

오른길로 향하다

2015 KB금융그룹
지속가능경영보고서



오른길로 향하다

KB금융그룹은 국내 금융시장을 선도하고 사회적 기업으로서의 책임을 다하기 위해 '오른길'을 가기 위한 노력을 지속해 왔습니다. KB가 향하고자 하는 '오른길'은 옳은 길(Right way) 그리고 오르는 길(Ascending way)을 의미하며, 2015 KB금융그룹 지속가능경영보고서를 통해 오른사업, 오른금융, 오른동행의 관점에서 그 방향성과 노력에 대해 이해관계자 여러분과 소통하며 변화의 길을 개척해 나가고자 합니다.

Contents

- 02 Letter from CEO
- 04 Company Profile
- 06 KB의 오른길

오른사업



- 10 핀테크와 사업 역량 강화
KB가 이끄는 편리한 세상
- 16 브랜드 가치 관리
KB가 쌓아가는 고객의 신뢰

오른금융



- 22 고객 중심 경영
KB가 지키는 기본과 원칙
- 30 환경·사회 책임 금융
KB가 함께하는 깨끗한 세상

오른동행



- 36 함께하는 금융
KB가 나누는 희망

Appendix

- 42 계열사 정보
- 54 지배구조
- 56 리스크 관리
- 59 이해관계자 참여
- 60 보고 내용의 결정
- 62 Performance Summary
- 69 제 3자 검증의견서
- 70 GRI Content Index

About this report

KB금융그룹은 KB국민은행에서 발간해온 지속가능경영보고서를 2012년부터 그룹 차원으로 확대하여 매년 발간하고 있습니다. KB금융그룹은 지속가능경영보고서를 통해 지속가능경영 활동과 성과를 투명하게 공개하고 앞으로 나아갈 방향을 이해관계자들과 함께 공유하고자 합니다.

보고 기간

본 보고서는 KB금융그룹의 2015년 1월 1일~12월 31일을 기준으로 작성되었으며, 일부 중요한 이슈에 대해서는 2016년도 상반기까지의 성과를 포함하여 보고하였습니다. 필요한 경우 시계열에 따른 추이를 보여주기 위하여 최근 4개 회계연도(2012년 1월~2015년 12월)의 데이터를 활용하였습니다.

보고 범위

본 보고서는 KB금융그룹(지주 및 12개 계열사)의 지속가능경영 활동 내용을 담고 있으며, 보고범위는 본사 및 국내 전 지점을 포함합니다. 특히, 계열사별 페이지를 구성함으로써 그룹과 계열사별 활동 성과를 균형 있게 다루었습니다.

작성 및 검증기준

본 보고서는 GRI G4 가이드라인을 기준으로 작성되었으며 보고 수준은 'Core'입니다. 보고 주제를 선정하기 위해 중대성 평가를 실시하였으며, 중점 이슈는 5개 섹션으로 나누어 상세히 다루고 있습니다. 보고 내용의 신뢰성 제고와 품질 향상을 위해 제3자 검증기관을 통해 검증을 받았으며 그 결과는 검증의견서에 수록되어 있습니다.

Letter from CEO

“오른길을 향한 새로운 여정,
KB가 시작합니다.”



KB금융그룹 윤종규 회장

2015 Highlights



저희 KB금융그룹을 변함없이 아껴 주시고 성원해 주시는 고객님들과 주주 여러분, 그리고 모든 이해관계자분들께 고개 숙여 감사의 말씀을 드립니다. 다섯 번째 발간하는 KB금융그룹 지속가능경영보고서를 통해 인사드리게 되어 기쁘게 생각합니다.

돌이켜보면 지난 2015년 한 해는 KB금융그룹이 고객과 주주 여러분께 신뢰받는 금융그룹으로 거듭날 수 있도록 혼신의 힘을 기울이는 한편, 그룹의 미래를 위한 준비에 매진했던 기간이라 생각합니다. KB손해보험을 새로운 가족으로 맞이하여 고객 여러분께 드릴 수 있는 금융서비스의 영역을 넓히고 그룹의 균형 있는 사업 포트폴리오를 구축하였으며, 나라사랑카드 사업자 선정과 은행, 증권, 손해보험, 생명보험이 참여하는 복합점포 출범을 통해 종합 금융백화점으로서 여러분께 새로운 서비스와 더 나은 가치를 제공할 수 있는 기반을 마련하였습니다.

