다양한 교육 및 캠페인을 진행하고 있습니다. 매일 정보보호 점검의 날을 실시하여 전 임직원을 대상으로 정보보호 교육 및 정기 온라인 교육을 제공하고, 개인정보보호 캠페인을 연 1회 개최하여 사내 정보보안 문화를 확산하고 있습니다. 또한, 직무별 정보보호 교육을 제공하여 사고 예방 및 대응 능력 강화를 지원하고 있습니다. IT운영 및 개발 인력 대상으로 ‘가명정보 보호교육’과 ‘웹담당자 정보보호 교육’을 매년 실시하는 한편, IT보안 인력을 대상으로 ‘금융보안원 방문 교육’ 등 외부 위탁교육 및 자체 내부교육을 정기 제공하고 있습니다. 또한, 정보보안 역량을 제고하기 위해 이메일을 이용한 악성코드 공격, 디도스(DDoS) 공격, 서버해킹 대응 훈련 등의 다양한 정보 침해 사고 대응 훈련을 실시하고 있습니다.

임직원 정보보호 교육 참여 인원

구분	단위	2020	2021	2022
교육 참여 인원	명	3,998	2,496	2,605

2022년 임직원 정보보호 교육 시간

구분	단위	임원	현업부서	IT	정보보호
인당 교육 시간	시간	9	12	14	15

APPENDIX



중대성 평가

이해관계자 참여

한화생명은 임직원, 고객사, 협력사, 지역사회, 정부, 주주·투자자를 주요 이해관계자로 정의하고, 경영활동의 전 영역에서 이해관계자의 소중한 의견을 한화생명의 지속가능한 경영을 위한 활동에 반영하고자 이해관계자 특성에 따른 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영 중입니다. 또한 이해관계자와의 커뮤니케이션 강화를 위해 적극적인 상호 작용과 경청, 아이디어 및 건설적인 피드백에 대한 진정성 있는 수용 등 다양한 노력을 기울이고 있습니다

구분	고객	임직원	비즈니스 파트너(FP, 협력사 등)	주주 및 투자자	정부 및 공공 기관·협회	지역사회
주요 커뮤니케이션 채널	<ul style="list-style-type: none"> 콜센터 고객센터 한화생명 홈페이지 SNS채널 소비자포털 한화생명 APP FGI제도 한화톡톡 	<ul style="list-style-type: none"> 경영전략회의 전사공유세션 사내방송 HRD Monthly Letter 노사협의회 임직원만족도조사 산업안전보건위원회 	<ul style="list-style-type: none"> FP대상 교육 LIFEPLUS ACADEMY 연도대상 시상식 초대 행사 동행활동 지원 전자구매시스템(HGAPS) 우리들의 행복한 일터 만들기 (협력사 CS 교육프로그램) 보안교육 	<ul style="list-style-type: none"> 사업보고서 지속가능경영보고서 주주총회 경영공시 투자설명회 실적발표 및 IR미팅 글로벌 컨퍼런스 	<ul style="list-style-type: none"> 생명보험협회 금융감독원 금융위원회 보험개발원 보험연구원 	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌 활동 성과 및 가치 측정 한화생명 봉사단 한화생명 해피프렌즈 지역별 복지 단체, NGOs 사회적 기업
주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 중심의 보험상품개발 올바른 정보 제공 지속적인 서비스 개선 고객정보 보호 	<ul style="list-style-type: none"> 공정한 성과 평가 자기계발 지원 일과 삶의 균형 인권존중의 문화 	<ul style="list-style-type: none"> 전문역량 개발 복리후생 협력사 상생 발전 공정거래 준수 	<ul style="list-style-type: none"> 안정적인 배당 건전한 기업 지배구조 수립 사업 다각화 및 시장확대 	<ul style="list-style-type: none"> 경영공시 공정거래 준수 투명한 조세정책 	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 활성화 소외계층, 소외지역 대상의 사회공헌 활동 사회적 기업과의 상생 지역사회 환경보호

중대성 평가

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 프로세스

이중 중대성은 기업 내부적 관점에서 ESG 이슈가 기업의 재무 상태에 미치는 영향을 평가할 뿐만 아니라, 외부적 관점에서 기업이 사회·환경적으로 미치는 영향을 평가하여 기업의 내·외부적 관점에서 재무적 중요성과 지속가능성에 대한 영향을 동시에 고려하는 개념입니다. 한화생명에는 이중 중대성 개념을 도입하여 분석을 진행하여, ESG 중대 이슈 도출 및 관련 정보 공시의 신뢰도를 제고하였습니다. 이에 따라, 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하여 재무적 및 사회·환경적 영향을 고려한 ESG 중대 이슈 10개를 도출하였으며, 중대 이슈별 리스크에 선제적으로 접근하여 사전 관리를 지원하며, 이를 기업 경영활동에 적극적으로 통합·반영해 나갈 계획입니다.

Step 1. 이슈 풀 구성

한화생명 전략과제 분석, 미디어 분석 등 내·외부 분석을 통해 23개의 이슈 풀을 구성하였습니다.



Step 2. 중대성 평가

23개의 이슈 풀을 기준으로 재무적 영향도와 환경·사회적 영향도를 분석하였습니다.



Step 3. 중대이슈 도출 및 보고

재무적 영향도와 환경·사회적 영향도를 종합 검토하여 한화생명의 2022년 ESG 중대이슈로 10개 이슈를 도출했습니다.

- 국내외 ESG 공시 기준(GRI Standards, SASB, TCFD), 이니셔티브(UNGC, UN SDGs, PSI), 평가(KCGS, DJSI, MSCI) 분석
- 글로벌 ESG 공시 우수기업 및 동종업계 벤치마킹
- 미디어 분석
- 보험/은행 산업 이슈 및 글로벌 ESG 이슈 분석

Financial Materiality (재무적 영향도 분석)	<ul style="list-style-type: none"> • 재무 관련 공시 기준 및 ESG 평가 분석 • 주주 및 투자자 대상 설문조사 • 최신 글로벌 규제 및 정책 동향 분석
Impact Materiality (사회·환경적 영향도 분석)	<ul style="list-style-type: none"> • 공시 기준 및 ESG 이니셔티브 분석 • 임직원, 협력사, 고객사, 주주/투자자, ESG전문가 등 이해관계자 1,676명 대상 설문조사 • 2022년 유효 기사 444건 분석 • 보험 및 은행 산업 내 ESG 선도기업 9개사 벤치마킹 분석

영역	이슈
사회	고객 만족도 제고 및 고객 권리 보호
지배구조	윤리·준법경영 이행
환경	기후변화 대응
경제	미래 성장 동력 확보*
지배구조	재무·비재무 리스크 관리 강화*
지배구조	고객 정보보호 및 사이버 보안 강화
경제	ESG 상품 및 서비스 개발
경제	ESG 투자 확대*
사회	보험산업 기반 사회공헌 추진*
환경	환경영향 최소화*

