



고객중심경영 및 정보보호를 통한 고객가치 창출

전 세계적으로 지속가능한 금융산업의 발전을 위해 금융소비자보호를 강화하는 방향으로 금융의 패러다임이 변화하고 있으며, 금융소비자의 권익 강화에 대한 사회적 요구도 증가하고 있습니다. 이러한 금융 패러다임의 변화는 금융소비자 불만의 사후대처보다 사전 예방 프로세스의 강화를 요구하고 있습니다. 신한금융그룹은 고객중심의 핵심가치를 실천하기 위해 고객을 최우선으로 하는 금융소비자보호 조직을 운영하고 있으며, 금융소비자를 보호하기 위해 관련 규정, 민원처리 프로세스, 상품개발 프로세스 등을 구축해 운영하고 있습니다.

또한, 정보통신 기술의 급격한 발달과 개인정보의 중요성이 커지는 가운데 외부 네트워크를 통한 전통적인 해킹 시도뿐만 아니라 위·수탁업체 직원 등을 통한 내부 유출 등 다양한 형태의 보안 사고가 최근 잇따라 발생하고 있습니다. 최근 3년간 신한금융그룹 내에서는 개인정보 유출 사례가 없었으나 당사를 비롯한 금융권 회사들에 대한 고객정보 유출 시도는 앞으로 계속될 것으로 전망됩니다. 향후 사고가 발생할 경우 회사 평판이 저하될 가능성이 있으며, 카드 재발급 등 고객정보 유출로 인한 사후 조치 관련 비용과 피해를 입은 고객에 대한 손해배상 가능성, 감독당국에 의한 과징금 부과, 영업정지와 같은 제재 조치 등의 영향을 완전히 배제할 수 없습니다. 이에 신한금융그룹은 확고한 정보보호 체계를 기반으로 보안수준을 향상시켜 나감으로써 고객정보 보호 및 엄격한 관리를 위해 최선을 다하고 있습니다.

고객 참여형 Self FDS(Fraud Detection System)



비자 보안회담 챔피언상 수상

최근 해외 카드 사용액의 증가에 따라 카드가맹점 포스단말기 또는 인터넷 사이트 등을 통해 개인정보 유출이 빈번하게 일어나고 있으며, 동시에 카드 위변조와 명의도용 등 해외부정거래 사례가 점차 증가하고 있습니다. 신한카드는 고객의 안전한 카드 사용 서비스를 제공하기 위해 업계 최초로 고객 참여형 Self FDS 서비스를 제공하고 있습니다. 이 서비스는 해외 여행 시 카드 도난, 분실 또는 위변조로 발생할 수 있는 부정사용을 사전에 차단할 수 있는 무료 서비스로, 고객이 직접 카드별 해외사용 가능 국가와 기간, 거래형태, 금액 등을 설정할 수 있도록 하여 안전성과 편의성을 강화하고 있습니다.

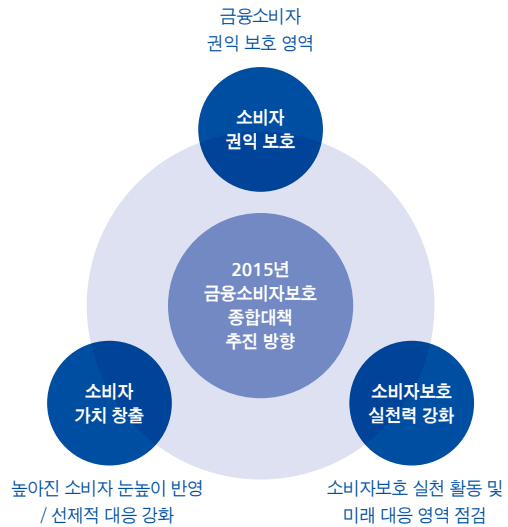
2015년 Self FDS 서비스의 우수성과 혁신성을 인정 받아 제11회 비자(VISA) 보안 회담(Security Summit)에서 챔피언상을 수상했으며, 앞으로도 고객과 가맹점의 자산 보호를 위해 지속적인 FDS 업그레이드를 실시할 예정입니다.

금융소비자보호

신한은행은 소비자보호센터를 통해 소비자 권익, 소비자 가치 창출 관련 기획을 추진하며 전행 소비자보호 '컨트롤 타워'의 역할을 수행하고 있습니다. 소비자보호 관련 제도/규정/상품개발 등 기획단계부터 사후관리 전 과정 모니터링 및 피드백을 실시하고 금융소비자 보호 관점의 불합리한 제도·관행 개선을 추진하고 있으며, 보이스피싱 등 전기통신금융사기 의심 거래 모니터링을 수행하여 고객 자산 보호 활동에 앞장서고 있습니다.

