NCSI 시중은행 부문 공동 1위 **KB국민은행** 이환주 은행장



KB국민은행 제공

AI가 보이스피싱 거래 조기 탐지 '신뢰를 파는 은행'으로 거듭날 것

KB국민은행이 2025년 국가고객만족도(NCSI) 조사 시중은행 부문 1위에 오르며 은행권 최초로 총 19회, 연속 11회 1위라는 기록을 달성했다. 이환주〈사진〉 은행장은 "금융상품을 파는 은행을 넘어 고객과 사회에 '신뢰를 파는 은행'으로 거듭나고 'KB국민은행은 확실히 다르다'는 것을 고객이 느끼게 하기 위해 지속적인 혁신을 추진하겠다"고 말했다.

KB국민은행은 고객 중심 서비스 제공을 최우선으로 하고 있다. 2024년 9월 23일부터 5개 지점에서 시범 운영 중이던 '점심시간 집중 상담' 운영 지점을 전국 32곳으로 확대한 것이 대표적이다. 점심시간에 신속하고 원활한 업무 처리를 하기 위해 정오부터 오후 1시까지 개인 종합 창구 전 직원이 근무하는 제도다. 점심시간의 업무 공백을 해소해 고객 중심의 금융 서비스를 제공한 금융권 최초 사례다. 지난달 31일 KB국민은행은 은행권 최초로 '순고객 추천 지수' 도입했다.

금융 취약 계층의 접근성과 이용 편의성을 높이기 위해 도움 드림 창구도 새롭게 운영한다. 만 65세 이상 고령자와 장애인은 물론 만 7세 이하 자녀를 동반한 보호자도 영업점 상담과 창구 이용 시 우선 안내와 지원을 받을 수 있게 됐다. 장애인 금융거래 불편 해소를 위해 응대 매뉴얼과 유형별 가이드를 정비하고, 점자 서비스·수수료 우대·전용 상담 채널 운영 등 실질적 지원을 강화했다.

KB국민은행은 '보이스피싱 피해 예방' 체계를 강화하는 등 소비자 보호에도 공을 들이고 있다. 기존 11명이던 보이스피싱 모니터링을 25명으로 늘려 범죄 유형 분석을 세밀하게 하고 있으며 인공지능(AI) 기반 시스템을 고도화해 수상 거래를 조기에 탐지하고 계좌 지급 정지 등 신속한 예방 조치가 가능하도록 했다. 그 결과 지난 8월 한 달 동안 사기 계좌 1300여 건을 적발하고 약 225억원의 피해를 예방했다는 설명이다.

상품의 소싱 기획 단계부터 판매, 사후 관리까지 전 과정에서 소비자 보호를 최우선 기준으로 삼는 금융상품 서비스 관리 프로세스를 수립한 것도 특징이다. 아울러 AI 기반의 피해 분석 모델 개발, 보이스피싱 모니터링 시스템 및 이상 거래 탐지 시스템 고도화, 대외 기관과의 통합 대응 체계 구축 등 금융 사기 예방 활동을 확대하고 있다. KB국민은행 관계자는 "단기 실적보다 이런 소비자 이익을 우선하는 활동을 핵심 성과 지표(KPI)에 반영했다"고 했다.

KB국민은행은 소상공인과 청년을 지원하기 위해 은행권 최대 규모 민생 금융 프로그램을 이행해 나가고 있다. 자율 프로그램을 통해 'KB소상공인 응원 프로젝트', '기업가형 소상공인 육성 협약 보증', '개인회생·파산면책 신청자 대상 무료 법률 구조 사업', 청년 대상 자립 준비 청년 지원, '천원의 아침밥 사업' 등을 통해 다양한 계층의 생활 안정을 도왔다. 양육 가정의 목돈 마련을 지원하는 출산·육아 친화적 상품인 KB아이사랑적금을 출시했고, 소상공인의 이자 상환 부담을 덜기 위해 소상공인 '전환 보증서 담보대출 이자 캐시백' 프로그램을 운영했다. 해당 상품들은 금융감독원이 주관한 '제6회 상생·협력 금융 신(新)상품'에서 우수 사례로 선정되며 대표적인 민생 금융 지원 사례로 인정받았다.

이환주 은행장은 "고객을 진심으로 이해하고 있다는 것을 전함으로써 고객이 중요한 선택을 하는 순간마다 가장 먼저 KB국민은행을 찾도록 할 것"이라며 "신뢰를 바탕으로 고객, 사회, 직원과 '함께 성장' 하고 '멀리 가기' 위한 KB국민은행만의 '새로운 동행'을 이어가겠다"고 강조했다.

장우정 기자

2025년 4분기 NCSI 업종별 전체 순위

*괄호 안은 전년도 순위

순위	기업(대학)명	점수	향상률
■시중은행			
1(1)	KB국민은행	77	-2.5%
1(1)	신한은행	77	-2.5%
3(4)	우리은행	76	-1.3%
4(3)	하나은행	75	-3.8%
■지방은행			
1(1)	부산은행	78	-1.3%
2(2)	광주은행	77	-1.3%
3(2)	경남은행	76	-2.6%
4(2)	전북은행	74	-5.1%
■인터넷전문은행			
1(1)	토스뱅크	81	1.3%
2(2)	카카오뱅크	80	1.3%
3(3)	케이뱅크	78	0.0%
■생명보험			
1(1)	삼성생명	78	-1.3%
2(3)	교보생명	77	0.0%
2(2)	한화생명	77	-1.3%
4(-)	KB라이프	76	-
4(3)	동양생명	76	-1.3%
4(6)	신한라이프	76	0.0%
■장기보험			
1(1)	삼성화재	80	1.3%
2(2)	DB손해보험	79	1.3%
3(4)	KB손해보험	78	1.3%
3(2)	현대해상	78	0.0%
5(4)	메리츠화재	77	0.0%
■자동차보험			
1(1)	삼성화재	79	0.0%
2(2)	DB손해보험	78	0.0%
3(3)	KB손해보험	77	0.0%
3(3)	현대해상	77	0.0%
■보험대리점(GA)			
1(-)	한화생명 금융서비스	70	-
2(-)	지에이코리아	69	-
3(-)	인카금융 서비스	66	-
4(-)	프라임에셋	65	-
■증권-금융상품매매			
1(1)	삼성증권	79	1.3%
2(3)	NH투자증권	77	1.3%
2(2)	미래에셋증권	77	0.0%
4(-)	신한투자증권	76	-
4(3)	한국투자증권	76	0.0%
6(5)	하나증권	75	0.0%
■증권-위탁매매			
1(1)	삼성증권	79	1.3%
2(2)	미래에셋증권	78	1.3%
2(4)	키움증권	78	2.6%
4(2)	NH투자증권	77	0.0%
4(-)	신한투자증권	77	-
6(4)	KB증권	76	0.0%
■신용카드			
1(1)	KB국민카드	77	-2.5%
1(1)	삼성카드	77	-2.5%
3(3)	신한카드	76	-2.6%
3(3)	현대카드	76	-2.6%
■체크카드			
1(1)	KB국민카드	77	-1.3%
2(2)	신한카드	76	-1.3%
3(2)	NH농협카드	75	-2.6%
■국립대학교			
1(3)	서울대학교	81	2.5%
2(6)	전남대학교	80	2.6%
2(3)	충북대학교	80	1.3%
4(2)	경북대학교	79	-1.3%
4(6)	전북대학교	79	1.3%
4(3)	충남대학교	79	0.0%
7(8)	경상대학교	78	2.6%
7(1)	부산대학교	78	-3.7%
9(9)	강원대학교	75	2.7%
10(10)	제주대학교	72	0.0%
■사립대학교			
1(3)	연세대학교	81	2.5%
2(3)	단국대학교	80	1.3%
2(1)	성균관대학교	80	-1.2%
4(6)	이화여자대학교	79	1.3%
4(2)	한국외국어 대학교	79	-1.3%
4(3)	한양대학교	79	0.0%
4(9)	홍익대학교	79	2.6%
8(6)	고려대학교	78	0.0%
8(9)	인하대학교	78	1.3%
10(12)	가천대학교	77	2.7%
10(12)	건국대학교	77	2.7%
12(9)	경희대학교	76	-1.3%
12(6)	중앙대학교	76	-2.6%

순위	기업(대학)명	점수	향상률
■전문대학			
1(1)	영남이공 대학교	83	1.2%
2(6)	원광보건대학교	82	3.8%
3(2)	대전과학 기술대학교	81	0.0%
4(3)	대구보건대학교	80	0.0%
4(3)	대전보건대학교	80	0.0%
4(3)	명지전문대학	80	0.0%
4(11)	인하공업 전문대학	80	2.6%
8(6)	경남정보대학교	79	0.0%
8(6)	마산대학교	79	0.0%
8(6)	백석문화대학교	79	0.0%
11(6)	계명문화대학교	78	-1.3%
11(12)	서영대학교	78	1.3%
13(15)	대림대학교	77	2.7%
13(12)	부천대학교	77	0.0%
13(15)	연성대학교	77	2.7%
13(12)	울산과학대학교	77	0.0%
17(17)	경복대학교	72	-2.7%
■병원			
1(1)	세브란스병원	85	1.2%
2(4)	삼성서울병원	84	2.4%
2(2)	서울아산병원	84	1.2%
4(4)	고대안암병원	83	1.2%
4(2)	서울성모병원	83	0.0%
4(4)	아주대학교병원	83	1.2%
7(7)	서울대학교병원	82	1.2%
8(9)	경희의료원	81	1.3%
8(9)	중앙대학교병원	81	1.3%
10(7)	건국대학교병원	80	-1.2%
10(9)	이대목동병원	80	0.0%
10(13)	한양대학교병원	80	1.3%
13(9)	가천대 길병원	79	-1.3%
■대형항공(FSC)			
1(1)	대한항공	81	0.0%
1(1)	아시아나항공	81	0.0%
3(5)	델타항공	79	1.3%
3(4)	루프트한자항공	79	0.0%
3(3)	싱가포르항공	79	-1.3%
6(5)	에미레이트항공	78	0.0%
■저비용항공(LCC)			
1(2)	티웨이항공	80	1.3%
2(3)	진에어	79	1.3%
3(3)	에어부산	78	0.0%
4(1)	제주항공	77	-3.8%
■도시철도			
1(1)	대구교통공사	82	1.2%
2(2)	대전교통공사	81	1.3%
3(4)	부산교통공사	79	0.0%
4(2)	인천교통공사	78	-2.5%
5(5)	광주교통공사	76	-2.6%
6(5)	서울교통공사	75	-3.8%
■공공서비스			
-	철도	77	-1.3%
-	상수도	76	0.0%
-	우편	76	-1.3%
-	전력공급	76	0.0%
-	세무행정	75	-1.3%

NCSI 시중은행 부문 공동 1위 **신한은행** 정상혁 은행장



신한은행 제공

고객 편의성 혁신 프로젝트 시행 현장 의견, 바로 듣고 즉시 반영

"신한의 최우선 가치인 '고객'에 오롯이 집중하며, 새로운 금융 서비스로 고객의 편의성을 높이고 차별적 설루션을 제공해 나가겠다." 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 시중은행 부문 공동 1위를 차지한 신한은행의 정상혁〈사진〉 은행장은 소감에서도 '고객'을 강조했다.

신한은행은 국내 금융권 최초로 '고객 만족 경영'을 도입하고 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 지속적으로 제공하며 대한민국 금융 서비스를 선도해 왔다. 특히 올 초부터는 '고객의 말씀'을 기반으로 고객의 입장에서 불편을 개선하는 '고객 편의성 제고 프로젝트'를 전사적으로 추진 중이다. 전 영업점을 대상으로 현장에서 필요한 고객 불편 사례를 발굴하고 직접 개선하는 '현장 실천 프로그램'을 운영하고 있다. 또한 불편 개선 사항을 고객이 체감할 수 있도록 고객과 소통하는 '신한 새로고침' 플랫폼을 오픈했다.

신한은행은 고객 보호를 최우선 과제로 선정하고 각종 제도와 시스템을 고객 관점에서 재설계하고 있다. '소비자보호그룹'에 소비자 보호 컨트롤 타워 역할을 강화해 모든 사업을 고객 관점에서 점검 및 심사하고 있다. 비예금 상품 출시 전 심사 과정을 강화했을 뿐 아니라, 전 직원이 완전 판매 프로세스 체화를 위한 롤플레잉 챌린지에 참여했다. 금융 소비자 보호 오피서 제도를 통해 상품 판매 전 과정에 오류가 있었는지 전문가가 한 번 더 교차 검증한다.

이처럼 '고객의 말씀'을 모든 사업의 기반으로 활용하기 위해 은행권 최초 실시간 만족도 조사인 'Good서비스 경험 조사'를 운영한다. Good서비스 경험 조사는 고객 업무 후 즉시 영업점에서 체감한 고객 경험을 확인하고, 고객의 의견을 곧바로 반영할 수 있도록 설계됐다. 올 초 영업점 이용 고객이 느끼는 모든 접점의 불편을 해소하기 위해 조사 문항과 평가 방법을 고도화했다.