* 2022 신규 중대이슈

중대성 평가

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

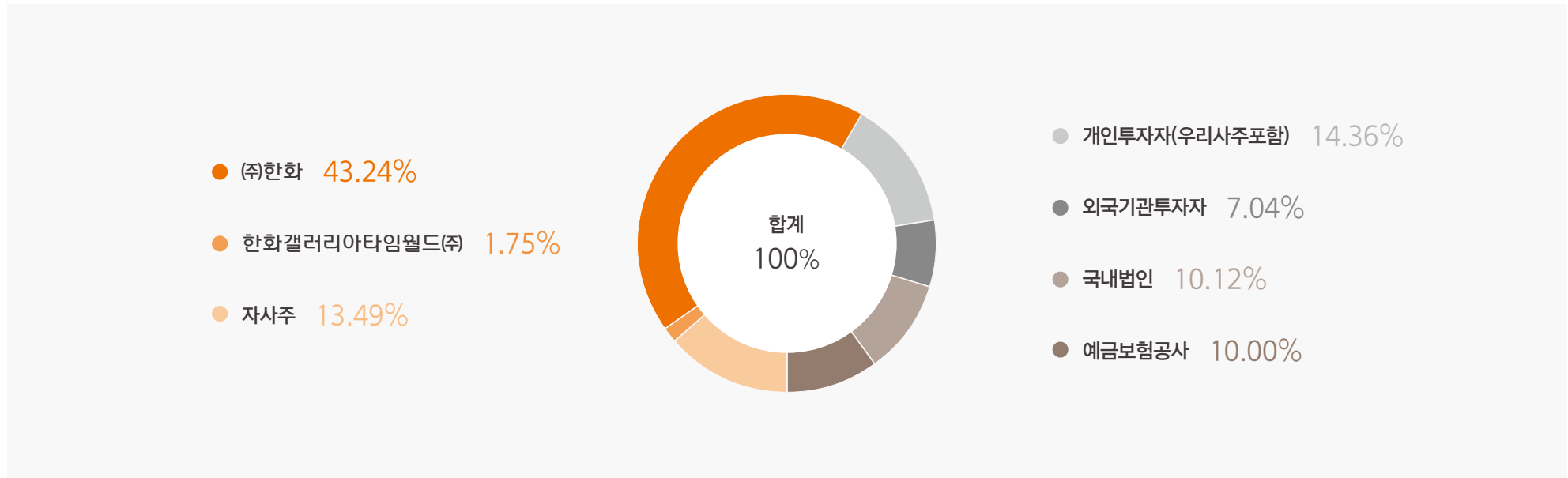
한화생명은 2022 중대성평가를 통해 ESG 이슈의 재무적, 사회·환경적 영향도와 함께 주요 이해관계자별 영향도를 분석하고, 10개 이슈를 중대 이슈로 선정하였습니다. 최상위 중대과제로는 2021년과 동일하게 “고객 만족도 제고 및 고객 권리 보호”가 선정되었으며, “미래 성장 동력 확보”, “재무·비재무 리스크 관리 강화”, “ESG 투자 확대”, “보험산업 기반 사회공헌 추진”, “환경영향 최소화”의 5개 이슈가 신규 중대 이슈로 도출되었습니다. 중대성 평가 과정 및 결과는 경영 전반에 걸쳐 환경, 사회적 책임, 투명한 지배구조의 관점을 반영하여 지속가능한 성장을 할 수 있도록 이사회 내 지속가능경영위원회에 연 1회 보고되며 지속가능경영 활동 계획 등 제반 ESG 리스크 검토 시에 반영됩니다. 지속적으로 이중 중대성 평가 방법론을 고도화함으로써 보다 신뢰성 있는 중대 이슈를 도출하고, 이를 이해관계자들과 소통하겠습니다.

ESG 중대이슈 (*2022 신규 중대이슈)		영향도		이해관계자					접근방법	Index	
영역	이슈	재무	사회·환경적	임직원	협력사	고객사	주주·투자자	지역사회	추진 활동	보고위치	GRI Index
환경	기후변화 대응	⓪	●	⓪	●	⓪	○	●	다양한 기후변화 대응 활동을 전개하고, 기후변화 리스크/기회를 관리하여 자산 포트폴리오의 탄소발자국 절감에 기여하고 있습니다.	35-39	201-2, 302-1, 302-3, 305-1-4
	환경영향 최소화*	○	●	⓪	●	○	○	●	멸종위기 동물 보호 캠페인 및 친환경 조림 캠페인을 진행하고 페이퍼리스 환경을 구축하여 환경영향 저감을 위해 노력하고 있습니다	40-42	303-3, 304-3-4
사회	고객 만족도 제고 및 고객 권리 보호	●	●	●	●	⓪	●	●	고객만족 전략을 바탕으로 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하여 고객만족을 증대하고, 정보 보호 및 개인정보보호관리체계 인증(ISMS-P)을 통해 고객 개인정보보호를 강화할 계획입니다.	49-51, 84-85	417-3, 418-1
	보험산업 기반 사회공헌 추진*	○	⓪	●	⓪	○	○	●	블록체인 및 Si금융 분야의 인재양성을 위한 다양한 프로그램 및 취약계층 아동/청소년을 위한 사회공헌 활동을 실천하고 있습니다.	52-54	203-1, 413-1
지배 구조	윤리·준법경영 이행	●	●	●	●	●	○	●	3선 관리체계 운영을 통해 부서관 상호견제를 강화하여 사내 컴플라이언스 관리체계의 건전성을 확보하고 있습니다.	76-78	206-1
	재무·비재무 리스크 관리 강화*	●	⓪	●	⓪	●	○	○	리스크 관리 거버넌스 및 프로세스 운영을 통해 재무·비재무 리스크를 효과적으로 평가 및 관리하고 있습니다.	80-83	Non-GRI
	고객 정보보호 및 사이버 보안 강화	●	●	●	●	⓪	○	●	개인정보보호관리체계 인증 획득 추진, 정기 보안 점검/훈련 및 교육 등을 통해 전자 보안 수준을 강화하고 있습니다.	84-85	418-1
경제	미래 성장 동력 확보*	⓪	●	●	●	⓪	○	○	다양한 고객 니즈 분석을 통해 고객중심형 상품 및 서비스를 지속적으로 개발하며 고객 만족도와 편의성을 제고하고 있습니다.	13-23	Non-GRI
	ESG 상품 및 서비스 개발	○	●	⓪	●	○	⓪	●	금융 취약 계층 보호 및 접근성 향상, 스타트업 육성, 페이퍼리스 업무 환경 구축 등을 위해 다양한 상품 및 서비스를 개발했습니다.	25-29	203-1
	ESG 투자 확대*	⓪	●	⓪	●	○	○	●	탈석탄금융을 선언하고, 7억 5천만 달러(9,041억 원)규모의 ESG 채권 발행을 통해 친환경, 친사회적 투자 등을 지원할 예정입니다.	30-31	203-2

경제·경영 성과

주주 구성

(기준일자: 2022년 12월 31일)



신용평가등급

국내



국외



평가연도	한국신용평가	한국기업평가	NICE신용평가	평가연도	S&P	Moody's	Fitch
2022	AA+/안정적	AA+/안정적	AA+/안정적	2022	A/Stable	A2/Stable	A/Stable
2023	AA+/안정적	AA+/안정적	AA+/안정적	2023	-	-	A/Stable

경제·경영 성과

조직 현황

구분	단위	2020	2021	2022
국내조직*	개	566	1	1
해외조직	개	192	196	194

* 2021년 한화생명금융서비스 분사로 국내 조직은 분사 한정

요약연결재무상태표

구분	단위	2020	2021	2022
자산				
I. 현금및현금성자산	백만 원	1,051,931	1,336,124	2,537,531
II. 예치금	백만 원	506,330	1,263,132	1,848,261
III. 유가증권	백만 원	80,601,553	91,143,314	86,768,899
IV. 관계기업 및 공동기업투자	백만 원	257,086	367,916	537,516
V. 대출채권	백만 원	29,596,267	31,406,446	32,466,431
VI. 유형자산	백만 원	1,901,702	1,884,292	1,633,757
VII. 투자부동산	백만 원	2,550,620	2,497,974	2,701,401
VIII. 무형자산	백만 원	1,133,974	1,161,795	1,115,180
IX. 사용권자산	백만 원	80,950	124,833	170,378
X. 파생상품자산	백만 원	1,050,529	181,066	966,604
XI. 순확정급여자산	백만 원	4,714	25,369	35,722
XII. 당기법인세자산	백만 원	145,445	16,887	194,582
XIII. 이연법인세자산	백만 원	9,178	138,928	1,761,867
XIV. 기타금융자산	백만 원	1,536,070	2,571,857	2,386,203
XIV. 기타자산	백만 원	3,026,294	3,289,958	3,715,380
XVI. 특별계정자산	백만 원	25,322,141	26,181,482	22,395,830
자산총계	백만 원	148,774,784	163,591,373	161,235,542