최근에는 현대증권 인수를 성공적으로 마무리함으로써 비은행 부문 사업 보강은 물론, 자산과 고객규모 면에서도 국내 최대 종합 금융그룹의 위상을 공고히 할 수 있게 되었습니다. 이를 바탕으로 저희 KB금융그룹 3만 여 임직원 모두는 도전과 혁신을 통해 1등 KB가 되는 재도약의 전환점을 만들어 나갈 것입니다.

존경하는 이해관계자 여러분, KB를 둘러싼 대내외 여건은 여전히 녹록하지 않은 상황입니다. 세계 경제는 주요국의 불확실성이 상존하고, 국내 경제도 가계부채 부담과 수출 부진으로 뚜렷한 회복세를 확신하기 어려운 상황입니다. 수 없이 많은 도전의 파도가 KB를 기다리고 있을 것입니다. 그럼에도 불구하고 저희 KB금융그룹은 No.1 KB를 향한 발걸음을 결코 중단하지 않을 것입니다. 계열사별 핵심 경쟁력을 바탕으로 그룹의 시너지를 창출하고 모든 사업 부문에서 1등 KB를 만들어 나가고자 다음과 같은 사항을 중점적으로 추진하도록 하겠습니다.

첫째, 새롭게 변화하는 금융 패러다임에 선제적으로 준비하여 First Mover로서 시장을 선도해 나갈 것입니다. 자금결제, 보안, 빅데이터와 같은 핀테크 영역은 물론, 자산관리와 CIB 같은 그룹의 미래 성장동력을 확충하고 계열사마다 새로운 수익원을 찾는 노력을 기울이지 않겠습니다.

둘째, 고객께서 만족하실 수 있는 종합적인 서비스를 제공함으로써 지속성장의 기틀을 마련하겠습니다. 스마트금융의 역량을 강화하고 복합점포의 시너지를 확대해 나가는 노력을 통해 KB의 변화와 혁신을 추진해 나가겠습니다.

셋째, 기업시민으로서의 사회적 책임을 충실히 이행하는 진정한 국민의 평생 금융파트너가 되었습니다. 철저한 윤리 의식을 바탕으로 고객님들의 자산을 안전하게 보호하고 키워 드림은 물론이며 일자리 창출, 서민금융 지원, 소외계층을 위한 나눔 활동 등 KB의 손길이 닿는 곳마다 행복과 희망이 싹들 수 있도록 노력하겠습니다.

KB의 이러한 노력들이 이해관계자 여러분들의 신뢰로 이어지기 위해서는 무엇보다 변화의 지향점이 중요하다고 생각합니다. KB가 추구하는 변화의 방향은 언제나 고객과 주주를 비롯한 모든 이해관계자를 향해야 할 것입니다. 우리는 그 길을 '오른길'로 표현하고 끊임없이 '우리가 가는 길이 오른길인가?'라고 스스로에게 묻겠습니다. 그리고 변함없는 믿음으로 '오른길'의 여정을 이어가겠습니다. 앞으로도 '오른길'을 향한 지속가능경영으로 고객과 국민의 가치 증진에 기여하기 위해 노력하는 저희 KB금융그룹에 여러분의 많은 관심과 아낌없는 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

2016년 6월 KB금융그룹 회장

윤종규

Company Profile

오른길을 향한 기업 KB금융그룹

| | |
|---------|-----------------------|
| 기업명 | KB금융그룹 |
| 대표이사 | 윤종규 |
| 본사 위치 | 서울시 중구 남대문로 84(을지로2가) |
| 총 종업원 수 | 28,780명(임원 및 계약직 포함) |
| 총 자산 | 329,065,467백만 원 |
| 매출액 | 22,233,276백만 원 |
| 영업이익 | 1,821,134백만 원 |

KB금융그룹은 금융산업의 글로벌화 가속, 전통적 은행업무의 수익성 감소, 자본시장법 도입에 따른 자본시장 확대, 종합금융 서비스에 대한 필요성 증대 등 급격하게 변화하는 금융환경에 대응하고자 2008년 9월 29일 주요 계열사 주식의 포괄적인 이전방식으로 (주)KB금융지주를 설립하였습니다. KB금융그룹은 2015년 12월 말 기준으로 그룹 총자산 329조 원을 달성하고 국내 최대 고객 수와 지점망을 갖춘 종합금융그룹으로 자리매김하였습니다.