더불어 금융당국 소비자보호 정책 강화 대응 및 소비자 권익 보호를 위한 제도·관행 개선 등 전행적 소비자보호 과제 선정 및 이행을 추진하고 있습니다. 금융소비자 종합대책 추진 시 3대 핵심영역을 반영한 187개 과제를 선정하여 15년 분기별 피드백을 실시하고, 연말 기준 전 과제를 100% 이행 완료하였습니다. 이 외에도 '소비자의, 소비자에 의한, 소비자를 위한 제안 이벤트'를 실시하여 홈페이지를 통해 소비자가 자유롭게 의견을 개진함으로써 소비자 관점의 개선 필요과제를 사전 발굴하는 등 소비자의 권익을 제고하고 있습니다.

2015년 금융소비자보호 종합대책 추진 방향



소비자보호 3대 추진 방향	10대 중점 개선 사항	세부 추진 내용
소비자 권익 보호(소비자 권익 보호/피해예방) 60개	1 불완전판매(13)	여·수신, 투자상품 불완전 판매 근절, 모니터링 강화 방안
	2 금융실명제 / 구속성(3)	본인 확인절차 강화 방안, 교육 강화 방안, 구속성 법규 준수
	3 고객정보보호(19)	고객정보 관리실태 점검, 본인 동의 없는 임의 조회 근절
	4 전자금융사기 예방(25)	보이스피싱 예방 대책, 비대면 채널 정보보안 강화 방안
소비자 가치 창출(소비자 가치 극대화) 93개	5 소비자 제도, 시스템 개선(33)	다발 민원제도 개선 추진, 불합리한 관행 개선
	6 교육/인적 서비스 강화(35)	소비자보호 지원 강화 방안, 전 직원 소비자보호 체화 방안
	7 금융소비자 알 권리 강화(25)	공시강화(홈페이지 공시 관리 체계, 광고물 사전 심사), 금융교육
소비자보호 실천력 강화(실천 및 미래영역 점검) 34개	8 소비자보호 민원 감축(16)	민원감축, 소비자보호 관점의 민원처리시스템
	9 소비자보호 실태평가 점검(10)	소비자보호 실태평가 점검(정책 방향과 연동 과제 지속 발굴)
	10 금융소비자 정책 종합계획 이행 점검(3)	금융소비자 정책 종합계획 이행 점검 (정책방향과 연동과제 지속 발굴)

신한카드사는 보다 체계적인 금융소비자 보호 활동을 위해 사전점검-VOC(고객의 소리)수집-사전예방-업무개선-사후관리-Feedback으로 이어지는 소비자 보호 프로세스를 정립하였습니다. 이를 통해 금융소비자의 요구사항을 경영활동에 적극 반영하고, 소비자 불만의 예방 및 신속한 사후구제가 이루어질 수 있도록 하였습니다. 또한 소비자보호 회의체 운영, 임직원 소비자보호 교육 등 금융 소비자보호를 위한 전사적 인식 제고와 역량 강화에 힘쓰고 있습니다.

신한금융투자는 금융사기 근절을 위한 임직원 교육 및 시스템 구축 등을 통해 금융사기에 대한 엄격한 모니터링을 실시하고 있습니다. 또한 표준투자권유준칙에 따른 상품판매 숙지 및 사전 민원 예방을 위해 지점별 롤플레이팅을 진행하고 있으며, 완전판매점검 대상 상품을 확대하여 2015년 총 35,486건의 해피콜을 실시하였습니다.

신한생명은 2015년 '소비자보호시스템(CPS)' 을 오픈하여 소비자 보호 업무 처리를 고도화하고, 사용자의 편의성을 제고하였습니다. 또한 '소비자보호의 날' 을 제정하여 현장 교육방송, 소비자보호 리포트 발행 등으로 임직원들의 소비자보호 인식을 강화하고, 완전판매 정착을 위한 무결점 영업 추진의 일환으로 품질지수 운영 및 우수지점 시상을 진행하고 있습니다.

신계약 예측유지율 시스템

신한생명은 보험업계 최초로 고객 속성분석을 통해 신계약 예측유지율 시스템을 개발하였습니다. 이 시스템을 활용하여 신계약 체결 전 직업, 연령, 기존계약 이탈 여부, 보험계약 체결시점 등 보험 계약자의 속성을 분석하여 미래의 유지율을 예측하고, 예측 결과에 따라 고객의사를 재확인하고 해피콜을 차별화하는 등 고객 중심의 영업 프로세스를 구축하였습니다. 이를 통해 불건전한 보험계약 유입을 차단하고, 보험회사의 주요 경영 지표인 유지율을 제고할 수 있으며 고객의 민원 감축에 큰 영향을 미칠 것으로 기대하고 있습니다.