요약연결재무상태표

구분	단위	2020	2021	2022
부채				
I. 보험계약부채	백만 원	104,954,593	108,406,648	111,106,045
II. 계약자지분조정	백만 원	1,208,302	348,386	17,888
III. 당기손익인식금융부채	백만 원	-	1,356,666	2,769,310
IV. 차입부채 및 사채	백만 원	552,557	6,987,337	9,380,330
V. 당기법인세부채	백만 원	4,493	65,401	128,813
VI. 이연법인세부채	백만 원	750,305	585,246	200,261
VII. 파생상품부채	백만 원	184,680	989,411	2,295,237
VIII. 순확정급여부채	백만 원	167,036	287,991	256,224
IX. 총당부채	백만 원	76,211	89,667	125,571
X. 기타금융부채	백만 원	1,910,771	4,075,087	3,573,464
XI. 기타부채	백만 원	203,645	233,646	175,000
XII. 특별계정부채	백만 원	25,607,557	26,746,306	23,192,241
부채총계	백만 원	135,620,150	150,171,792	153,220,384
자본				
지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본				
I. 자본금	백만 원	4,342,650	4,342,650	4,342,650
II. 기타불입자본	백만 원	(454,117)	(452,755)	3,010
III. 신종자본증권	백만 원	2,056,344	2,056,344	1,558,370
IV. 기타자본구성요소	백만 원	2,680,982	244,555	(4,868,320)
V. 이익잉여금	백만 원	3,251,081	5,083,054	5,741,733
비지배지분	백만 원	1,277,694	2,145,733	1,237,715
자본총계	백만 원	13,154,634	13,419,581	8,015,158

경제·경영 성과

요약연결포괄손익계산서

구분	단위	2020	2021	2022
I. 영업수익	백만 원	26,223,053	27,173,625	33,701,386
II. 영업비용	백만 원	25,879,352	25,821,650	32,986,672
III. 영업이익	백만 원	343,701	1,351,975	714,714
IV. 영업외손익	백만 원	(68,780)	306,522	115,937
V. 법인세비용차감전순이익	백만 원	274,921	1,658,497	830,650
VI. 법인세비용	백만 원	66,674	409,337	14,199
VII. 당기순이익	백만 원	208,247	1,249,160	816,451
VIII. 기타포괄손익	백만 원	(160,481)	(2,502,963)	(6,117,113)
IX. 당기총포괄이익	백만 원	47,766	(1,253,803)	(5,300,662)
X. 당기순이익의 귀속	백만 원	208,247	1,249,160	816,451
지배기업의 소유주	백만 원	202,114	1,191,311	733,365
비지배지분	백만 원	6,133	57,849	83,086
XI. 당기총포괄이익의 귀속	백만 원	47,766	(1,253,803)	(5,300,662)
지배기업의 소유주	백만 원	62,779	(1,238,849)	(4,365,389)
비지배지분	백만 원	(15,013)	(14,954)	(935,273)

재무성과

구분	단위	2020	2021	2022
신계약 APE*	백만 원	1,837,844	1,573,145	2,143,188
보장성 APE*	백만 원	1,130,993	964,577	1,144,507
RBC 비율	%	238.3	184.6	162.2

* 별도 기준

고객유지율*

구분	단위	2020	2021	2022	
유지율	13회차 유지율	%	83.2	84.8	84.1
	25회차 유지율	%	60.2	64.6	68.5
보장 유지율	13회차 유지율	%	83.0	84.1	83.5
	25회차 유지율	%	60.2	65.3	68.3

* 산정기준 변경으로 2020-2021년 데이터 변경

경제·경영 성과


조세전략

조세정책

기업은 국가경제의 3대 주체로서 국가 및 공동단체를 유지하기 위해 조세를 납부하는 납세의무를 성실히 이행해야 합니다. 한화생명에는 외부세무조정 대상 법인 및 연결재무제표 작성 의무가 있는 기업으로서 국내외 세법에 따라 성실하게 납세의무를 이행하고 있습니다.

조세 정보공개

한화생명에는 성실한 납세의무를 다하기 위해 외부 감사를 통해 그 투명성과 객관성을 확보하고 거래소 상장법인으로서 관련된 조세정보를 투명하게 공개하고 있습니다. 공개된 정보를 통해 법인세비용 산출기준, 이연법인세 자산 및 부채, 법인세비용 구성내역 및 세율 등의 세부정보를 확인하실 수 있습니다.

 금융감독원 전자공시시스템

조세 리스크 관리

한화생명에는 다양한 조세 리스크를 사전에 파악하고 관리하기 위해 국내외 세법 관련 규정의 제·개정, 예규 및 판례, 정부 정책의 동향 등을 지속적으로 모니터링하며 대응하고 있습니다. 또한, 내부통제시스템을 통해 세무조정 및 회계처리 과정의 신뢰성과 정확성을 제고하고, 세법 해석이 불분명하거나 이견이 있는 경우 외부 전문기관에 세무자문을 받아 조세 리스크를 최소화하는 데 최선을 다하고 있습니다.

구분	단위	2020	2021	2022
법인세 부담액	백만 원	28,051	253,292	189,091
일시적차이로 인한 이연법인세 변동액*	백만 원	40,328	153,122	(131,776)
자본에 직접 반영된 법인세비용	백만 원	(1,705)	2,923	(43,116)
법인세비용*	백만 원	66,674	409,337	14,199

* 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경

경제적 가치 배분

	구분	단위	2020	2021	2022
주주	현금 배당금	백만 원	22,542	-	-
	지급보험금	백만 원	12,349,442	12,784,776	17,830,392
	사업비	신계약비 및 유지비	백만 원	2,015,486	1,763,225
임직원	임금 및 상여금	백만 원	571,849	558,359	560,682
	복리후생	백만 원	133,935	113,721	105,413
	퇴직금	백만 원	92,348	60,641	99,761
정부	법인세비용*	백만 원	66,674	409,337	14,199
지역사회	사회공헌 비용**	백만 원	3,428	3,376	10,333

* 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경

** 별도 기준

경제·경영 성과

채널별 경제 성과

구분	단위	2020	2021	2022
전속채널 APE	보장	908,294	727,532	796,373
	연금	69,648	52,573	38,571
	저축	6,874	7,009	119,832
비채널 성과	방카채널 APE	542,202	462,978	726,020
	GA채널 APE	252,229	266,604	410,331

자산운용 성과

구분	단위	2020	2021	2022
운용자산	십억 원	98,557	100,393	99,553
운용자산 이익률	%	3.47	3.59	2.81

ESG 투자 성과

구분	단위	2020	2021	2022	
친환경 투자	신재생에너지	태양광	1,020,534	820,623	758,046
		풍력	284,308	219,234	201,057
	기타 (연료전지 등)	합계	73,611	29,372	96,884
		합계	1,378,454	1,069,229	1,055,987
	수자원 및 하수처리(담수화시설, 하수처리, 하수관거 등)	백만 원	462,640	430,529	400,220
친사회적 투자	학교, 문화시설 관련	학교	129,962	122,458	90,263
		문화시설	15,336	12,623	10,538
	합계	145,299	135,080	100,801	

사회 성과

임직원 현황

(해당 연도 12월 31일 기준)

구분		단위	2020	2021**	2022	
총 인원		명	4,078	2,663	2,628	
성별	남성	명	2,195	1,494	1,438	
	여성	명	1,883	1,169	1,190	
연령	30세 미만	남성	명	163	76	74
		여성	명	264	173	186
	30-50세	남성	명	1,264	798	736
		여성	명	1,529	922	885
	50세 초과	남성	명	768	620	628
		여성	명	90	74	119
	다양성	장애인 직원	명	35	27	37
		여성관리자* 비율	%	6.7	9.4	8
계약	임원	남성	명	64	54	55
		여성	명	3	5	6
	정규직 근로자	남성	명	2,073	1,388	1,323
		여성	명	1,853	1,140	1,144
	계약직 근로자	남성	명	58	52	60
		여성	명	25	24	40

* 여성관리자: 차장급 이상 여성 임직원

** 2021년 한화생명금융서비스 분사로 인한 임직원 수 감소

임직원 직급별 현황

구분		단위	2020	2021	2022	
직급	임원	남성	명	64	54	54
		여성	명	3	5	6
	차장-부장급	남성	명	1,084	720	673
		여성	명	86	80	85
	과장	남성	명	514	413	400
		여성	명	174	167	188
	사원-대리	남성	명	482	261	265
		여성	명	331	292	318
	기타	남성	명	5	46	46
		여성	명	1,289	625	593