이렇게 수집된 고객의 말씀을 기반으로 '고객 편의성 제고'라는 젠다를 수립해 은행뿐 아니라 모든 계열사의 1순위 과제로서 보이지 않는 고객의 불편까지 선제적으로 개선해 '고객에게 선택받는 은행'을 만들고자 노력하고 있다. 별도의 TF 그룹을 구성해 최우선 대표 과제를 수립했고, 고객의 알 권리 강화를 위해 금융권 최초로 대면 대출 전 과정을 고객에게 프로그레스 바 형태로 실시간 안내하고 있다. 정 은행장은 "소비자 보호 강화와 함께 고객 니즈에 맞는 맞춤 서비스를 개발하고 은행을 더 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 다각도로 고민하는, 더 넓은 차원의 고객 중심 경영을 실천하고 있다"고 했다.

지속적으로 증가하고 있는 보이스피싱 피해로부터 고객 자산을 보호하기 위해서도 총력을 다하고 있다. 올해 1월부터 보이스피싱 모니터링 시스템에 AI 탐지 모델을 적용하는 등 이상 거래 탐지 역량을 고도화했고, 지난 8월에는 금융권 최초로 전 영업점에 보이스피싱 전담 안심 지킴이 창구를 운영하며, 피해 고객 내점 시 피해 최소화를 돕는 조력자 역할을 하고 있다.

가상 자산을 이용한 범죄 증가에 대응하고자 은행권 최초로 가상 자산 거래소 '코빗'과 업무 협약을 체결해 핫라인 구축, 피해 구제 및 이상 거래 탐지 협력 등을 추진해 많은 성과를 올리고 있다. 보이스피싱 피해 예방 종합 플랫폼 '지켜요'를 신한SOL 내에 운영하며, 보이스피싱 예방 방법이 담긴 콘텐츠를 제공하고 있다. 정 은행장은 "세상을 이롭게 하는 일에 더욱 힘써 사회와 상생에 대한 진정성 있는 실천을 통해 고객이 필요로 하는 모든 순간에 함께할 수 있고, 고객과 사회로부터 인정받는 지속 가능한 가치를 만들어 나가겠다"고 포부를 밝혔다.

전준범 기자

2025년도 4분기 NCSI…

123개 기업·대학 대상으로 2만8300명 조사

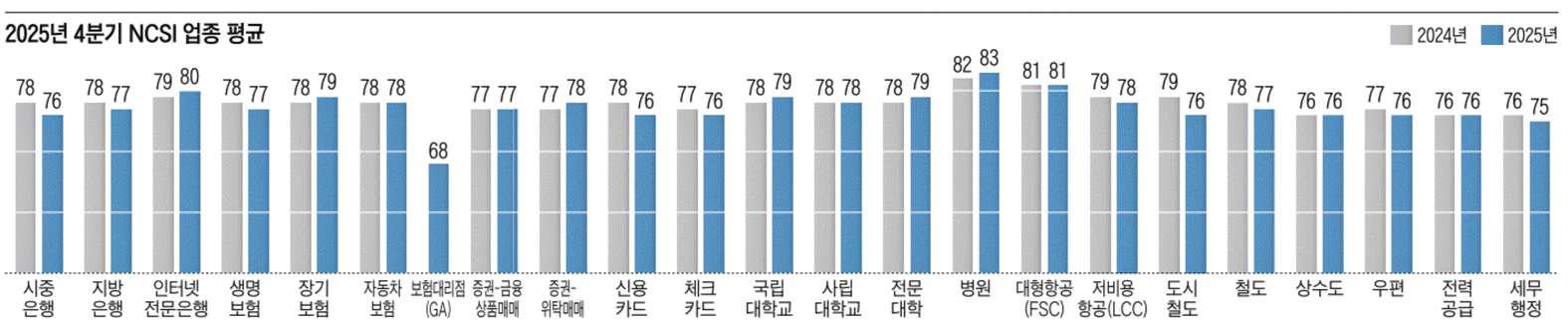
2025년 4분기 NCSI(National Customer Satisfaction Index·국가고객만족도) 조사는 지난 7~9월, 23개 업종 기업·대학 123개에 대해 고객 2만8300명을 대상으로 진행됐다. 모든 조사는 해당 기업 제품 또는 서비스를 직접 구매하거나 이용한 경험이 있는 고객을 대상으로 했다.

4분기 조사 대상 업종 23개 중 신규 업종은 1개이며, 6개 업종이 전년 대비 평균 점수가 올랐다. 6개 업종은 보합, 10개 업종은 하락했다. 인터넷전문은행, 장기보험, 증권(위탁매매), 국립대, 전문대, 병원이 각 1점씩 올랐다. 공공 서비스 중 도시철도 부문이 3점 하락했고, 시중은행·신용카드가 각 2점씩 하락했다. 이 밖에 지방은행·생명보험·체크카드·저비용항공과 우편·철도·세무행정 부문은 1점씩 내려갔다. 자동차보험·증권(금융상품매매)·사립대·대형항공·전력공급·상수도는 보합을 유지했다. 올해 부턴 조사 대상에서 경찰행정·쓰레기수거 부문이 빠지고, 보험대리점(GA) 업종이 새로 편입됐다.

올해 1~4분기 조사 결과를 종합 반영한 '2025년 국가 차원 NCSI'는 78.2점으로 작년 대비 0.2점 상승했다. 올해 조사 업종은 총 88개로 작년보다 8개가 증가했다. 부문별로는 건설업(1.2%), 보건업 및 사회복지 서비스업(1.2%)의 상승률이 가장 높았다. 하락률이 가장 높은 부문은 '전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업'(-4.1%)이었다. 올해 신규 업종으로 편입된 도시가스 업종이 기존 업종 대비 상대적으로 만족도 점수가 낮았던 것의 영향을 받았다. NCSI는 미국 미시간대 산하 국가품질연구센터가 개발한 미국고객만족지수(ACSI)에 토대를 둔 글로벌 지수로, 한국을 비롯해 일본·싱가포르·유럽 등 30여 국이 도입하고 있다.

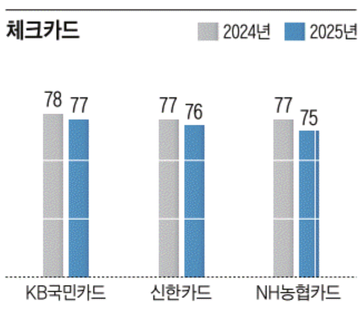
장우정 기자

2025년 4분기 NCSI 업종 평균



해외여행에 특화 '트래블러스 체크카드' "56종의 통화, 100% 환율우대 받아 충전"

체크카드 부문 1위 KB국민카드



체크카드 서비스업 조사에서 KB국민카드가 77점을 기록하면서 2년 연속 NCSI(국가고객만족도) 1위 자리에 올랐다. 신한카드는 76점, NH농협카드가 75점으로 그 뒤를 이었다. 본인 명의로 체크카드를 발급받아 최근 6개월 동안 월평균 3회 이상 사용하고 있는 20세 이상 59세 이하 성인 남녀를 대상으로 조사한 결과다.

KB국민카드는 간편 결제 모바일 플랫폼인 KB Pay를 통해 결제·자산 연결·리워드를 한 번에 제공해 체크카드의 체감 가치를 향상하고 있는데, 이 점이 주고객층인 2030 연령대를 중심으로 긍정적 평가에 기여한 것으로 분석된다. KB국민카드는 해외 특화 혜택을 탑재한 'KB국민 트래블러스 체크카드'를 통해 해외여행 소비 확대 트렌드에도 적극 대응하고 있다. 하나의 카드로 외화 머니와 외화 계좌를 스위칭해서 사용할 수 있으며, 국내외 여행 특화 영역에서 다양한 혜택을 탑재하고 있다. 외화 머니는 총 56종의 통화를 100% 환율 우대를 제공받아 충전할 수 있는데, 환전 통화가 없는 국가로 여행 시에도 달러를 충전하면 카드를 이용할 수 있다. 2위인 신한카드는 고객 편의성 혁신을 업무 전반에 반영해 나가기 위한 활동의 일환으로 고객 자문단 초청 간담회를 개최했다. 해당 행사는 지난 7월, 300여 명의 고객 패널을 대상으로 진행된 사전 설문조사 결과를 바탕으로 20대부터 60대까지 고객 자문단 5인을 초청해 진행됐다. 간담회에서는 박창훈 사장을 비롯한 신한카드 고객 편의성 및 소비자 보호 담당 임직원이 참석해 고객과 함께 신한카드의 미래 서비스 방향을 논의하는 시간을 가졌다. 박 사장은 고객 경험과 제안 사항을 가감 없이 논의해 신한카드의 서비스 혁신에 반영하겠다고 밝혔다.

NH농협카드는 기존의 'NH농협카드 앱'을 'NH pay'로 일원화해 카드 신청부터 간편 결제, 이용 내역 조회, 이벤트 참여까지 NH농협카드의 모든 서비스를 통합 앱에서 편리하게 이용할 수 있게 했다.

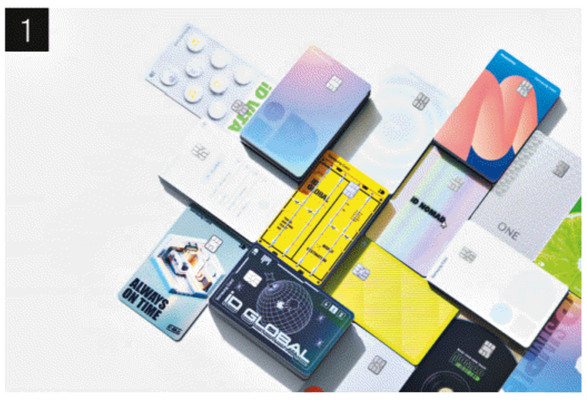
장우정 기자

삼성카드 AI가 이상 금융거래 탐지 KB국민카드 고객별 맞춤형 카드 호평

신용카드 부문 공동 1위 삼성카드·KB국민카드

올해 신용카드 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 삼성카드와 KB국민카드가 77점으로 공동 1위를 차지했다. 삼성카드는 12년 연속, KB국민카드는 5년 연속 1위다. 신한카드와 현대카드는 76점으로 공동 3위를 차지했다. 이번 조사는 최근 6개월간 본인 명의로 발급받은 신용카드를 월평균 3회 이상 사용하고 있는 20~69세 고객을 대상으로 진행됐다.

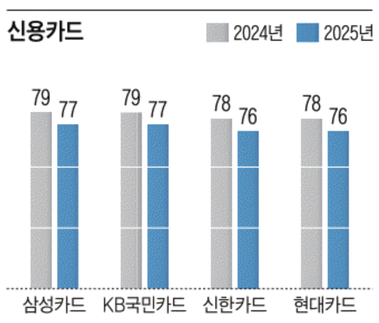
삼성카드는 금융 소비자 보호 내부통제 기준을 마련하고 정기적으로 대표이사 주관 내부통제위원회를 운영하는 등 '고객 중심 경영'을 펼치고 있다. 또 청각장애인의 상담 편의를 위해 텍스트 중심 '실시간 상담원 채팅'과 '챗봇샘'을 제공하고 전문 수화 상담원이 영상 통화로 다양한 문의에 도움을 주는 '수화 상담 서비스'를 운영하는 등 금융 취약 계층의 거래 편의성과 안전성을 위한 서비스를 제공하고 있다. 금융 사기 피해 방지를 위해서도 업계 최초로 이상 금융거래 탐지(FDS·Fraud Detection System) 업무에 AI 상담사를 적용하고, 해외 결제 부정 사용을 예방하는 '내 맘대로 해외 이용 설정(Self-FDS)' 서비스를 출시했다.





삼성카드·KB국민카드 제공

❶MZ 세대에게 다양한 혜택을 제공하는 '삼성iD카드' 포트폴리오. ❷KB국민카드의 대표 상품 위시(WE:SH) 카드 시리즈.



KB국민카드는 고객별 맞춤형 대표 상품 위시(WE:SH) 카드 시리즈로 높은 만족도를 끌어냈다. 나의 행복을 위한 '마이 위시' 카드, 함께하는 우리를 위한 '아워(Our) 위시' 카드 등 8종 시리즈로 모든 고객에게 차별화된 서비스를 제공한다. 간편 결제 모바일 플랫폼 KB Pay는 신용카드, 체크카드, 계좌 등 다양한 결제 수단을 하나의 앱에 통합해 온·오프라인 전 가맹점에서 실물 카드 없이 사용할 수 있도록 지원한다. 또 KB국민카드는 시각장애인의 편의를 위해 모든 카드 상품에 대해 점자 카드 발급을 허용하고, 인쇄물을 음성으로 읽어주는 '보이스아이'를 업권 최초로 도입하는 등 취약 계층의 금융 접근성을 높이는 데도 힘쓰고 있다.