고객가치 • 중복보장, 납입능력 등 계약의 적합성 수준을 분석하고 사전에 점검할 수 있어 고객에게 맞는 상품 제시

신한가치 • 계약의 질적 수준을 객관적으로 확인하고, 유의 계약에 대한 사전인지로 양질의 계약 확보 및 이를 통한 수익성 개선과 회사 가치 제고

사회가치 • 양질의 계약 중심의 영업문화 전파로 보험산업의 건전한 성장에 기여

고객만족도 제고

신한은행은 2015년 품격 있는 CS 문화를 확산하기 위한 '身言書判' 캠페인을 연중 실시하여 분기별 테마 활동을 선정 및 추진함으로써 현장의 CS 실천력을 강화하였습니다. 또한 정기적인 고객만족도 조사를 통해 그 결과를 경영진 및 영업점 평가지표로 활용 중이며, 부진 요소에 대한 집중적인 개선활동을 추진하고 있습니다.이 외에도 지역본부 내 CS 관련 교육, CS 부진 영업점 방문 등 실질적인 CS 강화 활동을 담당하는 현장지원 CS RM을 운영하여 영업 현장의 서비스 품질 향상에 기여하고 있습니다. 또한 2015년에는 영업점의 체계적인 CS 관리를 위해 기존 CS 시스템을 업그레이드한 '종합 SCALE시스템' 개발을 완료하여, 영업점 직원의 사용 편리성을 대폭 향상시키고, CS 평가 결과의 제공 자료 확대 및 통계 분석 기능을 강화함으로써 서비스 품질 제고를 위한 활용도를 한층 높였습니다.



신한은행, '身言書判' 캠페인 활동

신한카드사는 업무개선 효과가 탁월하고 잠재적 리스크 예방 효과가 높은 고객 제안을 선정, 시상하는 '고객 우수제안 Yes-Reward 제도' 를 운영하고 있으며, 2015년 총 8호 고객을 시상하였습니다. 또한 주요 VOC를 임부서장에게 매일 생생하게 피드백하는 'Daily VOC Report 美주알뚝주알' 제도를 통해 업무개선을 유도하고 전사 소비자보호 활동의 수준을 제고하고 있습니다. 2015년에는 이와 같은 고객만족 성과를 인정받아 공정거래위원회에서 주관하는 소비자중심경영(CCM) 인증에서 신규 인증기업으로 선정되었습니다.



신한카드, CCM 인증 추진 선포식

신한금융투자는 그룹 장기 고객 우대 서비스 및 신한 Tops Club 서비스 등 고객 중심의 다양한 편의를 제공하여 고객만족을 제고하고 있습니다. 또한 VOC를 통해 고객의 문의사항에 대한 상시 대응이 가능하도록 하였으며, 2015년 총 3,219건의 VOC를 접수 및 처리하였습니다.

신한생명은 2015년 모든 경영활동을 소비자 중심으로 구성하고 개선의지를 표명하고자 소비자중심경영(CCM) 선포식을 개최하고, 소비자보호를 위한 헌장을 제정하였으며, 공정위 주관의 소비자중심경영(CCM)인증에서 신규 인증기업으로 선정되었습니다. 이 외에도 VOC를 활용한 제도개선 활성화 추진, 고객만족도 조사 등을 실시하여 고객중심 경영을 적극 실천하고 있습니다.

고객만족도 조사 결과

		2013	2013	2015	순위
신한은행	KS-SQ(한국표준협회)	73.4	72.7	74.7	1위
	KCSI(한국능률협회컨설팅)	74.4	75.9	76.9	1위
	KSQ(한국능률협회컨설팅)	92.0	94.0	93.0	1위
	GCSI(일본능률협회컨설팅)	71.9	72.8	72.9	1위
	NCSI(한국생산성본부)	75.0	75.0	76.0	1위
신한카드	KCSI(한국능률협회컨설팅)	75.1	74.0	74.5	1위
신한생명	GCSI(일본능률협회컨설팅)	-	-	70.3	1위

이와 함께 신한금융그룹은 고객 가치 향상을 통해 따뜻한 금융을 실천하고자 각 그룹사별로 다양한 고객패널제도를 운영하고 있습니다.

신한카드는 소비자보호 자문단/따뜻한 금융 서포터즈 패널/따뜻한 금융 온라인 패널 등 고객의 특징별로 패널단을 세분화해 구성하고, 그에 따른 맞춤형 채널을 운영하여 고객의 니즈를 파악하기 위한 보다 전략적인 접근이 가능하도록 하였습니다.

신한생명 고객패널단은 미스터리쇼핑, 보험 서비스 체험, 신상품 모니터링 등의 활동과 함께 정기간담회를 통해 제도 및 서비스 등의 개선점을 적극 제안하여 고객 관점의 업무 추진에 기여하고 있습니다.