임직원이 아닌 근로자* 현황**

구분	단위	2020	2021	2022
한화생명의 업무를 수행하지만 고용관계가 없는 근로자의 수	명	1,963	1,969	1,792

* 임직원이 아닌 근로자: IT인프라 관련 인력 및 콜센터, 시설관리를 위한 인력

** 사업보고서 기준

사회 성과

채용 및 퇴직

구분		단위	2020	2021	2022	
신규 채용	성별	총 인원	명	181	125	253
		남성	명	120	70	147
		여성	명	61	55	106
	연령대별*	30세 미만	명	-	-	77
		30-50세	명	-	-	172
		50세 초과	명	-	-	4
다양성 지표별*	장애인 직원	명	-	-	14	
이직률	총 이직률		%	3.9	39.5**	13.1
	자발적 이직률***		%	2.8	37.5	6.3
	성별*	총 비율	%	-	-	100.0
		남성	%	-	-	69.3
		여성	%	-	-	30.7
	연령대별*	30세 미만	%	-	-	5.3
		30-50세	%	-	-	55.3
		50세 초과	%	-	-	39.4
	다양성 지표별*	장애인 직원	%	-	-	11

* 2022년부터 해당 지표 추적 및 관리

** 2021년 4월 1일 한화생명 금융서비스 분사로 인한 전출인원을 포함하여 퇴직 인원 산정

*** 비자발적 이직(임원퇴임, 명예퇴직, 정년퇴직, 계약만료, 징계면직, 직권면직) 제외

육아휴직

구분		단위	2020	2021	2022
육아휴직 사용 후 업무 복귀율		%	91.7	90.0	91.6
복귀 후 12개월 이상 근무율		%	100.0	60.0*	78.5

* 한화생명 금융서비스 분사로 인한 전출인원 포함

임직원 안전 관리

구분		단위	2020	2021	2022
산업재해율*		%	0.1	0.1	0.02

* 산업안전보건법 등 관계법령상 보고의무 없는 단순 출퇴근 재해 등도 포함

임직원 교육 현황

구분		단위	2020	2021*	2022
총 교육비용**		만원	268,277	233,805	240,401
총 교육 참여 임직원수		명	3,999	2,571	2,612
총 교육시간		시간	207,088	23,572	133,092
핵심자격증 보유수		명	167	143	130
윤리경영 교육	윤리경영 교육시간	시간	15,449	9,107	5,304
	교육 횟수	회	35	24	25
	교육 참여 임직원수	명	전 임직원	전 임직원	전 임직원
공정거래 자율준수(CP) 교육	CP 교육시간	시간	1	1	1
			(온라인)	(온라인)	(온라인)
성희롱 예방 교육	성희롱 예방 교육시간	시간	1	1	1
	교육 참여 임직원수	명	전 임직원	전 임직원	전 임직원
1인당 평균 교육시간 (성별)***	남성	시간	-	-	52
	여성	시간	-	-	50
1인당 평균 교육시간 (직급별)***	최고 관리자(C-level)	시간	-	-	38
	중간 관리자	시간	-	-	59
1인당 평균 교육시간 (직무별)***	신입사원	시간	-	-	37
	사무직	시간	-	-	51

* 2021년 한화생명 금융서비스 분사로 인한 교육데이터 감소

** 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경

*** 2022년부터 해당 지표 추적 및 관리

사회 성과

노동조합

구분	단위	2020*	2021	2022
노동조합 가입률	%	58.7	44.5	37.8

* 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경(사용자 및 대리인을 제외한 부장 이하 모든 직원을 가입대상으로 포함)

교육 프로그램별 참여 현황

구분	단위	2020	2021	2022
임직원 정보보호 교육	명	3,998	2,496	2,605
협력업체 보안 및 윤리경영 교육	명	103	103	103
	OA유지보수 업체 교육 이수			

성과 평가

구분	단위	2020	2021	2022
성과 평가 비율*	%	96.6	96.9	97
성과관리(OKR) : 상위조직의 목표와의 연계를 통해 개인목표를 명확히 하고 구체적인 목표를 체계적으로 관리**	%	96.6	96.9	97
다면적 성과 평가	%	41.0	56.1	55.3
동일 직급 내 직원들 간의 비교 분석을 통한 순위 선정	%	100.0	100.0	100

* 일반직 경력사원(하반기), 신입사원 제외

** 2020년부터 목표관리(MBO)에서 성과관리(OKR)로 변경

불안전판매 비율

구분	단위	2020*	2021	2022
HLFS(구 FP)	%	0.06	0.06	0.03
HLL	%	0.11	0.13	0.12
GA	%	0.19	0.12	0.08
방카슈랑스	%	0.03	0.03	0.03
직영 다이렉트	%	-	-	-

* 영업조직 개편으로 2020년 데이터 변경

민원건수

구분	단위	2020	2021	2022
자체민원	건	1,485	1,355	1,334
대외민원*	건	1,992	1,556	1,451
합계	건	3,477	2,911	2,785

* 금융감독원 등 타기관에서 접수한 민원 중 이첩된 민원 또는 사실 조회 요청한 민원 단, 해당 기관에서 이첩 또는 사실조회없이 직접 처리한 민원은 제외

고객만족도

구분	단위	2020	2021	2022
국가고객만족도(NCSI)	점	77	79	79
한국서비스품질지수(KS-SQI)	점	73	73.9	73.4
KSQI(고객센터)	등위	공동 1위	공동 1위 (96점)	공동 1위 (98점)
KSQI(콜센터)	등위	공동 1위	공동 1위 (97점)	우수콜센터 단독 1위 (98점)
				고객감동콜센터 단독 1위 (86점)

사회 성과

임금 평등*

구분		단위	2020	2021	2022
직원 급여 비율	남성 대비 여성	%	-	-	57.62
최저임금 대비 일반적 신입사원의 초임 비율	남성	%	-	-	232.09
	여성	%	-	-	232.09
CEO를 제외한 전체 직원의 연간 총 보수의 중간값 대비 CEO의 연간 총 보수 비율	CEO를 제외한 전체 직원의 연간 총 보수의 중간값(a)	원	-	-	85,165,365
	CEO의 연간 총 보수(b)	원	-	-	1,159,853,838
	a/b	%	-	-	7.34

* 2022년부터 해당 지표 추적 및 관리

연간 총 보수 비율*

구분		단위	2020	2021	2022
전체 직원(최고 급여 구성원 제외)의 연간 총 보상액의 중앙값 대비 조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상 비율	조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상(a)	원	-	-	1,159,853,838
	전체 직원(최고 급여 구성원 제외)의 연간 총 보상액의 중앙값(b)	원	-	-	85,165,365
	a/b	%	-	-	1,361.88
전체 직원(최고 급여 구성원 제외)의 연간 총 보상 증가율의 중앙값 대비 조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율의 비율	조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율(a)	%	-	-	128.64
	전체 직원(최고 급여 구성원 제외)의 연간 총 보상 증가율의 중앙값(b)	%	-	-	104.73
	a/b	%	-	-	122.83

* 2022년부터 해당 지표 추적 및 관리

사회 성과

임직원 퇴직연금 현황

구분	단위	2020	2021	2022
확정급여형(DB)	백만 원	291,385	207,629	203,717
확정기여형(DC)	백만 원	145,388	121,009	141,399
가입률	%	93.6	99.8	100

사회적 가치를 제공하는 금융상품의 가치

구분	단위	2020	2021	2022	
곰두리종합 보장보험*	누적 지원고객	명	1,378	1,386	1,387
	판매누적액	백만 원	131	132	132
희망사랑보험**	누적 지원 아동수	명	7,516	7,516	7,516
	판매누적액	백만 원	6,780	6,780	6,780
함께멀리 기부보험***	누적 지원 아동수	명	53	53	53
	판매누적액	백만 원	19	19	19
우리가 지켜줄게 안심보험****	누적 고객	명	395	1,222	1,282
	판매누적액	백만 원	33	105	111
맘스케어 저축보험*****	누적 지원 아동수	명	-	16	40
	판매누적액	백만 원	-	186	486

*장애인을 위한 상품

**저소득층을 위한 상품

*** 보호종료아동 대상 10년 만기 보장성보험 가입 지원, 2020년 판매 종료

**** 나라를 지키는 군인을 위한 상품

***** 보호종료아동 대상 3년 만기 1천만원 목돈 및 수술 등 보장 지원, 2021년 상품 출시

사회공헌

구분	단위	2020	2021	2022	
금액	사회공헌 지출금액	백만 원	3,428	3,376	10,333
사회공헌 유형	현금 기부	백만 원	3,428	3,376	10,333
	현물 기부	백만 원	-	-	-
	사업비(경영비용)	백만 원	-	-	-
기금모금	임직원 펀드 모금액	백만 원	424	180	261
	컨설턴트 펀드 모금액*	백만 원	98	-	-