비전과 전략

KB금융그룹은 '아시아 금융을 선도하는 Global 금융그룹'이라는 비전 아래 Asia Top 10, Global Top 50으로 도약하기 위한 단계별 전략 목표를 수립하였습니다. 2017년까지 차별적 경쟁우위를 확보하여 국내 리딩금융그룹의 초석을 다지고, 안정적 자산성장과 그룹 포트폴리오 개선을 통한 수익성장으로 2020년까지 국내 금융시장에서의 리더십을 회복하겠습니다. 이를 통해 2023년까지 아시아 금융시장을 선도하는 기업이 될 수 있도록 그룹의 역량을 한데 모으고자 합니다.

계열사

KB금융그룹은 2015년 6월 LIG손해보험을 인수함으로써 KB금융지주 산하에 KB국민은행, KB손해보험, KB국민카드, KB투자증권,

2015년 12월 31일 기준

| | |
|--------------------|---|
| 당기순이익 | 1,727,306백만 원 |
| 본점 및 지점 수 | 1,602개(국내 1,573, 해외 29) |
| 고객수 | 3,228만 명(KB금융그룹 고객 수) |
| 주요주주 및 지분율 | 국민연금공단(9.20%), JP MORGAN CHASE BANK ¹⁾ (8.07%), Saudi Arabian Monetary Agency(3.41%) |
| 신용등급 ²⁾ | Moody's A1, Standard & Poor's A |

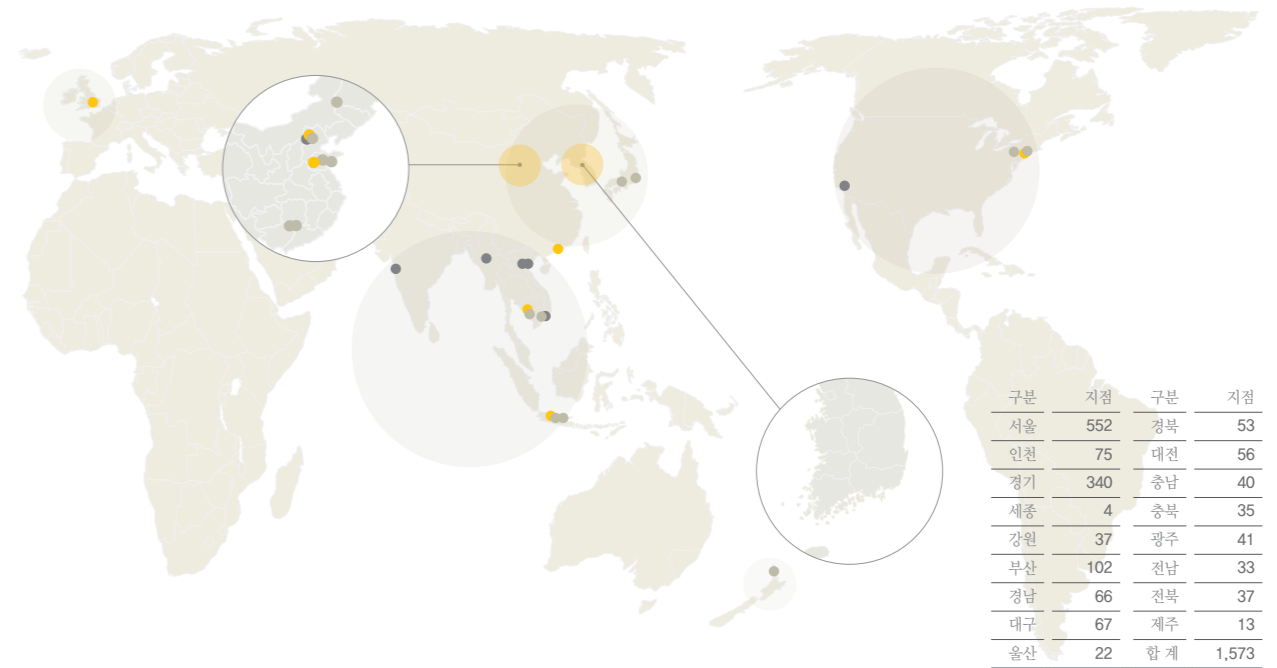
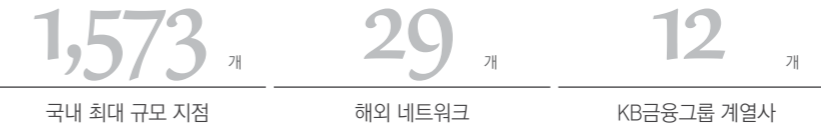
주 1) JP MORGAN CHASE BANK는 DR에탁기관으로 의견권은 각각의 DR 소지자에게 있음.
2) KB국민은행 장기신용등급 기준임.