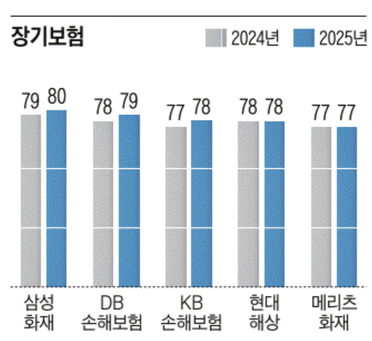
신한카드는 고객 중심 경영을 강화하기 위해 고객 소통 플랫폼 '신한 새로고침'을 오픈했다. '고객의 말씀으로 매일 새롭게'라는 신한금융그룹의 슬로건 아래 고객이 제안한 불편 개선 사례를 신속하게 공유하는 플랫폼으로 다양한 고객 편의성 개선 결과를 안내하게 될 예정이다. 이에 따라 고객 VOC에서 시작된 불편 사항을 바탕으로 고객 편의성 혁신 대표 과제 14개를 우선 선정하고, 개선 사례 등 구체적 성과를 순차적으로 선보이고 있다.

현대카드는 최근 라이프 스타일에 따라 특화된 할인 혜택을 제공하는 알파벳 카드 5종을 공개했다. 현대카드D는 다이닝(Dining), H는 홈(Home), O는 오일(Oil), S는 쇼핑(Shopping), T는 트래블(Travel)을 뜻한다. 알파벳 이니셜로 라이프 스타일을 표현한 알파벳카드와의 11년 만의 재회다. 점차 세분화·개인화된 소비 패턴의 변화와 함께 신용카드 회원들이 본인의 라이프 스타일에 최적화된 업종 특화 카드를 선호하는 트렌드에 주목한 결과물이다.

박정훈 기자

머신러닝 기반 시스템으로 최적의 담보 신속 결정

장기보험 부문 1위 삼성화재



장기보험 서비스업의 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 삼성화재가 80점으로 1위에 올랐다. 이 조사는 지난해부터 기존 손해보험 서비스업을 장기보험과 자동차보험으로 업종 분리하고 있다. 삼성화재는 손해보험 서비스업을 포함해 25년 연속 1위 자리를 지켰다.

삼성화재는 인공지능(AI) 기술을 활용해 고객 편의를 강화했다. 2024년 상반기 특허를 취득한 삼성화재의 장기보험 상병심사 시스템 '장기U'는 머신러닝을 기반으로 보험 가입자의 고지 내용과 보험금 청구 이력을 통해 인수 가능한 최적의 담보를 신속하게 결정한다. 추가 심사 없이 장기U만으로 심사 완료된 비율을 2021년 5월 63%에서 올해 상반기 88%로 끌어올려 고객 대기 시간을 상당 부분 단축했다.

지난 7월 특허를 취득한 삼성화재의 새로운 시스템인 'AI 의료 심사'는 암 진단과 수술급여 심사의 효율성과 정확성을 높이기 위해 방대한 의료 데이터를 기반으로 진단서, 검사 결과지, 수술 기록지 등 다양한 의료 문서를 자동으로 분석하는 시스템이다.

이 밖에 삼성화재는 다양한 연령대에 맞는 보장을 제공하고자 올해 4월 국내 보험사 최초로 보장 어카운트 보험을 발표했다. 보장 어카운트는 건강할수록 혜택이 커지는 건강 리턴, 1인 가구나 고령층 고객을 위한 병원 동행 서비스 등 중증 질환 치료 여정 전체에 대한 폭넓은 보장을 제공한다. 또 해외여행자의 선택 폭을 넓히기 위해 지수형 보험 출국 항공기 지연·결항 보상 특약, 해외 2시간 항공 지연 특약 등도 출시했다.

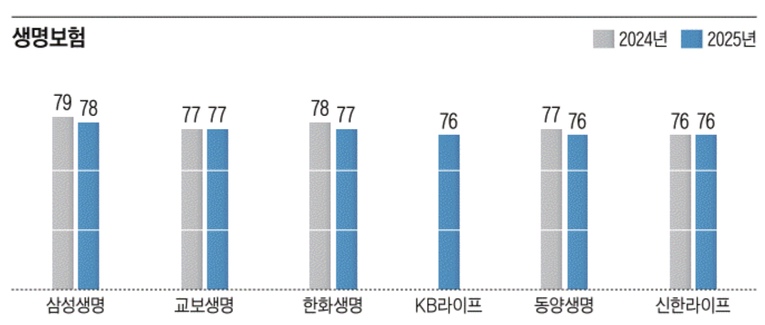
이번 조사에서 삼성화재 뒤를 이어 DB손해보험이 79점으로 단독 2위에 올랐다. 현대해상과 KB손해보험은 78점으로 공동 3위를 차지했고, 메리츠화재는 77점으로 5위였다.

이 가운데 DB손해보험은 외국인의 보험 가입 과정에서 언어 장벽 탓에 발생할 수 있는 불완전 판매 위험을 줄이고, 직관적인 AI 통역 서비스를 제공하고자 지난 9월 금융권 최초로 '다국어 통역 AI 에이전트(AGENT)' 서비스 도입을 추진했다. 앞서 4월에는 영남 지역 대형 산불 피해 주민을 위한 긴급 구호물품을 전달하기도 했다.

전준범 기자

업계 최초로 '수어 상담', 고객 패널 작년 두 배로 증원

생명보험 부문 1위 삼성생명



2025년 국가고객만족도(NCSI) 조사 생명보험 서비스업 부문에서 삼성생명이 78점으로 22년 연속 1위에 올랐다. 교보생명과 한화생명은 77점으로 공동 2위를 기록했고, 동양생명과 KB라이프, 신한라이프는 76점으로 공동 4위에 자리했다.

1위를 차지한 삼성생명은 금융 소비자 보호 활동에 주력한 점이 좋은 반응을 얻었다. 소비자 중심 업무 문화를 정착시키기 위해 지난 9월엔 '금융 소비자의 날'을 제정·실시했다. 앞서 지난 1월에는 생명보험 업계 최초로 청각장애 고객을 위한 '수어 영상 상담 서비스'를 도입했고, 모니터링을 하는 '고객 패널'은 작년보다 두 배 많은 2000명으로 증원했다.

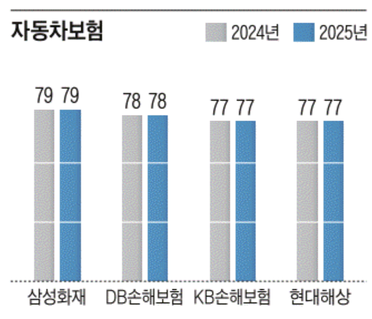
교보생명은 올해 모바일 앱으로 자신의 보험 보장 상태를 손쉽게 진단하고 부족한 보장을 확인할 수 있도록 했다. VOC(고객의 소리)를 실시간으로 분석·반영하는 내부 시스템을 고도화하면서 불편 해결에도 속도를 내고 있다. 한화생명은 AI(인공지능) 기반 고객 소통 서비스에 주력하고 있다. 특히 설계사와 고객 간 언어 장벽을 없애는 'AI 번역 서비스'는 다국어 상담과 문서 번역을 돕는 데서도 높은 평가를 받으면서, 금융 당국의 혁신 금융 서비스로 선정되기도 했다.

동양생명은 올해 우리금융그룹 편입 이후 '오늘의 혁신으로 내일의 가치를 만드는 생명보험사'라는 비전을 수립했다. 신뢰와 전문성, 혁신을 중심으로 발전한 고객 경험을 제공하겠다는 취지다. 올해 새로 조사에 포함된 KB라이프는 하반기부터 그룹 차원의 디지털 통합 캠페인을 시행해 보험 서비스 접근성을 높였다. 고객 의견을 직접 수렴하는 'KB라이프 고객 패널 스타지기'도 확대 운영했다. 신한라이프는 생성형 AI 기반의 지식 베이스를 구축해 고객 질의에 자동으로 응답하고, 민원 응대 서비스를 개선하는 등 AI를 통한 소비자 서비스 혁신에 나서고 있다.

조재현 기자

고령 이용 많은 권역 지정… 금융취약계층 전담 창구 신설

자동차보험 부문 1위 삼성화재



2025년 NCSI 자동차보험 부문에서는 삼성화재가 작년과 같은 79점으로 1위를 수성했다. DB손해보험이 78점으로 2위, 현대해상·KB손해보험이 77점으로 공동 3위였다. 삼성화재는 손해보험과 자동차보험을 함께 조사하던 시기를 포함해 총 25년 연속 1위를 기록했다.

삼성화재는 2005년 손보업계 처음으로 '고객과의 소통' 제도를 도입하는 등 체계적으로 소비자 불편 사항을 파악하고 개선 방안을 모색해 높은 평가를 받고 있다. 올해 4월엔 대표 홈페이지 화면을 리뉴얼해 PC는 물론 모바일에도 가독성을 높이고 각종 절차도 간소화했다는 평가다. 9월부터는 고령 소비자 이용 빈도가 높은 권역(서울 강북 및 광주광역시 등)을 별도 지정하고, 금융 취약 계층 전담 고객 창구를 신설하기도 했다.

DB손해보험은 올 1월 전기자동차 배터리 방전 고객을 위한 긴급출동 충전 서비스를 포함한 '전기자동차SOS 서비스 특별약관Ⅱ'를 업계에서 처음으로 출시해 화제를 모았다. 방전된 차량을 가까운 전기차 충전소로 견인해 주는 기존 서비스에서 한 발 더 나아가, 출동한 차량을 통한 V2V(Vehicle to Vehicle·차량 간) 급속 충전 서비스까지 제공하는 약관이다. 배터리 재충전까지 드는 시간이 크게 줄어들 전망이다.

KB손해보험은 생성형AI를 활용한 '자동차사고 과실비율 AI Agent' 서비스를 개발해 올 9월부터 도입했다. AI가 사고 접수 내용을 바탕으로 과실 비율을 자동 산정해 안내해주는 서비스다. 덕분에 직원들의 반복 검색 업무가 경감되고, 사고 처리 시간이 빨라져 고객이 더 신속하고 객관적인 보상 서비스를 받게 될 전망이다.

현대해상은 올 3월부터 '자동차보상 AI 음성안내 시스템'을 한층 업그레이드해 서비스하고 있다. 2023년 업계 최초로 도입한 AI음성봇은 사고 처리 과정 등을 안내해왔다. 그러나 이번 업그레이드를 통해 예상 AI봇이 안내하는 범위가 보험금, 수리비, 사고 처리 결과 등으로 크게 확대됐다. 다이렉트 자동차보험 만기 갱신도 안내한다.

최은경 기자

"소비자, 금리 아닌 'AI 방어력'을 기준으로 금융社 선택할 것"

기고

박성중 한국생산성본부 회장



인공지능(AI)이 금융 편의를 높이면서도 전례 없는 방식으로 소비자를 위협하고 있다. 올해 보이스피싱 피해액이 1조원을 넘길 것으로 전망되는 가운데, AI로 복제한 목소리와 얼굴을 활용한 '초개인화 금융 사기'는 또 다른 국가적 문제로 떠오르고 있다.

그렇지만 AI는 소비자를 지키는 가장 강력한 방패이기도 하다. 그렇다면 금융사가 소비자 신뢰를 유지하려면 AI를 통해 어떤 보호 체계를 구축해야 할까.

첫째, 금융기관은 AI 기반 조기 경보 시스템을 갖춰야 한다. AI는 거래 패턴을 실시간으로 분석해 신종 사기 수법을 이전보다 훨씬 빠르게 감지하고 자동으로 차단할 수 있다. 일례로 토스뱅크는 AI가 인지한 비정상 거래의 명의 도용 가능성을 판단하고 즉시 차단한다.

둘째, 글로벌 규제 변화와 내부 리스크를 동시에 통제할 수 있는 'AI 컴플라이언스 에이전트'를 도입해야 한다. 해외 금융 당국의 지침과 법률을 실시간 학습하고, 내부 데이터를 분석해 이해 상충이나 불완전 판매를 사전에 차단한다. JP모건과 HSBC는 이미 AI 준법 감시 체계를 도입해 내부 리스크를 자동 통제하고 있다.