* 2021년 한화생명금융서비스 분사로 인해 2021년 컨설턴트 펀드 모금액 제외

내부신고제도 현황

구분	단위	2020	2021	2022
신고 건수	건	5	1	6
유효 건수	건	5	1	4
징계 건수	건	3	1	1

환경 성과

온실가스 배출량*(Scope 1&2)

구분		단위	2020	2021	2022	
사업장별	본사(63빌딩)	Scope 1	tCO ₂ eq	2,104.27	2,224.80	2,510.52
		Scope 2	tCO ₂ eq	9,284.56	10,728.47	11,829.89
	장교빌딩	Scope 1	tCO ₂ eq	443.82	463.08	461.43
		Scope 2	tCO ₂ eq	2,737.40	2,721.50	2,603.45
온실가스 배출량 합계		tCO ₂ eq	14,570.05	16,137.85	17,405.29	
원단위 기준(수입보험료)**		십억 원	14,775	14,745	18,628	
온실가스 원단위 배출량***		tCO ₂ eq/십억 원	0.99	1.09	0.93	
Scope 3	주요 업스트림/다운스트림의 배출량****	tCO ₂ eq	11,648	11,263	17,242	

* 온실가스 주요 배출처인 본사, 장교빌딩 기준 보고(온실가스 검증의견서는 42개 사업장을 대상으로 함)
 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경(2021년에 온실가스 인벤토리를 구축하며 변경된 산정기준에 맞춰 2020년 데이터 수정, 2020년 데이터부터 법인차 포함)
 ** 별도 재무제표 기준
 *** 온실가스 배출량의 경우 Scope 1+Scope 2 배출량 기준이며, 원 단위 산정 기준은 Scope 1+Scope 2 배출량과 수입보험료를 기준으로 함
 **** 2022년부터 산정

2021 자산 포트폴리오 금융배출량*(Scope 3)

상품분류	보유자산 (단위: 조 원)	금융배출량 (단위: 만 tCO ₂ eq)	배출집약도 (단위: 만 tCO ₂ eq/조 원)
상장주식/채권	36.6	444.7	12.1
비상장주식/대출	8.1	162.6	20.1
PF	4.5	137.7	30.8
상업용부동산	4.1	2.6	0.7
모기지	5.3	4.6	0.9
국채	25.3	539.9	21.3
합계	83.8	1,292.1	15.4

* 2021년 기준 당사 본체 기준이며, PCAF 7대 자산군 중 당사 보유 혹은 데이터 확보 가능한 자산으로 범위를 한정하였음

환경 성과

에너지 사용량*

구분		단위	2020	2021	2022
본사(63빌딩)	직접	TJ	38.712	42.388	47.957
	간접	TJ	191.167	224.186	247.202
장교빌딩	직접	TJ	8.727	9.114	9.080
	간접	TJ	56.363	56.869	54.402
에너지 사용량 총합		TJ	294.969	332.557	358.641
원단위 기준(수입보험료)**		십억 원	14,775	14,745	18,628
에너지 원단위 사용량		TJ/십억 원	0.020	0.023	0.019

* 에너지 주요 사용처인 본사, 장교빌딩 기준 보고(온실가스 검증의견서는 42개 사업장을 대상으로 함)
 산정기준 변경으로 2020년 데이터 변경(2021년에 온실가스 인벤토리를 구축하며 변경된 산정기준에 맞춰 2020년 데이터 수정, 2020년 데이터부터 법인차 포함)
 ** 별도 재무제표 기준

수자원 사용 및 배출량*

구분		단위	2020**	2021	2022
상수도 사용량		Ton	52,161.79	37,772.42	45,306.12
정수 사용량		Ton	41,538.68	39,579.20	39,157.26
폐수 배출량		Ton	93,700.47	77,351.63	84,463.38

복사용지 사용량*

구분	단위	2020	2021	2022
복사용지 사용량	Box	76,599	2,443	1,975

* 본사 및 기관(지점, 지역단, 지역본부) 포함

친환경 제품 구매

구분	단위	2020**	2021***	2022
친환경조건 포함 사무용품(가구 등) 구매금액*	백만 원	1,209	954	1,283

* 친환경자재E0, E1(포름알데히드 제로) 사용 가구 기준
 **2020년 코로나19로 인해 전체적인 가구 구매 물량 감소에 따라 친환경 제품 구매액 감소
 ***2021년 한화생명금융서비스 분사로 인해 제품 구매액 감소

GRI Index

일반 표준 (Universal Standards)

주제(Topic)	지표번호	지표명	보고지면(비고)
GRI 2 : General Disclosures 2021	2-1	조직 세부 정보	5
	2-2	조직의 지속가능경영보고에 포함된 법인	2
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2
	2-4	정보 수정 내역	중대한 변화 없음
	2-5	외부 검증	111-112
	2-6	산업 부문, 가치사슬 및 기타 사업 관계	5, 6, 사업보고서 p3-21
	2-7	임직원	95-96
	2-8	임직원이 아닌 근로자	95
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	72-74
	2-10	최고의사결정기구의 추천 및 선정	72, 74
	2-11	최고의사결정기구의 의장	72
	2-12	영향 관리 감독과 관련한 최고의사결정기구의 역할	9, 72-74, 80
	2-13	영향 관리 책임의 위임	9, 80
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	9, 73
	2-15	이해관계 상충	74-78
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	72-73
	2-17	최고의사결정기구의 종합적인 지식	72, 74
	2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	75
	2-19	보상 정책	75
	2-20	보상 결정 절차	75
	2-21	연간 총 보수 비율	98
	2-22	지속가능 개발 전략에 대한 성명서	4
	2-23	정책 약속	9, 34, 46, 69, 76, 79, 83
	2-24	정책 약속의 내재화	9, 34, 46, 69, 76, 79, 83
	2-25	부정적 영향 개선 프로세스	66, 70
	2-26	자문 및 우려 제기 매커니즘	70, 78
	2-27	법령에 대한 컴플라이언스	76-78
	2-28	가입 협회	109-110
	2-29	이해관계자 참여 방법	87
	2-30	단체 협약	65, 97

GRI Index

중대 토픽 (Material Topics)

주제(Topic)	지표번호	지표명	보고지면(비고)
GRI 3 : Material Topics 2021	3-1	중요 이슈 결정의 절차	87-88
	3-2	중요 이슈 목록	89
기후변화 대응			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	35-39
GRI 201 : Economic Performance	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위협과 기회	36
GRI 302 : Energy	302-1	조직 내부에서의 에너지 소비	101
	302-3	에너지 집약도	101
GRI 305 : Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	100
	305-2	간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	100
	305-3	기타 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 3)	100
	305-4	온실가스(GHG) 배출 집약도	100
환경영향 최소화			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	40-42
GRI 303 : Water	303-3	취수	101
GRI 304 : Biodiversity	304-3	보호 또는 복원된 서식지	41
	304-4	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보존연맹(IUCN) 지정 멸종위기 종(Red list)과 국가 지정 멸종위기종	41
고객 만족도 제고 및 고객 권리 보호			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	49-51, 84-85
GRI 417 : Marketing and Labeling 2016	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	77
GRI 418 : Customer Privacy 2016	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실	85
보험산업 기반 사회공헌 추진			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	52-60
GRI 203 : Indirect Economic Impacts	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	52-60
GRI 413 : Local Communities	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램 시행 사업장	52-60

GRI Index

중대 토픽 (Material Topics)

주제(Topic)	지표번호	지표명	보고지면(비고)
윤리·준법경영 이행			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	76-79
GRI 206 : Anti-Competitive Behavior	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래 행위에 대한 법적 조치	77
재무·비재무 리스크 관리 강화			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	80-83
조직고유지표		ISO 22301 인증 유지 및 지속적 개선	81
고객 정보보호 및 사이버 보안 강화			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	84-85
GRI 418 : Customer Privacy 2016	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실	85
미래 성장 동력 확보			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	13-22
조직고유지표		고객접점상품개발	14
		영업채널 경쟁력 강화	16
ESG 상품 및 서비스 개발			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	25-29
GRI 203 : Indirect Economic Impacts	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동	25-29
ESG 투자 확대			
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	30-31
GRI 203 : Indirect Economic Impacts	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	30-31

SASB Index

산업군: 보험 (Insurance)