KB생명보험, KB자산운용, KB캐피탈, KB저축은행, KB부동산신탁, KB인베스트먼트, KB신용정보, KB데이터시스템을 계열사로 두고 있습니다. 이를 통해 은행, 금융투자, 보험을 포함한 대부분의 금융영역에서 고객에 대한 서비스를 강화하고 계열사 간 협업과 시너지를 확대해 나가고 있습니다.

지점 및 사업장 현황

KB금융그룹은 국내 최대 지점망을 갖추고 있습니다. 전국의 1,500개 가 넘는 영업 채널을 통해 고객들께서 보다 편리한 서비스를 받을 수 있도록 상품과 서비스 역량을 강화해 나가고 있습니다. 아울러 미래 성장동력 확충을 위한 신시장 개척의 중요성이 커지는 만큼 해외시장 진출을 위해서도 노력하고 있습니다. KB금융그룹은 KB국민은행의 종속 회사인 Kookmin Bank Hong Kong Ltd.(홍콩), Kookmin Bank International Ltd.(영국), Kookmin Bank Cambodia PLC.(캄보디아), Kookmin Bank China Ltd.(중국)를, KB손해보험의 현지법인인 Leading Insurance Services, Inc.(미국), LIG Insurance(China) Co.,Ltd(중국), PT. Kookmin Best Insurance Indonesia(인도네시아) 등을 두고 있습니다. KB금융그룹은 기존 해외 네트워크에 대한 체제를 정비하고, 성장성이 높은 아시아 시장을 중심으로 해외 진출을 도모하고 있습니다.