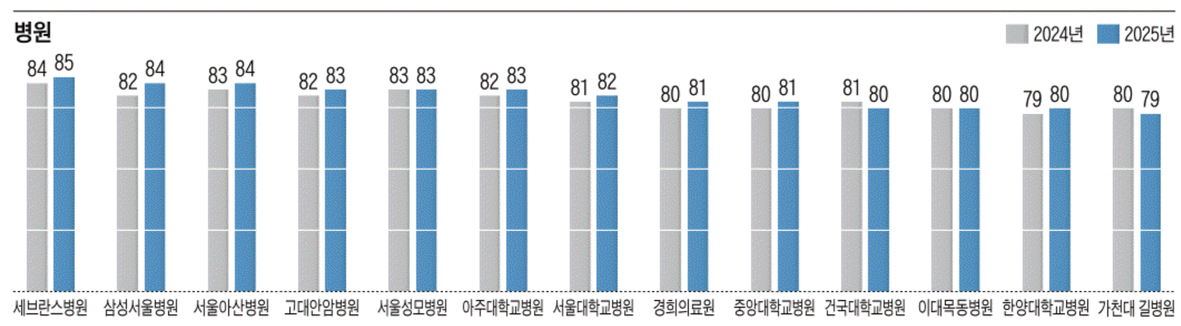
셋째, 고객의 설명 요구권 등과 같은 법적 요구와 규제를 충족하기 위해 '설명 가능한 AI'(XAI) 구축도 필수다. 금융기관이 AI로 신용 점수를 결정하고 대출·보험을 추천한다면 그 이유를 소비자에게 명확히 설명할 의무가 있다.

AI 시대에 금융 소비자 보호는 더 이상 선택이 아니다. AI를 도입하지 않는 금융기관은 소비자 권리를 방치하는 기관으로 평가받을 것이다. 소비자는 금리가 아닌 'AI 방어력'을 기준으로 금융기관을 선택할 것이다.

한국생산성본부는 금융 환경의 변화에 대응하기 위해 매년 국가 고객 만족도를 조사하고 발표하는 것은 물론, 금융 소비자 보호를 아우르는 고객 경험 컨설팅을 통해 금융기관에 필요한 여러 설루션을 제공하고 있다.

모바일 진찰권·藥 교환권 등 환자용 앱 서비스 고도화

병원 부문 1위 세브란스병원



2025년 병원의료서비스업 NCSI 조사에서 세브란스병원은 작년보다 1점 오른 85점으로 단독 1위에 올랐다. 이로써 세브란스병원은 15년 연속 1위 기록을 세웠다. 삼성서울병원과 서울아산병원이 각각 84점으로 공동 2위를 차지했다. 아주대병원과 서울성모병원, 고대안암병원은 83점으로 공동 4위였다. 이 조사는 최근 2년 동안 서울·수도권 상급종합병원 13개 병원을 방문해 2회 이상 진료 서비스를 받은 경험이 있는 고객을 대상으로 진행됐다.

세브란스병원은 환자용 모바일앱 'My 세브란스'를 고도화해 환자의 병원 방문 경험을 개선한 점이 긍정적 평가를 이끌어냈다. 특히 새로 추가된 모바일 진찰권 및 원내 약(藥) 교환권과 조제 진행 상황 안내, 주차 현황 실시간 조회 서비스 등이 고객에게 호평받고 있다. 또 내원객들이 병원 내에서 원하는 시설로 쉽게 이동할 수 있도록 안내문을 개선·추가하고, 홈페이지에도 '병원 시설 안내' 아래 세부 길 찾기 항목을 신설했다.



세브란스병원 제공
세브란스병원은 환자용 모바일앱에 모바일 진찰권과 원내 약(藥) 교환권 등의 기능을 추가해, 병원을 방문한 고객들의 편의성을 제고했다.

삼성서울병원은 '입원 모바일 서비스'를 통해 입원 환자의 오늘 검사·시술·치료 일정 등을 확인하게 하고, 검사 결과나 투약 약물 조회 등이 가능하도록 했다. 제증명 발급, 실손보험청구, 환자·보호자 식사 조회 및 변경 등 각종 편의 서비스도 한곳에서 요청할 수 있도록 했다. 또 올 6월엔 음성인식AI를 기반으로 한 'AI 콘택트 센터(AI contact Center)'를 도입해, 환자 질문에 신속·정확한 답변이 가능하도록 했다.

서울아산병원은 올 8월 비뇨기암 환자를 심층 관리하기 위한 '유전성·희귀 비뇨기암 클리닉'을 개설했다. 비뇨기종양 전문 의료진이 환자의 병력과 증상, 가족력 및 비뇨기 외 질환까지 전반적으로 파악하는 '심층 진료 시스템'을 자랑한다. 국내 비뇨기암 환자 10명 중 1명은 서울아산병원을 다녀간 만큼, 풍부한 임상 경험을 바탕으로 한 환자 맞춤형 치료가 가능할 전망이다.

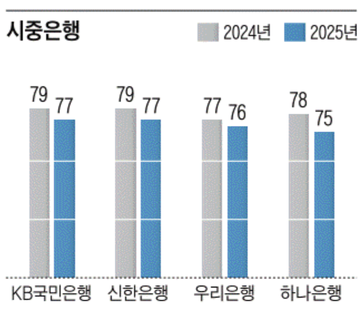
아주대병원은 올 4월 수술 로봇 시스템 '다빈치 SP(Single Port)'를 새롭게 도입했다. 약 2.5cm 정도의 절개만으로 24cm 이상 깊은 곳까지 진입할 수 있는 장비다. 좁고 깊은 부위에서 기존보다 더 정밀한 수술이 가능한 데다, 통증과 출혈을 최소화해 회복 기간도 짧아진다.

서울성모병원은 올해부터 '전문성과 영성으로 만드는 치유의 간호'를 새로운 슬로건으로 내세우고, 가톨릭 문화를 바탕으로 간호 문화 강화에 나선다. 몸과 마음을 함께 치유하겠다는 뜻이다. 심뇌혈관병원 심전도실과 산부인과 초음파실을 새로 단장해 외래 환자의 대기 환경을 개선하는 한편, 혈액병원에 별도 대기 공간도 새로 마련해 환자 편의도 개선했다.

고대안암병원은 입원 환자 식사를 대폭 개선해 높은 평가를 받았다. 뚝배기 식기류를 도입하고, 조식 선택식 운영을 주 5회로 확대한 것이다. 환자와의 소통을 강화하기 위해 회진 문자 발송 시 병동 간호사에게도 알림이 가고, 병원 곳곳에 QR 코드 기반 검사실 안내 시스템을 구축했다. 최은경 기자

KB국민은행 점심시간 상담, 전국 32곳으로 확대
신한은행 보이스피싱 예방 전용 플랫폼 출시

시중은행 부문 공동 1위 KB국민은행·신한은행



올해 시중은행 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사 결과 KB국민은행과 신한은행이 각각 77점을 기록하며 공동 1위를 차지했다. KB국민은행은 11년 연속, 신한은행은 9년 연속 1위다. 우리은행은 76점으로 3위, 하나은행은 75점으로 4위에 자리했다.

KB국민은행은 대면·비대면 전 채널의 고객 편의성과 접근성 제고를 핵심 과제로 삼아 제도를 고도화했다. '점심시간 집중 상담'을 금융권 최초로 전국 32개 영업점으로 확대해 정오~13시 개인 종합 창구 전원이 상담에 투입되도록 했다. 또 금융 취약 계층 포용을 위해 만 65세 이상, 장애인, 영유아 동반 보호자까지 우선 안내·지원 대상을 확대하고, 유형별 응대 가이드·점자 서비스 등을 정비해 무장애(Barrier-Free) 금융 환경을 강화하고 있다.

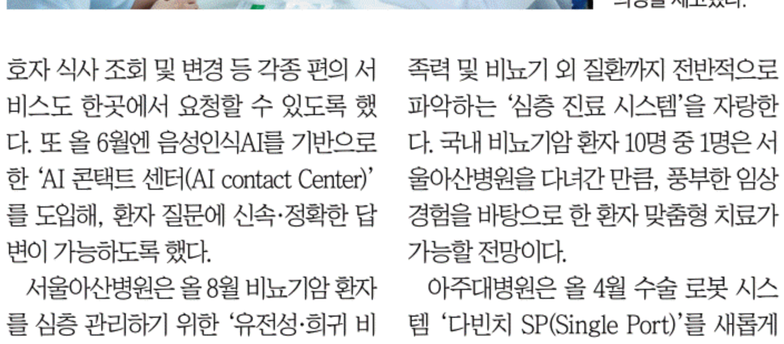
신한은행은 소비자 보호 거버넌스 및 데이터 기반 개선 체계를 강화했다. 전 은행 컨트롤 타워인 '소비자 보호 그룹'을 중심으로 비예금 상품 사전 심사 강화, 전 직원 완전 판매 롤플레잉, CPO(금융 소비자 보호 오피서) 및 옴부즈만 제도를 운영하며 상품 출시 전 단계에서 고객 관점을 반영하고 있다. 또 보이스피싱 예방을 위해 '지켜요(소중한 나의 자산)' 플랫폼을 출시하고, 전자 금융 FDS 고도화 구축도 완료했다.

우리은행은 디지털 고객 경험 혁신과 자산 관리(WM) 신뢰 회복을 핵심 과제로 삼아 플랫폼 고도화와 고객 안심 영업 제도를 강화했다. 모바일 플랫폼 '우리WON뱅킹'의 UI·UX를 전면 개편해 고객이 원하는 메뉴를 직접 구성할 수 있는 '마이 메뉴' 기능과 '나만의 알림' 서비스를 확대했다. 또 '디지털 지갑(원더월렛)'을 도입해 공공 기관 민원 정보를 통합 조회할 수 있는 공공·민간 연계 플랫폼을 운영하고 있다.

하나은행은 포용 금융과 서비스 혁신을 추진했다. 특히 외국인 고객 특화 모델인 '컬처 뱅크'를 도입해 인천시·출입국관리사무소 등과 협력하는 한편 산업단지 외국인 근로자 대상 주말 영업점 16개소 운영을 확대했다. 박정훈 기자

반기마다 신상품 만족도 모니터링… 소비자 피해 검토

증권-금융상품매매 부문 1위 삼성증권



2025년 국가고객만족도(NCSI) 증권-금융상품매매 부문에서는 삼성증권이 79점으로 7년 연속 1위를 차지했다. NH투자증권과 미래에셋증권은 각각 77점으로 공동 2위를 기록했다. 한국투자증권과, 2021년 이후 올해 다시 조사 대상에 포함된 신한투자증권은 각각 76점으로 공동 4위에 자리했다. 75점을 받은 하나증권은 6위였다.

1위를 차지한 삼성증권은 금융 상품에 투자하는 소비자가 권익을 침해받지 않도록 상품 개발과 판매, 사후 관리 전 영역을 체계화한 게 특징이다. 반기마다 1회 신상품 만족도 모니터링 조사를 시행해 소비자 피해 가능성을 다각도로 검토한다. 약관과 상품 설명서 등을 개발 부서가 자체 점검하고 '소비자보호센터'가 재점검하는 2단계 절차를 거친다.

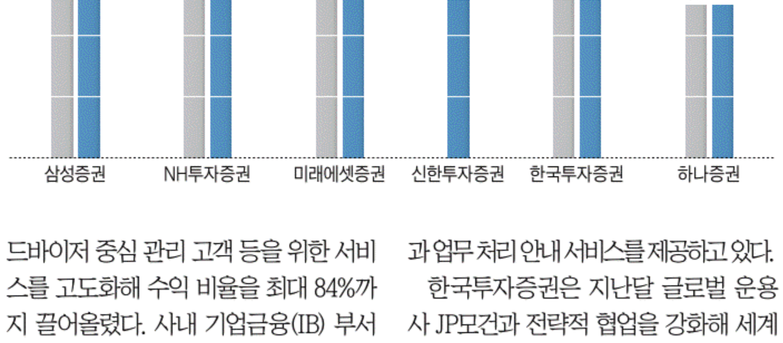
NH투자증권은 마스터 PB(프라이빗뱅커) 중심으로 인적 서비스를 강화했다. 어드바이저 중심 관리 고객 등을 위한 서비스를 고도화해 수익 비율을 최대 84%까지 끌어올렸다. 사내 기업금융(IB) 부서와 프라이빗투자은행(PIB) 비즈니스를 도입해 투자 기회를 넓히고, 우수 PB를 양성하는 코스도 만들었다.

미래에셋증권은 국내 최대 규모인 약 2000개 상품 라인업을 구축했다. 펀드, ETF(상장지수펀드), 상장 리츠, 장외채권 등 다양한 투자 성향을 반영한 맞춤형 선택지를 제공했다는 평가를 받는다. 2018년부터는 '연금자산관리센터'를 통해 유선 상담과 업무 처리 안내 서비스를 제공하고 있다.