토픽	공시코드	설명	보고 페이지
고객 대상 투명 정보 및 공정 자문 제공	FN-IN-270a.1	신규 및 재방문 고객에게 보험 상품 관련 정보의 마케팅 및 전달과 관련된 법적 절차의 결과로 발생한 총 금전적 손실 금액	주요 소송 건은 사업보고서 p614-615에서 확인
	FN-IN-270a.2	불만 제기비용	97
	FN-IN-270a.3	고객 유지율	92
	FN-IN-270a.4	고객에게 상품 정보를 제공하는 방법	44-47
자산운용에 ESG 요소 반영	FN-IN-410a.1	산업 및 자산군별 총 투자 자산	23, 94
	FN-IN-410a.2	투자 관리 프로세스 및 전략에 ESG 요소를 통합하기 위한 방법 설명	8, 30-31
책임 있는 행동을 촉진하는 상품	FN-IN-410b.2	건강, 안전, 환경적인 활동을 유도하는 관련 서비스 및 상품	25-29
환경 리스크 노출	FN-IN-450a.1	날씨 관련 자연 재해로 인한 보험 제품의 PML(Probable Maximum Loss)	한화생명 은 생명보험사이므로 해당없음
	FN-IN-450a.2	사건 유형 및 지리적 세그먼트(재보험 순액 및 총액)별 (1) 모델링된 자연 재해와 (2) 모델링되지 않은 자연 재해에 따른 보험 지급으로 인한 금전적 손실의 총액	한화생명은 생명보험사이므로 해당없음
	FN-IN-450a.3	(1) 개별 계약에 대한 인수 프로세스 및 (2) 기업 수준의 위험과 자본 적정성 관리에 환경 위험을 통합하는 방법에 대한 설명	한화생명은 생명보험사이므로 해당없음
체계적 리스크 관리	FN-IN-550a.3	비보험 활동과 관련된 자본 및 유동성 관련 위험 관리 방법 설명	80-83

TCFD Index

영역	항목	보고 페이지
지배구조	a) 기후 변화와 관련된 위험과 기회에 대한 이사회 감독을 설명합니다.	34-35
	b) 기후 변화와 관련된 위험과 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할을 설명합니다.	34-35
전략	a) 조직이 단기, 중기 및 장기에 걸쳐 확인한 기후 변화와 관련된 위험과 기회를 설명합니다.	36-37
	b) 기후 변화와 관련된 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향을 설명합니다.	36-37
	c) 2°C 이하의 시나리오를 포함해 다양한 기후 변화와 관련된 시나리오를 고려하여 조직 전략의 회복탄력성을 설명합니다.	36
리스크 관리	a) 기후 변화와 관련된 리스크를 식별하고 평가하기 위한 조직의 프로세스를 설명합니다.	36
	b) 기후 변화와 관련된 위험을 관리하기 위한 조직의 프로세스를 설명합니다.	36
	c) 기후 변화와 관련된 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리에 통합되는 방법에 대해 설명합니다.	36-37
지표와 감축목표	a) 조직이 전략 및 위험 관리 프로세스에 따라 기후 변화와 관련된 위험과 기회를 평가하기 위해 사용된 지표를 공개합니다.	36-38
	b) Scope 1, Scope 2, 그리고 해당되는 경우 Scope 3 온실가스(GHG) 배출량 및 관련 위험을 공개합니다.	38, 100
	c) 기후 변화와 관련된 위험과 기회 및 목표 대비 성과를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표를 설명합니다.	38-39, 100-101

PSI(지속가능보험 원칙)

한화생명(주)은 UNEP FI의 PSI(Principles for Sustainable Insurance, 지속가능보험 원칙)에 가입하여 보험사의 지속가능경영 확산을 위해 노력하고 있습니다. 사업 운영 과정 전반에서 ESG 요소를 고려하며 다양한 이해관계자와 협력하여 다양한 ESG 활동을 전개하고, 혁신적인 리스크 관리 및 보험 솔루션 개발 및 확산에 기여하고 있습니다.

구분	내용
<p>원칙 1 보험사의 의사결정 시 환경, 사회, 지배구조 이슈를 고려한다.</p>	<p>한화생명은 지속가능경영위원회, 지속가능경영팀, 지속가능경영 실무협의체로 이어지는 ESG 거버넌스를 구축하여 운영하고 있습니다. 지속가능경영위원회는 ESG 경영 강화를 위한 최고의사결정기구로서, 장기적인 관점에서 ESG 경영을 추진할 수 있는 체계 구축을 지원하고 있습니다. 아울러 ESG 전담팀인 지속가능경영팀과 지속가능경영 실무협의체를 구성하여 실무자들의 전문성과 전사 실행력 제고를 위해 노력하고 있습니다. 이와 같은 ESG 경영 체계를 바탕으로, 전사 OKR(성과평가)에 'ESG경영 강화 등을 통한 지속가능경영 기반 구축' 지표를 포함하여 경영 과정에서 실질적인 ESG 요소를 고려할 수 있도록 하고 있습니다.</p>
<p>원칙 2 고객 및 비즈니스 파트너들과 환경, 사회, 지배구조 이슈에 대한 의식을 고양시키고 위험 관리 및 솔루션 개발을 함께 한다.</p>	<p>당사는 탈석탄 금융 선언을 비롯하여 친환경 관련 자산에 대한 투자 증대, ESG 요소를 고려한 투자 의사 결정, ESG 투자지침 및 가이드라인 제정 등을 통해 적극적인 ESG 투자를 추진하고 있습니다. 또한, 산업 전반에 지속가능경영 가치를 확산하고자 입찰에 참여하는 협력사를 대상으로 '협력사 윤리행동기준 자가점검 리스트'에 따른 자체평가를 지원하고 있습니다. 이에 더해 임직원을 대상으로 윤리경영, 성희롱 예방, 정보보안 및 개인정보보호 관련 교육을 제공하여 ESG 이슈에 대한 인식을 제고하는 데 적극적인 노력을 지속하고 있습니다.</p>
<p>원칙 3 우리는 정부, 규제기관 및 기타 주요 이해관계자들과 협력하여 환경, 사회, 지배구조 이슈와 관련된 사회 전반에 걸친 광범위한 활동을 촉진한다.</p>	<p>당사는 정부 및 주요 이해관계자와의 협력을 바탕으로 다양한 ESG 활동을 이행하고 있습니다. 2021년 ESG 정책과제 개발 및 입법지원을 목적으로 발족한 국회 ESG포럼에 참여하였으며, 한국사회책임투자포럼과 국회기후변화포럼에서 개최한 '2050 탄소중립 달성을 위한 기후금융 지지 선언식'에 참석하여 탄소중립 달성 및 기후변화 대응 필요성에 공감하였습니다. 또한, 한화금융계열사와의 ESG 간담회를 정기적으로 진행하여 ESG 추진 현황 및 추진 계획을 공유함으로써 계열사 내 ESG 경영 확산을 위해 노력하고 있습니다. 이외에도 당사는 정부, 지역사회, 지역 봉사단체와 협업하여 다양한 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 2004년 출범한 임직원 참여형 봉사활동 프로그램인 한화생명 봉사단 활동을 통해 친환경, 헬스케어, 사회소외계층 지원 등의 다양한 프로그램을 지원하고 있습니다. 또한, 전문봉사단의 재능기부로 이루어지는 프로보노 활동을 통해 보다 전문적인 서비스를 제공하고, 임직원 건강 및 자원순환과 관련한 전사적 캠페인을 전개하여 친환경적, 친사회적 가치를 창출하고 있습니다.</p>
<p>원칙 4 원칙의 이행성과를 정기적으로 대중에게 공개함으로써 신뢰성과 투명성을 확보한다.</p>	<p>당사는 홈페이지, 인스타그램, 페이스북, 블로그, 네이버 포스트 등 다양한 소통 채널을 운영하여 유용한 정보를 제공하며, 지속가능경영보고서, 지배구조 연차보고서, 사업보고서 등을 정기적으로 발간하여 ESG 경영 추진 활동을 투명하게 공개하고 있습니다.</p>

WEF IBC Stakeholder Capitalism Metrics Index

Pillar	Theme	Core Metrics	보고 페이지 및 비교
지배구조 원칙	목적 정의	기업의 명시적 목적	5
	이사회 우수성	이사회 구성	72-74
	이해관계자 참여	이해관계자 영향력 높은 중요한 이슈	87-89
	윤리적 행위	반부패	76-79
		윤리 자문 및 보고 절차	76-79
	리스크와 기회 감독	비즈니스 프로세스 내 리스크와 기회 요인 통합	37-38, 80, 82-83
지구	기후 변화	온실가스 배출	38-39, 100
		TCFD 이행	35
	자연 훼손	토양이용 및 생태계 민감도	41, 59
	물 사용	물 스트레스 지역 내 용수 소비 및 취수	101
임직원	존엄과 평등	다양성과 포용성	61, 95-96
		임금 평등	98
		급여 수준	93
		아동, 강제노동 발생에 따른 리스크	65, 69
	보건 및 복지	보건과 안전	66-68
	미래 대비 역량	교육 제공	62-63
번영	고용 및 부의 창출	고용인원과 고용률	96
		경제적 기여	91-94
		투자 기여	94
	더 나은 제품과 서비스를 위한 혁신	총 연구개발 비용	2022년 연구개발 관련 총 비용: 9,545백만 원
	지역과 사회 활력	총 조세 납부	93

글로벌 이니셔티브

한화생명은 다양한 글로벌 ESG 이니셔티브에 참여하여 사내 ESG 경영을 강화함으로써 지속가능경영 실현을 위해 노력하고 있습니다.