개인정보보호

신한금융그룹은 2015년 그룹 정보보호 컴플라이언스 체계를 업그레이드 하였으며 그룹사별 자율점검 프로세스를 구축하였습니다. 또한 그룹의 보안문제 기능 및 정보보호 공동서비스를 확대하여 보안수준을 향상시켰으며, 내부 직원의 보안사고 방지를 위한 내부통제 이상징후 탐지체계를 수립하였습니다.

금융소비자 정보보호 활동체계



신한은행은 고객정보보호 관련 법률·제도를 적극 준수해 자체 정보보호 컴플라이언스 기준을 마련했으며, 보안 위협요소에 대비한 사전 대응훈련 및 탐지·통제시스템 구축 등을 통해 고객정보보호 관리 수준을 제고하고 있습니다. 또한 문서 반출 시스템 구축으로 고객정보의 외부 유출에 대한 모니터링을 강화하고, 전직원 맞춤형 교육, 영업점·본부서 현장 점검 및 평가 반영 등 전방적인 고객정보보호 의식 강화에 힘쓰고 있습니다.

신한카드는 내부통제 수준 제고를 위해 보안 모니터링 조직을 확대하고, ICT 보안 인프라 강화, 정보유출/침해사고 리스크 진단 등 침해사고 예방 체계를 강화하였습니다. 또한 정보반출 승인시스템을 개발하고, 보안 위험 사전 대응능력 강화를 위해 정보보호 이상징후 탐지체계를 구축하여 보안위험 시나리오 및 시스템 구성방안을 수립하였습니다. 이와 같은 엄격한 정보보호 활동을 통해 대외 정보보호인증(ISMS)을 획득하여 대외적인 객관성을 확보하고, 최근 인증 트렌드에 선제적으로 대응하고 있습니다.



신한카드, 정보보호관리체계 ISMS 인증

신한금융투자는 개인정보의 체계적인 관리를 위해 2015년 정보보호본부를 신설하여 개인정보 관리를 일원화하고, 내부통제 체계를 강화하였습니다. 더불어 정보보호와 관련된 다양한 사내 홍보물 게시 및 주기적인 교육을 통해 임직원의 정보보호 인식을 제고하고 있으며, 개인정보 처리 위탁업체와 제3자 제공업체에 대한 관리 감독을 강화하여 고객정보의 유출을 사전에 차단하고 있습니다.

향후 계획

신한금융그룹은 급변하는 대내외 환경에서 정보보호 신기술 및 최신 보안 위협에 대해 선제적으로 대응하기 위해 그룹 정보보호 체계 역량을 지속적으로 업그레이드할 예정입니다. 이를 위해 최신 보안위협을 분석하고, 그룹 컴플라이언스 점검을 지속적으로 강화하여 고객이 안심하고 거래할 수 있는 금융그룹의 위상을 더욱 공고히 할 수 있도록 노력하겠습니다.

신한은행은 고객 좌담회 정례화 및 다각적 고객 의견 수집을 통하여 Insight를 발굴함으로써 고객 지향적인 CS 강화를 위한 대고객 소통 강화에 주력하겠습니다. 또한 2016년부터 비대면 채널에 대한 정례적 Tracking 조사를 신설하고, 기존 비대면 채널 경쟁력 조사를 지속적으로 병행 실시하여 비대면 채널 서비스 경쟁력 강화에도 기여하겠습니다.

신한카드는 고객불만 발생 전 전사적 업무 프로세스 점검 및 개선을 중점적으로 추진하고, 빅데이터/비정형데이터 분석 등을 적극 활용하여 고객의 숨은 니즈까지 사전적으로 대응할 계획입니다. 더불어 중장기적 법률 리스크 최소화, 개인정보 처리 안정성 확보, 선제적 보안 리스크 대응 등 Top Class 수준의 정보보호 체계를 구축하여 대내외 신뢰도를 제고하고 비즈니스 연속성을 확보할 계획입니다.

신한금융투자는 고객 패널 운영의 효과성을 제고하기 위해 구체적인 세부 주제를 선정하고, 외부 조사 기관의 자체 기획조사 참여 등 고객의 심층적인 니즈를 이끌어내는 조사 채널을 활용할 계획입니다. 또한 2016년 전략 목표인 '전사적 정보보호 문화 형성을 위한 전방위 리딩' 실현을 위해 내부통제를 강화하며, 사이버 범죄 예방 및 대응 수준을 제고하여 보다 신뢰받는 금융회사가 되도록 노력하겠습니다.

신한생명엔 고객중심 경영 관리 강화를 통해 소비자보호 체계 업그레이드를 추진할 예정이며, 내부적으로는 품질지수 강화를 통해 완전판매 문화 조성 및 고객중심경영을 실천해 나갈 예정입니다. 더불어 소비자보호 교육 및 정보제공 활성화를 추진하고 VOC를 활용한 제도개선 활성화 등으로 고객가치 창출에 힘쓸 계획입니다.