한국투자증권은 지난달 글로벌 운용사 JP모건과 전략적 협업을 강화해 세계 금융 기관들과 파트너십을 한층 강화한 게 특징이다. 같은 시기 신한투자증권은 내부 통제 강화 프로그램 '스캔들 Zero 2.0'을 추진해 건전한 영업 문화 정착을 위해 노력하고 있다. 하나증권은 해외 주식 위탁매매를 위해 미국 증권사 웨드부시와 전략적 파트너십을 체결하고, 해외 주식 전용 통장과 연계 계좌를 선보였다. 조재현 기자

MZ세대도 디지털 자산 관리… 수요별로 서비스 세분화

증권-위탁매매 부문 1위 삼성증권



2025년 국가고객만족도(NCSI) 증권-위탁매매 부문에서 삼성증권이 79점으로 단독 1위를 차지했다. 7년 연속 1위다. 미래에셋증권과 키움증권이 나란히 78점을 기록하며 공동 2위에 올랐고, NH투자증권과 올해 처음 조사 대상에 포함된 신한투자증권은 77점으로 공동 4위를 차지했다. KB증권은 76점으로 6위를 기록했다.

삼성증권은 고객 특성과 니즈에 따라 서비스를 세분하고 맞춤 서비스를 제공하면서 디지털 자산 관리 수준을 한층 높여가고 있다. 기존 자산 관리가 고액 자산가 대상 서비스에 초점을 맞췄다면, 삼성증권의 디지털 자산 관리는 MZ세대 등의 고객 니즈까지 충족시키고 있다.

디지털자산관리본부는 디지털 우수 고객을 위해 업무 문의 안내부터 투자 상담까지 다양한 서비스를 포함하는 원스톱(One-Stop) 자산 관리 컨설팅을 제공한다. 특히 '컨설팅 라운지', '투자 정보 라운지', '세미나 라운지'로 구성되는 에스라운지(S.Lounge)를 통해 삼성증권의 차별화된 디지털 자산 관리를 비대면 채널에서도 이용할 수 있다.

미래에셋증권은 지난달 해외 주식 투자에 재미와 동기를 부여하는 고객 참여형 플랫폼 '해외 주식 레벨업' 서비스를 선보였다. 고객은 실제 해외 주식 수익금을 기반으로 '투자 레벨'을 부여받으며, 상위 레벨 투자자의 포트폴리오를 확인해 자신의 투자 역량을 객관적으로 점검할 수 있다. 투자 레벨은 고객의 실제 수익금에 따라 1~5레벨로 구성된다.

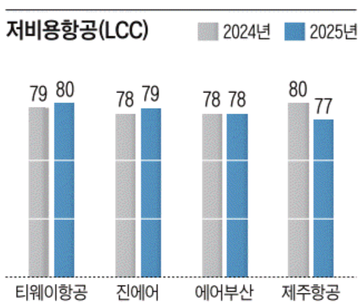
키움증권은 인공지능(AI)을 활용해 24시간·365일 업무 상담이 가능한 챗봇 서비스를 출시했다. 고객이 유선이나 채팅 상담을 거치지 않고도 다양한 업무를 간편하게 처리할 수 있는 서비스다. 단순 업무를 비롯해 복잡한 조건 검색이나 수식이 포함된 문의까지 실시간으로 응답한다. 전준범 기자



항공·숙박 결합한 다양한 프로모션 인기
타슈켄트·밴쿠버 등 신규 노선 적극 확대

〈우즈베키스탄〉 〈캐나다〉

저비용항공 부문 1위 **티웨이항공**



올해 NCSI 저비용항공(LCC) 고객 만족도 조사에선 티웨이항공이 80점으로 1위를 기록했다. 티웨이항공이 1위에 오른 건 2021년 이후 4년 만이다. 지난해 공동 3위였던 진에어가 올해 79점으로 2위에 올랐다. 78점을 받은 에어부산과 77점을 얻은 제주항공이 각각 3위와 4위를 기록했다.

티웨이항공은 올 7월 대명소노그룹에 인수된 뒤 항공·숙박을 결합한 다양한 프로모션으로 고객 만족을 실현하고 있다. 또 장거리 및 지방발 신규 노선도 적극 확대 중이다. 티웨이항공은 올 5월 중앙아시아 우즈베키스탄의 타슈켄트에 이어 7월에는 국내 저비용항공사 최초로 북미 캐나다 밴쿠버 노선을 개설했다. 8월엔 제주·싱가포르 정기편을 새로 취항했다. 저비용항공사 중 처음으로 인천국제공항 첨단복합항공단지 정비 시설 구축 사업도 참여한다. 1500억원을 투자한 자체 정비 시설을 통해 항공기 정비에 더 만전을 다한다는 취지다.

진에어는 편의성과 비용 대비 체감 혜택을 강화하며 호응을 얻었다. 올해 5월 모바일 탑승권을 아이폰의 '월렛'에 간편히 저장할 수 있는 기능을 도입해, 대기 시간을 단축하고 종이 티켓 분실 위험을 줄였다. 또 기내식과 좌석 지정 신청을 한 번에 할 수 있도록 한 '사전 좌석 지정 묶음 부가 서비스'도 고객의 번거로움을 한층 덜어준 서비스로 꼽힌다.

에어부산은 올 7월 인천국제공항 제2여객터미널로 운항 거점을 옮겨 수속 효율성을 한층 높였다. 올 8월엔 항공권 예매와 여행자보험 가입을 한 번에 할 수 있도록 하는 '간편 가입 서비스'를 도입해, 여행 준비 과정의 번거로움을 크게 줄였다. 10월엔 모바일앱과 홈페이지를 전면 개편했다.

제주항공은 '펫팸(Pet+Family)족' 수요를 겨냥한 반려동물 운송 서비스를 확대 중이다. 올 6월 '무제한 반려동물 동반 탑승 서비스'를 보장하는 '펫 멤버십'을 출시하는 한편, 기내 동반 탑승이 가능한 반려동물 무게를 운송 용기 포함 기존 7kg에서 9kg으로 늘렸다. 생후 8주 이상의 개·고양이·새는 제주항공이 운항하는 모든 노선에 탑승할 수 있다. 최은경 기자

대한항공 라운지서 셰프가 즉석 조리 아시아나항공 뒷열부터 탑승, 혼잡 줄여

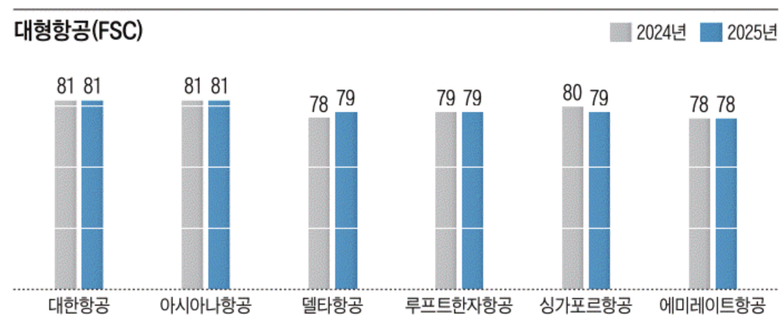
대형항공 부문 공동 1위 **대한항공·아시아나항공**





대한항공·아시아나항공 제공

❶대한항공이 지난 8월 리뉴얼한 인천국제공항 내 라운지 '마일러 클럽' 모습. 국내 5성급 호텔 셰프들이 즉석 조리하는 '라이브 스테이션'을 마련한 게 특징이다. ❷아시아나항공은 지난 4월부터 인천-프라하 노선을 신규 취항했다. 지난해 열린 한·체코 항공 회담에서 양국 간 운수권이 주 4회에서 7회로 늘어난 데 따른 조치다



2025년 국가고객만족도(NCSI) 조사 대형항공 부문에서는 대한항공과 아시아나항공이 81점으로 공동 1위를 차지했다. 싱가포르항공과 루프트한자항공, 델타항공은 79점으로 공동 3위를 기록했고, 78점을 받은 에미레이트항공은 6위로 나타났다.

올 3월 대한항공은 1984년 이후 41년 만에 새로운 CI(기업 이미지)와 리버리(항공기 도장)를 공개했다. 앞으로 기내 서비스 물품 등에도 신규 CI를 차례로 반영할 계획이다. 올 8월에는 인천국제공항 내 대한항공 라운지를 대대적으로 개편해 새로 단장한 마일러 클럽과 프레스티지 동편(우측) 라운지를 선보였다. 국내 5성급 호텔 셰프들이 즉석에서 조리해주는 '라이브 스테이션'과 웰니스 공간, 미팅룸, 테크존 등으로 공간을 다양화했다는 평가를 받는다. 대한항공은 프레스티지석과 일반석의 중간 개념인 '프리미엄석'을 도입하고 지난 9월 중순부터 중단거리 노선에 투입했다. 일반석보다 10% 높은 가격에 50% 넓은 면적을 제공받을 수 있다.

아시아나항공은 올 6월부터 국내·국제선 이코노미석 승객을 대상으로 '존(ZONE) 보딩' 방식을 도입했다. 항공기 내 구역을 셋으로 나눠 뒤쪽 열 승객부터 차례로 탑승을 안내하는 제도다. 유아 동반 승객과 임산부, 노약자 등은 존 번호와 무관하게 우선 탑승할 수 있다. 기내 승객 간 접촉을 최소화해 혼잡을 줄일 수 있다는 평가가 나온다. 앞서 5월부터는 국내·국제선 마일리지 전용기 운영도 늘렸다. 국제선에는 인기 휴양 노선인 인천~호놀룰루 노선을 추가했고, 국내선은 김포~제주 노선에 전용기 60편을 띄웠다. 지난 4월엔 인천~프라하 노선을 신규 취항하고, 5월 말부터는 중국 노선도 20% 늘려 선택의 폭을 넓혔다.

싱가포르항공은 이달부터 크리스플라이어 리워드 프로그램에 '액세스 공제' 서비스를 도입한다. 보너스 항공편 좌석이 매진돼도 원하는 항공편에 빈 좌석이 있으면, 즉시 마일리지로 항공권을 결제·확정하는 옵션이다. 루프트한자항공은 지난여름부터 수하물 분실에 대한 승객 불안을 최소화하기 위해 실시간 수하물 추적 기능을 대폭 강화했다. '에어 태그(AirTag)'를 이용해 여행하는 고객은 위탁 수하물이 잘못 배송되거나 분실될 경우 수하물 추적팀에 짐 위치를 안전하게 공유할 수 있다. 델타항공은 올 7월 미국 시애틀 타코마 국제공항에 비즈니스 클래스 승객 전용 '델타 원 라운지'와 프리미엄 공항 라운지 '델타 스카이 클럽'을 새로 선보였다. 승객의 독립성을 보장하면서도 공간을 하나로 연결한 게 특징이다. 올 6월엔 인천~솔트레이크시티 노선을 새로 취항하기도 했다.

현재 80국 148개 공항을 연결하는 에미레이트항공은 보고타와 마다가스카르에 신규 취항한 데 이어, 프놈펜·라고스·애들레이드·에든버러 등 노선 운항을 재개했다. 에어버스 A350을 새로 도입해 프리미엄 이코노미 클래스와 최신 기내 엔터테인먼트 시스템을 선보이기도 했다.

조재현 기자

KB금융그룹 | 국민의 평생 금융파트너
세상을 바꾸는 금융

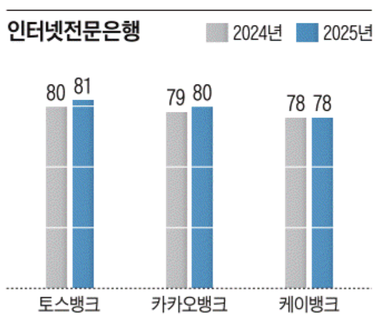


※금융투자상품은 예금자보호법에 따라 보호되지 않습니다. 또한, 자산가격변동, 환율 변동, 신용 등급 하락 등에 따라 투자원금 전액 또는 일부의 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다. ※과거의 운용성과가 미래 수익률을 보장하지 않습니다. ※이 퇴직연금은 예금자보호법에 따라 예금보호 대상 금융상품으로 운용되는 적립금에 대하여 다른 보호상품과는 별도로 1인당 "1억 원까지"(운용되는 금융상품 판매회사별 보호상품 합산) 보호됩니다. ※당사는 퇴직연금에 관하여 충분히 설명할 의무가 있으며, 투자자는 투자에 앞서 그러한 설명을 충분히 들으시기 바랍니다. ※본 계약을 체결하기 전에 상품설명서 및 약관을 읽어 보시기 바랍니다. ※퇴직연금 계약기간 만료 전 중도해지하거나 계약기간 종료 후 연금 이외의 형태로 수령하는 경우 세액공제 받은 납입원금 및 수익에 대해 기타소득세(16.5%) 세율이 부과될 수 있습니다. ※개인형 IRP 수수료는 연0.21%~연0.45% 입니다. ※과세기준 및 과세방법은 향후 세법개정 등에 따라 변동될 수 있습니다. ※기타 자세한 내용은 퇴직연금 상담센터(1599-0099)로 문의하시거나 KB국민은행 홈페이지(www.kbstar.com)를 참조하시기 바랍니다. ※한국금융투자협회 심사필 제25-01775호(2025-04-29~2026-03-31) ※KB국민은행 준법감시인 심의필 제2025-1762호(2025.04.28.), 유효기간 2025.04.28.~2026.03.31.까지

KB 국민은행

"항상 깨어 있는 은행"… 24시간 실시간 금융 서비스

인터넷전문은행 부문 1위 **토스뱅크**



올해 인터넷 전문은행 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 토스뱅크가 81점으로 2년 연속 1위를 지켰다. 카카오뱅크는 80점으로 2위, 케이뱅크는 78점으로 3위에 자리했다.