구분	내용
 <p>UNEP FI (United Nations Environmental Programme Finance Initiative) 유엔 환경 계획 금융 이니셔티브</p>	<p>UNEP와 금융기관의 파트너십으로, 금융기관이 지속가능 발전의 중요한 기여자임을 인식하며 지속가능한 발전을 위한 다양한 프로그램을 수행하는 것을 목표로 함</p>
 <p>UNEP FI PSI (Principles for Sustainable Insurance) 지속가능보험 원칙</p>	<p>UN 환경계획 금융 이니셔티브(UNEP FI)가 선포한 '지속가능보험 원칙(Principles for Sustainable Insurance)으로, 이해관계자와의 상호작용을 포함한 보험 가치 사슬 전반에 환경, 사회, 거버넌스 문제와 관련된 위험과 기회를 식별, 평가, 관리 및 모니터링하여 반영하는 것을 목표로 함</p>
 <p>TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure) 기후변화 재무정보공개 협의체</p>	<p>G20 요청에 따라 금융안정위원회(FSB, Financial Stability Forum)가 기후변화 관련 정보의 공개를 위해 2015년 발족한 협의체, 기후변화 관련 지배구조, 경영전략, 위험관리, 기후변화 관리 지표 및 목표에 대한 정보공개를 통해 기업이 기후변화 관련 위험과 기회를 위험관리 및 의사결정에 반영하도록 권고</p>
 <p>UNGC (United Nations Global Compact) 유엔글로벌콤팩트</p>	<p>UNGC는 세계 최대의 자발적 기업시민 이니셔티브로, 기업이 UNGC의 핵심 가치인 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 경영전략에 내재화하여 지속가능한 경영과 기업시민의식 향상에 동참할 수 있도록 권장하고, 이를 위한 실질적 방안을 제시</p>
 <p>CDP (Carbon Disclosure Project) 탄소공개 프로젝트</p>	<p>기업의 온실가스 배출량, 기후변화로 인한 위기와 기회, 탄소경영전략 등 환경 정보 공개를 촉구하는 글로벌 기후변화 프로젝트로, 당사는 서명기관으로 참여</p>
 <p>UN SDGs (Sustainable Development Goals) UN 지속가능발전목표</p>	<p>2015년 제70차 UN총회에서 2030년까지 달성하기로 결의한 의제로서 '단 한 사람도 소외되지 않는 것(Leave no one behind)'이라는 슬로건과 함께 인간, 지구, 번영, 평화, 파트너십이라는 5개 영역에서 인류가 나아가야 할 방향성을 17개 목표와 169개 세부 목표로 구성</p>

글로벌 이니셔티브

UN Global Compact(UNGC)

한화생명에는 사회적 책임 이행을 위하여 UNGC의 핵심 가치인 인권, 노동, 환경, 반부패의 4개 분야로 구성된 10대 원칙을 적극 지지 및 준수하고 있습니다.

구분	원칙	내용	보고 페이지
인권	원칙1	기업은 국제적으로 선언한 인권보호를 지지하고 존중해야 한다.	69
	원칙2	기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	69-70
노동	원칙3	기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,	65
	원칙4	모든 형태의 강제노동을 배제하며,	65, 69
	원칙5	아동노동을 효율적으로 철폐하고,	65, 68
	원칙6	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	61, 69-70
환경	원칙7	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	34-42
	원칙8	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	34-42
	원칙9	환경 친화적 기술의 개발과 혁신을 촉진한다.	39
반부패	원칙10	기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	76-79

지속가능발전목표(UN SDGs)

2015년 제70차 UN 총회에서 2030년 달성을 목표로 결의한 지속가능발전목표는 17개 목표와 169개 세부 목표 구성되어 있습니다. 한화생명은 국제 사회의 일원으로서 다양한 활동을 통해 지속가능발전목표 실현을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

목표	내용	관련 사례
SDG 3	모든 연령층을 위한 건강한 삶 보장과 복지 증진	베트남 의료 인프라 개선 및 아동인권 보호 한화생명은 베트남 내 총 4개의 보건소를 건립하여 약 120만 명 이상의 지역주민을 대상으로 의료서비스를 제공했으며, 아동병원을 신축하여 지역주민의 의료 접근성 증진에 기여하였습니다. 또한 아동학대에 대한 사회적 인식 개선을 위해 아동학대 근절 애니메이션을 제작하고 2030 부모교육 프로그램을 제공하는 등 다양한 캠페인을 진행하고 있습니다.
SDG 4	모두를 위한 포용적 이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생 학습 기회 증진	한화생명 경제교실 운영 및 느린 학습자 교육 제공 금융감독원과 한화생명이 공동 개발한 경제 교육 콘텐츠를 기반으로 아동 및 청소년을 대상으로 경제 교육을 제공하여 올바른 경제 관념 형성에 기여하고 있습니다. 이에 더해 미취학 보호 아동을 대상으로 놀이 치료 프로그램을 제공함으로써 증상 완화 및 심리적 안정감 향상 등의 성과를 창출하는 등 다양한 사회적 효과를 창출하고 있습니다.
SDG 8	포용적이고 지속가능 한 경제성장, 완전 하고 생산적인 고용 과 모두를 위한 양질의 일자리 증진	핀테크 스타트업 육성기관, 한화생명 DREAMPLUS 운영 당사는 상생가치 확산을 위해 청년의 주거 안정, 경제적 자립을 지원하여 사회진출 기회를 넓히고, 스타트업의 성장 및 해외진출 기회를 제공하여 미래 혁신 생태계 조성 및 활성화에 기여하고 있습니다. 현재까지 약 340여 개의 스타트업을 지원 및 육성해왔으며, 앞으로도 업종, 분야, 방식 및 규모의 제한 없이 다양한 분야의 창업을 지원하여 양질의 일자리 창출에 기여할 계획입니다.
SDG 10	국내 및 국가간 불평등 감소	포용적 금융 상품 개발 및 제공 및 글로벌 사회공헌 활동 전개 한화생명은 사회 및 금융 취약 계층에 특화된 맞춤형 보험상품을 제공하여 보장성을 높이고, '지정 대리청구인 제도', '장애인 전용보험 세액공제' 등 금융 접근성 증진을 위한 다양한 제도를 운영하여 노령인구, 장애인, 이주민 등의 금융 취약 계층의 금융 지원 방안을 제공하고 있습니다. 또한, 베트남, 인도네시아, 중국 등지에서 글로벌 사회공헌 활동을 이행하여 지역사회 내 인권 불평등을 해소하고자 지속적인 노력을 전개하고 있습니다.

제3자 검증의견서

한화생명 경영진 및 이해관계자 귀중

서문

한국표준협회(이하 '검증인')는 한화생명으로부터 '2023 한화생명 지속가능경영보고서' (이하 '보고서')에 대한 독립적인 검증을 요청받았습니다. 검증인은 한화생명이 작성한 보고서에 포함된 데이터의 타당성을 검토하여 독립적인 검증의견을 제시하였으며, 본 보고서에 포함된 모든 주장과 성과에 대한 책임은 한화생명에 있습니다.