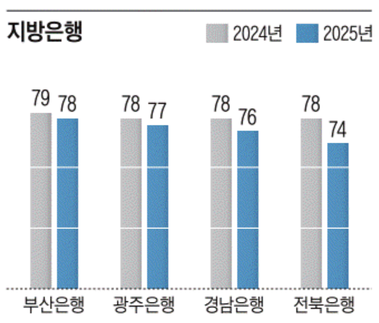
1위 토스뱅크는 출범 4년 만에 고객 1375만명, 월간 활성 이용자(MAU) 1000만명을 돌파하며 제1금융권 수준의 신뢰와 이용 편의성을 입증했다는 평가를 받는다. 토스뱅크는 '항상 깨어 있는 은행(Always-on Banking)'을 핵심 비전으로, 24시간 중단 없는 실시간 금융 서비스를 제공하고 있다. 계좌 개설, 송금, 예·적금 가입 등 대부분의 업무를 실시간으로 처리할 수 있도록 기술 인프라를 고도화해 고객이 언제 어디서나 금융 서비스를 안전하게 이용할 환경을 구현했다. 또 일 단위 이자 지급 서비스 '지금 이자 받기', 평생 무료 환전 '외화 통장' 등을 통해 고객이 스스로 금융 혜택을 선택·관리할 환경을 구현했다.

카카오뱅크는 고객 상담 품질과 플랫폼 접근성 개선을 핵심 과제로 삼아 고객 체감 품질을 크게 높였다. 365일 24시간 운영되는 비대면 상담 채널(챗봇·콜센터·카카오톡·이메일)을 통해 언제 어디서나 신속히 상담할 환경을 구축했고, 고객 문의 응답 시간 단축과 상담 정확도를 동시에 개선했다. 특히 2018년 도입된 챗봇을 지난 6월 전면 개편해 앱과 카카오톡 간 연계를 강화, 대기 시간 없는 '즉시 응답형 서비스'를 구현했다. 금융 접근성 확대 측면에서도 중·저신용자 대출 공급을 지속적으로 늘리고 있다.

케이뱅크는 디지털 혁신, 금융 상품 다양화, 고객 보호 강화를 올해 핵심 추진 방향으로 설정하고, 고객 체감 품질 향상과 신뢰 기반의 서비스 혁신을 추진했다. 우선 업계 최초로 '명의 도용 전액 보상 제도'를 도입해 고객 명의로 부정 거래가 발생할 경우 피해금을 전액 보상함으로써 사전·사후 금융 안전망 체계를 공고히 했다. 또 중소기업·소상공인 대상 '상생 동행 협약 보증'을 시행해 금융 접근성을 높였고, '아낌e-보금자리론'을 통해 서민·실수요자 중심의 주거 금융 지원을 강화했다. 박정훈 기자

'찾아가는 어르신 창구' 등 고령층 금융 접근성 높여

지방은행 부문 1위 **부산은행**



지방은행 서비스업 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 부산은행이 78점으로 작년에 이어 2년 연속 1위를 차지했다. 광주은행은 77점으로 2위, 경남은행은 76점으로 3위에 올랐고, 전북은행은 74점으로 4위였다. 이번 조사는 특정 지점에 본인 명의로 예·적금 또는 대출 계좌를 개설해 1년 이상 거래한 경험이 있는 20세 이상 69세 이하 고객을 대상으로 실시했다.

부산은행은 금융 취약 계층 지원에 주력하고자 '시니어 서포터즈', '행복한 금융 맞춤 창구', '찾아가는 어르신 창구' 등을 선보였다. 이를 통해 고령층과 디지털 소외 고객의 접근성을 끌어올렸다. 또 '장금이 금융 교육 프로그램'과 전용 상담 센터를 운영해 금융 이해력 제고와 금융 소비자 보호 수준을 높이는 데 주력했다.

부산은행은 창립 58주년을 맞아 모바일 이벤트와 소셜미디어(SNS) 캠페인으로 고객과 소통을 강화하기도 했다. 지난 4월에는 유학생·외국인 근로자 등 다양한 고객층을 대상으로 한 '외국인 서포터즈' 프로그램을 신설해 글로벌 고객 접점을 확대했고, 9월에는 예금자 보호 한도 인상(1억원)에 맞춰 고객 안내 캠페인을 전개했다.

광주은행은 디지털 접근성 향상과 생활 밀착형 고객 프로그램 확대를 중심으로, 고객이 일상 속에서 더욱 편리하게 금융 서비스를 이용할 수 있도록 다양한 개선 활동을 진행했다. 모바일·웹뱅킹 서비스 로그인 없이도 상품에 가입할 수 있도록 개편했고, 자주 사용하는 메뉴 중심으로 홈 화면을 재구성해 접근성과 편의성을 높였다. 또 지역 문화 접점을 넓히기 위해 '광주화루 미술공모전'을 개최하고, 지역민이 함께 즐길 수 있는 문화 프로그램을 운영했다.

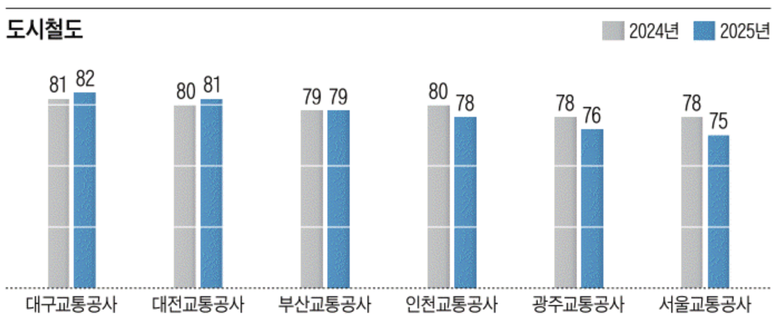
경남은행은 '디지털 편의성 강화'와 '포용 금융 실천'을 양축으로 삼아 다양한 대고객 활동을 추진하고 있다. 모바일뱅킹 서비스를 전면 개편해 조회·이체 흐름을 단순화하고, 타행 계좌 조회 시 시인성을 개선했다. 메인 화면을 고객 중심으로 재구성해 로그인 이후 핵심 업무를 빠르게 처리할 수 있도록 사용자 경험(UX)을 강화했다. 개편된 앱은 '모바일 어워드 코리아 2024'에서 은행 부문 대상을 받았다. 전준범 기자

‘AI 스마트 스테이션’ 구축… 더 안전·신속한 서비스



대구교통공사가 ‘기후 변화 대응형 폭염 대책’ 중 하나로 지하철 역사 에스컬레이터 구간에 냉방 설비를 개선한 모습. 대구교통공사 제공

도시철도 부문 1위 대구교통공사



2025년 국가고객만족도(NCSI) 도시철도 서비스 부문 조사에서는 대구교통공사가 작년보다 1점 오른 82점으로 17년 연속 1위를 차지했다. 도시철도 업종 평균이 3점 하락했는데도 2009년부터 올해까지 부동의 1위를 지켜낸 것이다. 대전교통공사가 81점으로 2위, 부산교통공사가 79점으로 3위를 기록했다. 인천·광주교통공사는 각각 78점, 76점으로 뒤를 이었다. 이번 조사는 1주일에 3회 이상(왕복 기준) 도시철도 서비스를 이용한 경험이 있는 20세 이상 59세 이하 고객을 대상으로 진행됐다.

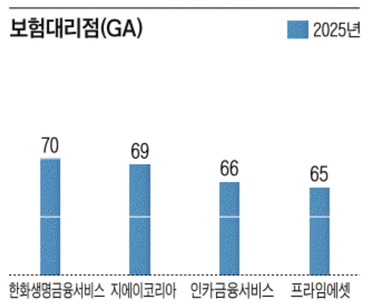
대구교통공사는 이용 편의성, 차량 청결, 안전성 등 고객 접점 전반의 품질을 인공지능(AI) 등 신기술과 적극적으로 접목해 꾸준히 개선해온 점이 긍정적 평가를 받았다. 특히 3D 지도와 지능형 CCTV(폐쇄회로 TV)를 활용한 ‘AI 스마트 스테이션’을 구축해 역사 내 종합 관제 기능을 한층 고급화한 점이 좋은 반응을 얻었다. 역 구조를 시각적으로 쉽게 확인할 수 있어 비상 상황에 신속하게 대응할 수 있고 안전 관리와 고객 서비스 수준을 높일 수 있다는 것이다. 공사는 1·2·3호선 전체 역사에 21종, 2874개 안내 표지도 만들어 설치해 고객의 동선과 정보 접근성을 크게 높였다. 기후 변화 대응형 폭염 대책의 하나로 시행된 ‘에스컬레이터 구간 냉방 설비 개선’도 고객 만족도 향상에 이바지한 것으로 분석됐다. 특히 2·3호선 청라언덕역 환승 통로 구간에 에어컨을 설치하고, 온도 상승을 완화하기 위해 외벽 단열 필름을 시공한 것도 고객 민원에 즉시 대응한 성과로 평가받았다.

2위를 기록한 대전교통공사는 대전 지역의 AI 수어 자동 번역 기술과 우산 공유 플랫폼을 현장에 실증 적용, 총 2억 4000만원의 매출을 올리는 성과를 거뒀다. 교통 약자 이동 편의를 개선하기 위해 휠체어 사용 고객 간담회를 열기도 했다. 참석자들은 이 자리에서 바우처 지원금 증액, 배차 지연 문제, 장애 인식 개선 교육 필요성 등을 강조했다. 이에 공사 측은 “앞으로 정책 및 운영 개선에 적극적으로 반영하겠다”고 밝혔다. 공사는 행정안전부·지방공기업평가원이 주최하는 ‘2025년 지방 공공기관 지역 경제 활성화’에서 우수상을 받기도 했다. 이 같은 노력의 결과로 공사 종합 품질 점수는 79점으로 작년보다 1점 올랐다.

고객 만족도 79점을 받아 3위에 오른 부산교통공사는 민간 모빌리티 플랫폼에 실시간 열차 정보를 확대 제공하는 등 서비스를 개편했다. 이용객들은 열차 시간표 기반의 정시 운행 정보뿐 아니라, 열차 증편이나 지연, 시간 연장 등 비정기적인 운행 정보까지 접할 수 있게 됐다. 이런 정보는 네이버 지도와 카카오맵, 카카오 지하철, 카카오 버스 앱을 통해 실시간으로 확인할 수 있다. 서비스 품질 향상 노력을 이어가며 안정적인 공사 운영 체계가 긍정적 평가를 받으면서, 종합 품질 점수는 78점으로 1점 상승했다. 조재현 기자

생성형 AI가 개인 맞춤형으로 보험 추천
앱에서 상품 비교·분석·결제까지 한번에

보험대리점 부문 1위 한화생명금융서비스



올해 신설된 NCSI 보험대리점(GA) 고객 만족도 조사에선 한화생명금융서비스가 70점으로 1위를 차지했다. 지에이코리아가 69점으로 2위를 기록했다. 인카금융서비스가 66점으로 3위, 프라임에셋이 65점으로 4위에 올랐다. 본인 명의로 보험대리점 소속 설계사를 통해 보험에 직접 가입한 뒤, 1년 이상 보험료를 직접 내며 유지한 20세 이상 59세 이하 고객을 대상으로 했다.

한화생명금융서비스는 고객 편의성과 보안, 서비스 품질을 강화하는 혁신 활동으로 높은 평가를 받았다. 한화생명금융서비스는 올해 네이버파이낸셜과 포괄적 사업 제휴를 맺고, 생성형 AI에 기반한 개인 맞춤형 보험 추천 서비스를 선보였다. 고객은 이를 통해 네이버페이 앱에서 보험 상품 비교 및 보장 분석, 결제까지 한 번에 해결하는 ‘원스톱 서비스’를 이용할 수 있다. 올 3월 보험대리점 업계 최초로 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 통합 인증(ISMS-P)도 획득했다.

지에이코리아는 내부 점검과 품질 강화를 두 축으로 내세워 고객 신뢰 제고에 앞장서고 있다. 지난 10월 삼성생명과 ‘금융소비자보호 업무협약(MOU)’을 체결하고, 위·수탁 업무 리스크 감소를 위한 자율 점검, 민원 예방, 개인 정보 보호 등에서 협력하기로 했다. 또 현장 상담 전문성 및 완전 판매 역량을 높이기 위해 신입 설계사 육성 프로그램도 올해 도입했다.

인카금융서비스는 보험대리점 업계 처음으로 ‘금융소비자보호총괄단’을 설치하고, 생성형AI에 기반한 ‘신계약 리스크 관리 시스템’을 도입했다. 불완전 판매를 사전에 예방하는 차원이다. 이 같은 내부 자정 노력으로 2024년 공시 기준 생명보험·손해보험 모두 불완전 판매율 0%를 기록하기도 했다.

프라임에셋은 지난해부터 고객과 디지털 접점을 확대하고, 상담 품질을 개선하기 위해 노력해왔다. 올 10월엔 자체 비교·자문 플랫폼 ‘픽앤플랜’을 선보였다. 이를 통해 온라인으로 간편하게 전화·채팅 상담 신청이 가능하다. 최은경 기자

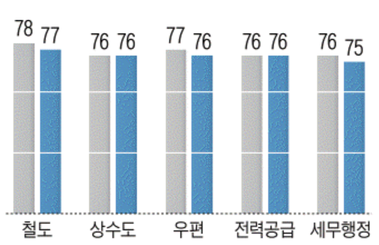
고객 편의 서비스 강화로 공공서비스 만족도 개선 노력

공공서비스



한국철도공사 제공

한국철도공사(코레일)는 전국 13개 역에서 ‘레일택배’ 서비스를 시작했다.



올해 공공서비스 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 철도 부문은 77점, 우편과 전력 공급, 상수도 부문은 각 76점, 세무 행정 부문은 75점을 기록했다.

철도 부문의 한국철도공사(코레일)는 열차 출발 후에도 차내에서 고객이 직접 모바일 앱 ‘코레일톡’으로 좌석을 바꿀 수 있는 ‘출발 후 좌석 변경’ 서비스를 올해 선보일 예정이다. 그간은 출발 직전 승차권을 예매해 좌석을 지정하지 못한 경우나 창가 자리, 동반석 등 원하는 자리가 비어 있어 변경을 원할 때는 코레일톡 서비스콜, 비상 호출 등으로 열차 승무원을 기다려야 했지만 이번 서비스를 통해 고객이 직접 빈자리를 확인하고 좌석을 변경할 수 있게 됐다.

우편 부문의 우정사업본부는 ‘복지 등기우편’ 서비스 운영을 통해 위기 의심 가구 발굴에 기여하는 한편 집배원이 가스 안전 실태를 파악하는 ‘가스 안전 우편 서비스’를 전국 도서 지역으로 확대하고 있다. 복지 등기우편 서비스는 복지 위기 의심 가구에 복지 서비스 안내문을 등기우편으로 발송하면, 집배원이 해당 가구를 방문해 우편물을 전달하고 생활 실태를 확인한 후 체크리스트를 작성해 지자체에 회신하는 방식으로 운영된다.

전력 공급 부문의 한국전력은 국가기간 전력망 적기 확충에 사활을 걸고 있다. 지난 2월 전력 계통 본부 산하에 ‘전력망 입지처’를 신설해 전력망 입지 선정 갈등 현장에서 사업 초기 단계부터 이해관계자와의 소통을 한층 강화하기로 했다. 작년 7월엔 iM뱅크와 ‘지능형 전력 계량 시스템(AMI) 데이터 활용’에 관한 업무 협약을 체결하는 등 전력 데이터를 금융기관들의 리스크 관리에 접목할 수 있는 신사업도 시범 운영 중이다.

상수도 부문에선 AI·스마트 기술을 활용한 정수장 고도화와 시민 체감형 서비스 강화를 핵심 방향으로 품질 개선이 추진됐다. 전국 주요 정수장이 AI 기반 자율 운전 체계로 전환됐으며, 빅데이터 분석을 통한 자동 운전·이상 징후 탐지로 급변하는 수질 변화에 실시간 대응하고 있다. K-water는 올해를 기점으로 AI·지능형 정수 처리 기술 고도화 사업을 본격 추진하며, 광역 정수장의 효율성과 안정성을 강화했다.

세무 행정 부문에선 홈택스가 납세자가 실수 없이 신고할 수 있도록 지난 1월부터 개편돼 운영 중이다. 부가가치세를 신고할 때 신용카드·현금영수증 등 국세청이 보유한 정보를 최대한 활용해 홈택스가 자동으로 신고서를 작성해 주고, 매출이나 공제 항목을 수정하면 부가가치세가 자동 재계산돼 향후 납부할 세금을 미리 계획할 수 있는 식이다. 박정훈 기자



Samsung
Financial Networks



"밥은 챙겨 먹나…"

첫째가 자취를 시작하고
아이가 쓰던 빈 방 한편에
걱정하는 '마음'이 들어왔습니다.
가족이란 몸이 멀어져도
마음은 늘 함께 하나 봅니다

삼성화재 마이핏
QR을 스캔해 알아보세요

보험도 가족과 함께
삼성화재 마이핏

삼성화재가 보험료 할인으로 가족을 응원합니다
* 가족 2인 이상 마이핏 가입하면 보험료 5% 할인(특약)
* 가족범위 : 피보험자의 배우자 및 직계존비속

* 이 광고는 AI를 활용해 제작했습니다.

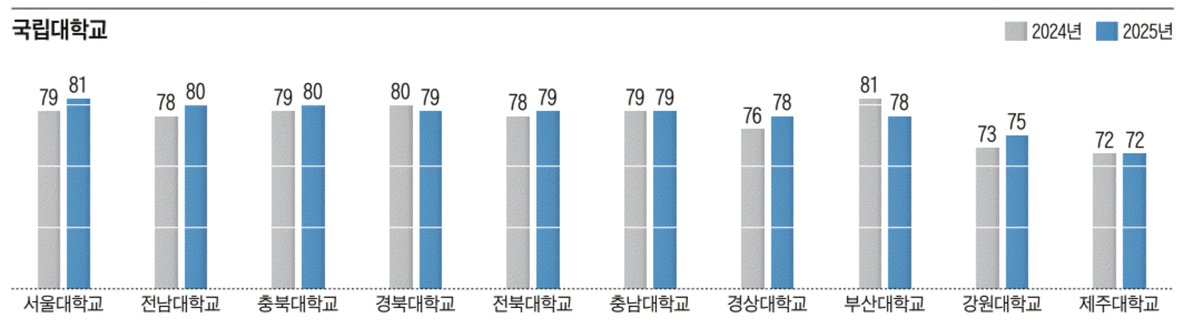
삼성화재 Protecting Today, Inspiring Tomorrow

이 상품은 2인 이상 가족이 같은 '마이핏' 보험 가입을 할 경우 가족결합 영업보험료 할인 혜택을 제공합니다(특약). (마이핏 동종 및 마이핏 1,2,3,8종 간 가입 시 가족결합이 가능합니다.) 가족범위는 피보험자의 배우자 및 직계존비속으로 한합니다. 이 보험계약은 예금자보호법에 따라 해약환급금(또는 만기 시 보험금)에 기타지급금을 합한 금액이 1인당 "1억원까지"(본 보험회사의 여타 보호상품과 합산) 보호됩니다. 이와 별도로 본 보험회사 보호상품의 사고보험금을 합산한 금액이 1인당 "1억원까지" 보호됩니다. 다만, 보험계약자 및 보험료 납부자가 법인인 보험계약의 경우에는 보호되지 않습니다. 보험계약자가 기존에 체결했던 보험계약을 해지하고 다른 보험계약을 체결하면 보험인수가 거절되거나 보험료가 인상되거나 보장내용이 달라질 수 있습니다. 또한 지급한도, 면책사항 등에 따라 보험금 지급이 제한될 수 있습니다. 보험계약 체결 전 상품설명서 및 약관을 읽어보시기 바랍니다. 손해보험협회 심의필 제160267호 (2025.09.29~2026.09.28)

전공 탐색 주간·새내기 대학 등 다양한 CS 활동 호평

〈고객 만족〉

국립대학교 부문 1위 **서울대학교**





서울대학교 제공

서울대는 올해부터 전공이나 계열을 미리 정하지 않고 선발하는 '학부대학'을 신설하고, 신입생들의 적응과 진로 설계를 돕기 위한 각종 상담 및 서포터즈 제도를 도입했다.

전국의 거점 국립대학교 10곳 재학생을 대상으로 한 국립대학교 조사에선 서울대학교가 81점으로 4년 만에 1위를 차지했다. 충북대학교와 전남대학교가 각각 80점으로 공동 2위에 올랐다. 경북대학교·전북대학교·충남대학교는 79점으로 공동 4위, 부산대학교·경상대학교는 78점으로 공동 7위였다. 강원대가 75점으로 9위, 제주대가 72점으로 10위를 기록했다.

서울대학교는 학생 만족도를 높이기 위한 다양한 CS(고객 만족) 활동으로 높은 평가를 받았다. 서울대학교는 '새내기 대학'을 통해 학부 및 대학원 신입생에게 상담은 물론 심리검사 서비스도 제공하며, 학생들의 학교 적응을 돕고 있다. 또 학생들의 진로 설계를 돕기 위한 '전공 탐색 주간'을 개최해, 융합 전공 정보를 공유하고 상담을 진행했다. 전공을 미리 정하지 않고 입학한 학부대학 신입생들을 위한 '서포터즈'를 선발, 4개월간 적응 멘토링 기회를 제공했다.

충북대학교는 학내 시설 개선으로 학생 만족도를 제고했다. 9월 대학 생협 '큡스켓' 공학관점을 개설, 쾌적한 좌석을 갖춘 학습·소통 복합 공간을 제공했다. 또 학생회관 내부도 리모델링해 복합 문화 공간을 확보했다. 올해 하계 방학 기간에는 대규모 시설 개선 사업을 진행해, 의대 등 건물 9동을 개·보수하고, 56개 강의실에 최신 첨단 강의 시설도 조성했다. 보행자 안전을 위한 파쇄석 설치를 통해 오토바이·킥보드 과속을 방지한 것도 포인트다. 학생들을 위해 온라인 성적 정정 신청 시스템을 구축하고, 수강 취소 기간도 연장하는 등 학사 시스템도 개선했다.

전남대학교는 학생 마음 건강 돌보기를 중시하고 있다. 교수 62명과 학생생활상담센터, 보건진료소 정신건강클리닉이 협력하는 '징검다리 상담 교수제'를 통해 교수·전문가 등이 학생과 지속적으로 소통하는 게 대표적이다. 학내 보건진료소에 '정신건강클리닉'도 개소해 정신과 전문의 2명이 주 4회 진료하도록 하고 있다. 글로컬대학30에 지정돼 확보한 재원을 통해 AI 전문 교원 50명을 신규 채용하며 교육 질 제고에도 힘쓰고 있다. 기존 교수 재교육 프로그램도 운영 중이다. 최은경 기자

조사 관리자·면접원 2단계 교육… 조사의 정확도와 신뢰성 모두 확보

NCSI 조사 이렇게…

한국생산성본부(KPC)는 철저한 조사 관리와 검증을 통해 소비자와 기업에 정확한 국가고객만족도(NCSI) 결과를 전달한다. 조사 관리자와 면접원 대상 2단계 교육과 3단계에 걸친 설문, 데이터 검증 절차를 거쳐 조사 결과의 신뢰성을 확보하고 있다.

NCSI 업종별 담당자들은 조사 시작에 앞서 조사 관리자와 면접원을 대상으로 2단계에 걸쳐 교육을 실시한다. 1단계에서는 조사 목적과 부적합한 주의 사례, 조사 진행 시 유의 사항 및 문제 발생 시 대처 방안 등에 대한 기본 교육이 이뤄진다.

2단계에서는 설문 응답 방법, 작성 요령과 태도, 모의 설문 실행과 같은 구체적인 조사 진행 방식 등 조사 방법 교육을 진행한다.

KPC 관계자는 "이렇게 사전 교육을 받은 면접원들이 제품 및 서비스를 경험한 고객을 대상으로 조사를 수행한다"며 "조사가 진행되는 기간에는 불시 암행 활동 등을 통해 조사의 신뢰성을 높인다"고 말했다.

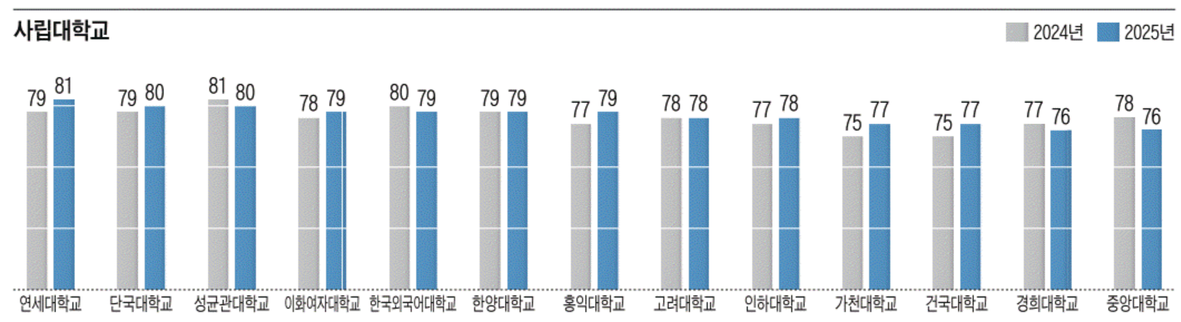
이 같은 과정을 거쳐 취합된 설문은 추가 검증 과정을 진행한다. 우선 첫 단계에서는 응답 논리성이 확보된 설문에 대해 전화로 응답자를 상대로 응답 여부와 내용을 검증한다. 둘째 단계에서는 KPC의 업종별 담당자가 전체 설문에 대한 문항 간 논리성을 육안을 통해 확인하고, 불성실하게 답한 설문이나 면접원이 임의 기재로 답안을 기재했는지 등을 다시 확인한다. 이런 검증 과정에서 문제점이 발견되면, 해당 설문을 폐기하고 해당 조사 분량에 대해선 재조사를 시행한다.