독립성

검증인은 독립된 검증기관으로서 보고서에 대한 제3자 검증을 제공하는 업무 이외에 한화생명 사업 활동 전반에 걸쳐 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며 독립성을 저해할 수 있거나 영리를 목적으로 하는 연관 관계를 갖고 있지 않습니다.

검증표준 및 수준

검증인은 AA1000AS v3의 검증표준에 따라 포괄성, 중요성, 대응성 및 임팩트 원칙의 준수 여부 및 보고서에 포함된 정보의 신뢰도를 '일반 수준(moderate)'으로 검증하였습니다. 또한 GRI Standards에 의거하여 공통표준 및 특정 주제표준에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증유형 및 범위

검증인은 AA1000AP(AccountAbility Principles) 2018의 4대 원칙 준수 여부를 확인한 검증유형 Type1에 해당하는 검증을 수행하였습니다.

검증범위는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일 까지를 기준으로 하였으며, 보고 기간 동안 한화생명의 지속가능경영 정책과 목표, 사업, 기준, 성과 등 시스템과 활동을 중심으로 검증을 수행하였습니다. 또한 환경, 사회 데이터와 광의의 경제적 성과에 대한 재무 데이터를 검증하였으며, 이해관계자 참여에 관한 검증은 중요성 평가 프로세스에 대한 검토로 제한되었습니다.

검증방법

검증인은 다음과 같은 방법을 사용하여 검증범위와 관련된 정보, 자료 및 증거를 수집하였습니다.

- 지속가능경영 전문가에 의한 한화생명의 이해관계자 참여 및 중대성 평가 프로세스 확인
- 한화생명의 지속가능경영 관련 보도된 미디어 조사 결과 및 보고 균형성 확인
- 공인회계사에 의한 재무 실적 데이터와 재무제표에 대한 감사보고서 및 공시자료의 일치 여부 확인
- 환경전문가에 의한 환경정보공시 데이터와 일치 여부 확인
- 기타 관련 성과 내부문서 및 기초자료 확인

검증결과 및 의견

검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 이에 따라 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 또한 본 보고서에 수록된 내용 중 중대한 오류나 부적절하게 기술된 점을 발견할 수 없었습니다. 검증인은 '2023 한화생명 지속가능경영 보고서'에 대하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.

포괄성

- 한화생명은 지속가능성에 대해 전략적으로 대응하는 과정에서 이해관계자를 포함시켰는가?
한화생명은 지속가능경영을 추진함에 있어 이해관계자 참여를 중요하게 인식하고 참여 프로세스를 수립하기 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 한화생명은 고객, 임직원, 비즈니스 파트너(FP, 협력사 등), 주주 및 투자자, 정부 및 공공기관·협회, 지역사회 등을 이해관계자 그룹으로 선정하고 그룹별 커뮤니케이션 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다.

중요성

- 한화생명은 이해관계자의 현명한 판단을 위한 중요 정보를 보고서에 포함시켰는가?
한화생명은 이해관계자에게 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 또한 한화생명 내·외부 환경분석에서 도출된 주요 이슈로 중요성 평가를 실시하고 그 결과에 따라 보고하였음을 확인하였습니다.

대응성

- 한화생명은 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는가?
한화생명은 이해관계자들로부터 수렴된 의견을 보고서에 반영하여 이해관계자의 요구 및 관심사 대응을 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 또한 중요한 이해관계자 이슈에 대한 한화생명의 대응활동이 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못했습니다.

임팩트

- 한화생명은 이해관계자에게 미치는 영향을 적절히 모니터링 하였는가?
한화생명은 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자에게 미치는 영향을 모니터링하고 파악하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이를 보고서에 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

GRI Standards 공시 검토

검증인은 본 보고서가 GRI Standards에 부합하여(In accordance with)작성되었음을 확인하였으며, 한화생명이 제공한 자료에 기반하여 공통표준(Universal Standards) 및 특정주제 표준(Topic Standards) 지표에 관련된 내용이 제시된 자료에 기반하여 사실임을 확인하였습니다.

2023년 6월
한국표준협회 회장 강명수



한국표준협회는 1962년 한국 산업표준화법에 의거 설립된 특별법인으로서 산업표준화, 품질경영, 지속가능경영, KS-ISO인증 등을 기업에 보급·확산하고 있는 지식서비스 기관입니다. 특히, ISO 26000 국내간사기관, GRI 지정교육기관, AA1000 검증기관, 대한민국지속가능성지수(KSI) 운영기관, UN CDM운영기구, 온실가스에너지 목표관리제 검증기관으로서 우리 사회의 지속가능발전에 이바지하고 있습니다.

온실가스 검증의견서

한화생명보험(주)

검증대상 사업장: 63빌딩 외 36개 사옥

(주)한국경영인증원은 한화생명보험(주)의 2022년 온실가스 배출량(SCOPE1,2&3)에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 범위

한화생명보험(주)의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- ISO 14064-1:2006, ISO 14064-3:2006
- WRI/WBCSD GHG Protocol
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 운영지침

검증 한계

검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

검증 의견

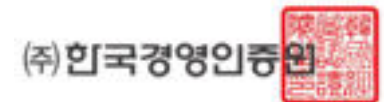
- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적정하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다. 최종 “적정” 의견을 제시합니다.

온실가스 배출량	직접배출 (Scope1)	간접배출 (Scope2)	기타 간접배출 (Scope3)	총량 (tCO ₂ eq)
2022	5,603.937	31,391.485	17,242.174	54,220

에너지 사용량	연료	전기	스팀	총량 (TJ)
2022	107.882	653.119	3.678	746

※ 총 배출량은 사업장 단위 소수점 절사 후 배출량을 업체 단위로 합함
 ※ SCOPE3 범주: CAT 1 / 2 / 3 / 5 / 7 / 8

2023년 5월 23일



주요 수상현황

2023년 소비자중심경영(CCM) 우수기업
9회 연속 인증 획득 및
2022년 공정거래위원장 표창

공정거래위원회·한국소비자원

공정거래위원회가 주관하고 한국소비자원이 평가하는 소비자중심경영(CCM) 인증은 소비자중심경영 체계 구축 및 지속적인 개선활동 실시 여부를 심사하여 2년마다 평가·인증하는 제도입니다. 한화생명(주)은 소비자중심경영에 대한 지속적인 개선으로 2007년 최초 인증을 받은 이후, 2023년 9회 연속 CCM 우수기업 인증을 획득하였으며, ‘명예의 전당’에 헌정되었습니다. 2022년, 소비자중심경영 우수기업부문에서 공정거래위원장 표창을 수상했습니다.



2023 한국산업 서비스품질지수(KSQI)
콜센터 부문 12년 연속 1위,
고객센터 부문 13년 연속 1위

한국능률협회컨설팅

한국산업 서비스품질지수(KSQI)는 한국산업의 서비스 품질에 대한 고객들의 체감 정도를 나타내는 지수로, 기업의 상품 및 서비스 가치를 전달하는 접점(대면채널, 비대면채널)에서 고객이 지각하는 서비스 품질 수준을 평가하여 이를 서비스 이행률 관점에서 지수화한 것입니다. 한화생명(주)은 서비스 품질 향상에 대한 지속적인 노력의 결과로 콜센터부문 15년 연속 우수콜센터 선정 및 12년 연속 1위, 5년 연속 플래티넘 콜센터, 2년 연속 고객감동콜센터 및 1위에 선정되었으며, 고객센터부문 13년 연속 1위에 선정되었습니다.



2017년 한국서비스대상 종합대상 8년
연속 수상 및 ‘명예의 전당’ 헌정

한국표준협회

한국표준협회는 한국서비스대상 종합대상을 5년 연속 수상한 기업 중 고객중심의 서비스 품질경영 활동 성과와 수준이 탁월한 기업을 선정하여 ‘명예의 전당(Hall of Fame)’에 헌정하고 있습니다. 한화생명(주)은 2017년 생명보험부문 한국서비스대상 종합대상 8년 연속 수상과 함께 ‘명예의 전당’에 헌정되어 고객중심 기업으로 탁월한 역량을 인정받았습니다.





Hanwha Life
Sustainability Report 2023

한화생명 지속가능경영보고서

발행일 2023년 6월

발행처 한화생명

주소 서울 영등포구 63로 50(여의도동, 63한화생명빌딩)

TEL 02.789.8072

E-mail seyeon0527@hanwha.com