이어 최종 단계에서는 설문 데이터가 통계적으로 결점이 없는지를 검증한다. 이 모든 과정을 통과한 데이터를 가중 평균해 100점 만점으로 NCSI를 산출한다. 가중치는 고객들이 답한 점수와 점수 분포를 기초 자료로 NCSI 계량 모델에 따라 자동으로 계산된다.

KPC 관계자는 "KPC는 정확하고 신뢰성 높은 결과를 내기 위해 노력하고 있다"며 "앞으로도 좀 더 조사 방법을 개선하고, 관리와 검증을 철저히 할 것"이라고 말했다. 장우정 기자

국제 교류·첨단 기술연구… 글로벌 혁신대학 위상 높여

사립대학교 부문 1위 **연세대학교**

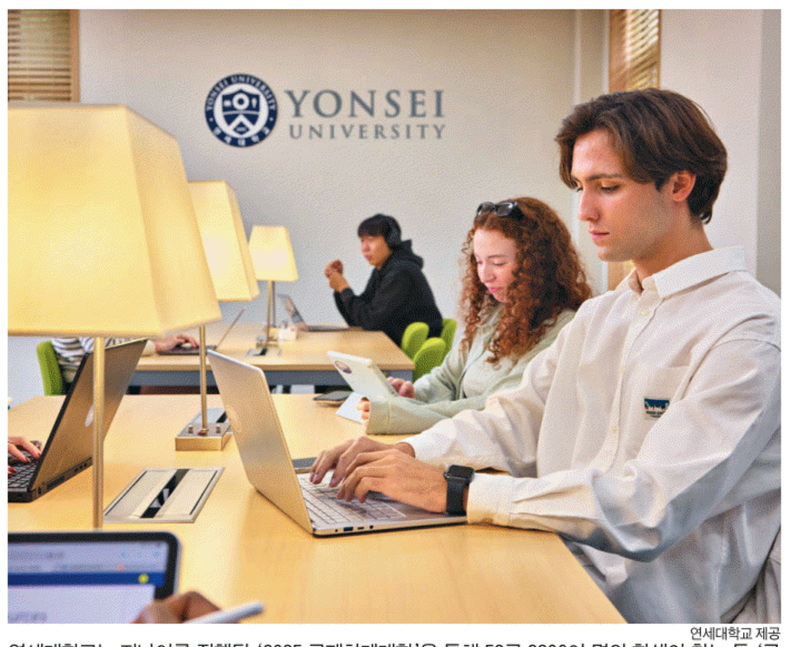


수도권 소재 사립대 13곳 재학생을 대상으로 실시한 2025년 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 연세대학교가 81점을 기록하며 최초로 1위에 올랐다. 성균관대학교와 단국대학교는 각각 80점으로 공동 2위에 자리했고, 79점의 이화여자대학교, 한양대학교, 한국외국어대학교, 홍익대학교는 공동 4위를 기록했다.

연세대학교는 올해 들어 국제 교류, 전통의 계승, 첨단 기술 연구 등 다방면에서 주목할 만한 성과를 거두며 '글로벌 혁신 대학'으로서 위상을 강화하고 있다. 지난여름 진행된 '2025 국제하계대학'은 53국 2200여 명의 학생이 참여한 가운데 성황리에 마무리됐다. 1985년 개설된 YISS는 올해로 40주년을 맞이했으며, 하버드대 등 세계 유수 대학의 학생들이 참가하며 명실상부한 국내 최대 규모 국제 교육 프로그램으로 자리매김했다. 참가자들은 100여 개의 영어 강의와 다양한 한국 문화 체험, 인턴십 등을 통해 학문적 성장과 문화적 교류의 기회를 누렸다. 지난달 24일에는 'AI혁신연구원'이 공식 출범하며 미래 연구의 새로운 지평을 열었다. 연구원 산하 6개 전문 센터는 AI 기술·윤리·의료·교육·인문 등 다양한 분야의 융합 연구를 통해 신뢰할 수 있는 AI 생태계 조성에 앞장설 계획이다.

성균관대학교는 첨단 기술과 구성원의 참여를 바탕으로 디지털 혁신 캠퍼스로의 전환을 가속하고 있다. 서울 인문사회과학캠퍼스와 수원 자연과학캠퍼스 전역에 국내 대학 최초로 5G 특화망을 전면 구축하고 전 구성원 대상 생성형 AI 서비스 'KingoGPT'를 자체 개발하며 대학 혁신의 모범을 보였다는 평이다. 또 KT와 협력해 양 캠퍼스 전역에 초고속·저지연 5G 네트워크를 구축, 스마트폰·태블릿·노트북을 통한 실시간 강의 접근과 콘텐츠 공유를 가능하게 했다. 이를 통해 AI, 자동화, 빅데이터와 연계된 차세대 스마트 교육 환경을 조성하고 학습 몰입도와 행정 효율을 높였다.

단국대학교는 죽전·천안 양 캠퍼스의 전면적 혁신을 통해 학생 중심의 미래형 교육 환경을 구축하고 있다. 죽전캠퍼스는 학생 식당 '1947 Commons'를 새롭게 오픈했다. 매장 열 곳과 카페 한 곳으로 구성된 푸드 코트형 식당으로, 1947년 개교 이래 '소통과 교류의 장'이라는 단국대의 철학을 반영한 공간이다. 천안캠퍼스는 셔틀버스 증차, 융·복합 학습 공간과 그룹 스터디 존 조성, 헬스장 운영 등 학생 편의를 강화하고, 노후 야외 공연장을 리모델링하는 등 학생 복지 시설을 대폭 개선했다. 박정훈 기자

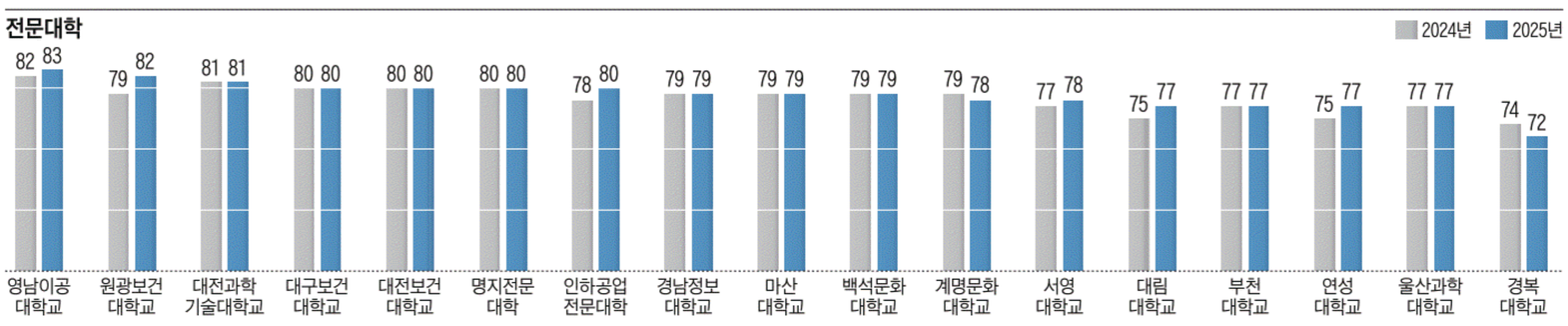


연세대학교 제공

연세대학교는 지난여름 진행된 '2025 국제하계대학'을 통해 53국 2200여 명의 학생이 찾는 등 '글로벌 혁신대학'으로 위상을 강화하고 있다.

총장이 직접 토크 콘서트 열어 재학생들과 소통

전문대학 부문 1위 **영남이공대학교**



국내 전문대학 17곳을 대상으로 실시한 2025년도 전문대학 NCSI 조사에서 영남이공대가 83점으로 13년 연속 1위를 차지했다. 82점을 받은 원광보건대가 2위에 올랐고, 지난해 처음 조사에 반영된 대전과학기술대는 81점으로 3위를 차지했다. 대구보건대, 명지전문대, 대전보건대, 인하공업전문대가 80점으로 공동 4위에 올랐다.

영남이공대는 교육 만족도 향상을 위해 학생 중심 프로그램과 소통 중심 활동을 적극 추진하고 있다. 3월에는 신입생들의 행복한 대학 생활 설계 지원을 위한 '웰컴 토크 콘서트'를 열었고, 4~5월에는 학생자치기구 학생 의견 수렴 활동을 전개했다. 총학생회·대의원회·신문방송사 등 학생자치기구가 재학생들과 소통하며 의견을 가감 없이 청취하고, 이를 대학 측에 전달해 실질적인 문제 해결을 도모한다. 총장이 직접 토크 콘서트를 열어 재학생들과 소통하기도 한다.

영남이공대는 5월과 9월 두 차례에 걸쳐 캠퍼스 커넥트 데이를 개최한다. 재학생·교수·조교·직원 간 소통의 장이다. 이 행사는 학생들의 주요 니즈를 파악하고 개선함으로써 대학 적응력을 높이는 데 목적을 두고 있다. 같은 기간에는 학생교육 만족도(YCSI) 설문조사가 재학생 전원을 대상으로 실시된다.

원광보건대는 보건·의료 전문대의 강점을 살려 학생 창업 역량 강화, 지역사회 연계 서비스, 전문 인력 양성 등을 추진한다. 교육부 주관 '학생 창업 유망팀 300'에 연속 선정되며 학생들의 창업 역량을 입증했고, 지역 먹거리 계획 효과 실증 프로그램 지원 사업에 선정돼 익산시 농산물을 활용한 '마룡이 로컬푸드 밀키트'를 개발하기도 했다.

전문 인력 양성 분야에서는 요양보호사 양성 대학으로 지정됐다. 간호학과는 한국간호교육평가원으로부터 2025~2030년 5년 인증을 획득했고, 2023학년도 국가고시 합격률 100%와 취업률 89.4%를 기록했다.

대전과학기술대는 '2025 글로벌 청년 이노베이션 마케터스 경진대회'에서 최고상인 대전광역시장상을 받으며 글로벌 산학협력 교육의 우수성을 입증했다. 이 학교 학생들은 베트남 대학생(FOREIGN TRADE UNIVERSITY)들과 협력해 사물인터넷(IoT) 기술을 접목한 실내 정원용 모듈 플랜터 개발 아이디어를 제시했다.

또 대전과학기술대는 '캠퍼스 리쿠르팅존'을 운영하며 지역 기업과 상생 고용 네트워크를 구축해 학생들의 취업 기회를 확대하고 있다. 지역 산업체와 긴밀하게 협력하면서 현장 맞춤형 인재 양성과 취업 연계 서비스를 제공하고 지역경제 활성화에 기여하려는 노력도 기울이고 있다. 전준범 기자



영남이공대학교 제공

이재용(맨 왼쪽) 영남이공대 총장이 총장 토크 콘서트에서 재학생들과 소통하고 있다.

Samsung
Financial Networks

삼성금융연금력

수익률

시장점유율

안정성

당신의 퇴직연금에 필요한 '모든 능력'

삼성생명 DC/IRP

전문성

고객편의

직장인에게 퇴직연금은
그냥 돈이 아니니까
수익률과 안정성, 전문성과 고객편의까지

퇴직연금이 갖춰야 할 모든 능력
든든한 삼성생명에 있습니다.

· 투자자는 퇴직연금에 대하여 삼성생명으로부터 충분한 설명을 받을 권리가 있으며, 가입전 상품설명서 및 약관을 반드시 확인바랍니다. · 금융투자상품은 투자원금의 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다. · [DC/IRP] 이 퇴직연금은 예금자보호법에 따라 예금보호 대상 금융상품으로 운용되는 적립금에 대하여 다른 보호상품과는 별도로 1인당 " 1억까지" (운용되는 금융 상품 판매 회사별 보호상품 합산) 보호됩니다. · [실적배당형(펀드) 상품] 이 금융상품은 예금자보호법에 따라 보호되지 않습니다.

생명보험협회 심의필 제 2025-07477호 (2025.11.06~2026.11.05)

보험을 넘어서는 보험
삼성생명