2015 Highlights

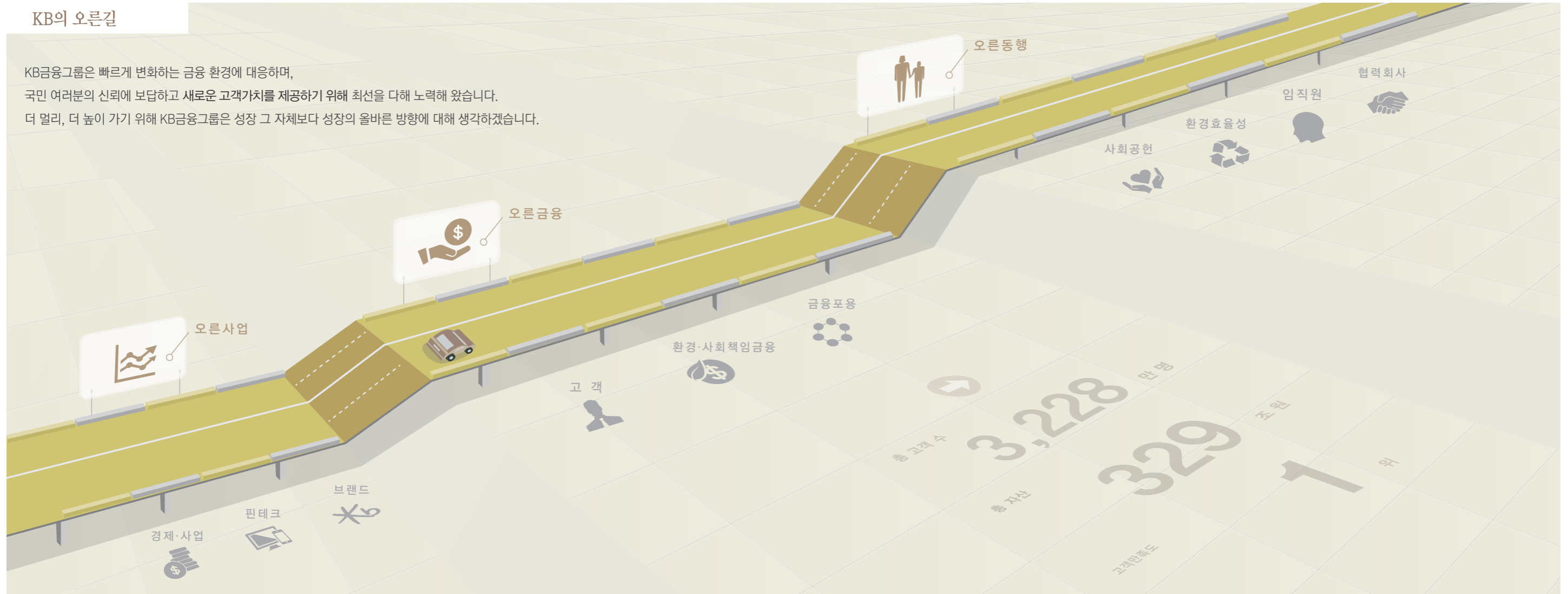


| 사업 부문 | 사업 내용 | 계열사 |
|----------|---|-----------------------------------|
| 은행 부문 | 고객에 대한 여신/수신 취급 등과 이에 수반되는 업무 | KB국민은행 |
| 여신전문업 부문 | 신용카드, 현금서비스, 카드론 등의 영업 및 이에 수반되는 업무 | KB국민카드 |
| | 리스, 할부금융, 대출 등 여신전문금융업 | KB캐피탈 |
| 금융투자 부문 | 투자매매업, 투자중개업, 집합투자업 등과 이에 수반되는 업무 | KB투자증권, KB자산운용, KB부동산신탁, KB인베스트먼트 |
| 보험 부문 | 손해보험 및 생명보험 사업에 수반되는 업무 | KB손해보험 ¹⁾ , KB생명보험 |
| 저축은행 부문 | 상호저축은행법에 따른 서민/중소기업 대상 여신/수신 업무 등 | KB저축은행 |
| 기타 부문 | 신용조사 및 채권추심업, 컴퓨터 관련 기기 및 시스템의 유지보수 등 상기 사업 부문에서 수반되는 지원 업무 | KB신용정보, KB데이터시스템 |

주 1) 2015. 6. 24. LIG손해보험 인수 후 계열사로 편입

KB의 오른길

KB금융그룹은 빠르게 변화하는 금융 환경에 대응하며, 국민 여러분의 신뢰에 보답하고 새로운 고객가치를 제공하기 위해 최선을 다해 노력해 왔습니다. 더 멀리, 더 높이 가기 위해 KB금융그룹은 성장 그 자체보다 성장의 올바른 방향에 대해 생각하겠습니다.



| Key Performance Indicators | | 단위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 | 2018 장기목표 |
|----------------------------|------------------------------|--------------------------|-------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| 오른 사업 | 경제 성과 | 총 자산 | 조 원 | 286 | 292 | 308 | 329 | - |
| | | 영업이익 | 조 원 | 2.4 | 2 | 2 | 1.8 | - |
| | 핀테크 | 온라인 금융고객 가입비율 | % | 56.3 | 60.2 | 66.5 | 68.5 | 72.1 |
| | 브랜드 | 온라인 금융고객 가입비율 | % | 56.3 | 60.2 | 66.5 | 68.5 | 79.4 |
| 오른 금융 | 브랜드 | 브랜드 가치(인터브랜드) | 억 원 | 26,696 | 26,147 | 24,731 | 26,817 | 28,000 |
| | 고객 | 영업점 고객만족도 | 점 | 93.76 | 94.56 | 92.96 | 94.53 | 93.47 |
| | | 국가고객만족도(NCSI) | 순위 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| | 환경 책임 | 환경투자 상품 성과 ¹⁾ | 억 원 | 9,061 | 11,263 | 13,133 | 14,181 | 14,749 |
| 오른 금융 | 상품 및 서비스 | 녹색 여신 규모 | 억 원 | 14,246 | 8,900 | 8,988 | 9,289 | 10,464 |
| | 금융포용 ²⁾ | 저소득/저신용 서민금융 여신상품 규모 | 억 원 | 6,661 | 7,379 | 8,113 | 8,670 | 8,965 |
| | | 저소득/저신용 서민금융 수신상품 규모 | 억 원 | 51 | 4,668 | 9,106 | 16,064 | 16,771 |
| | 중소기업 지원 | KB히트스타 500 여신 규모 | 억 원 | 14,785 | 19,035 | 16,800 | 13,175 | 14,300 |
| 고령 사회 금융 서비스 | 고령 고객 우대 상품 규모 ³⁾ | 억 원 | 1,898 | 2,006 | 40,814 | 45,279 | 49,806 | |

주1) KB자산운용의 운용 상품과 KB계열사 투자상품실적 2) KB국민은행, KB캐피탈, KB저축은행, KB부동산신탁, KB손해보험 포함.
3) KB골드라이프 연금 우대 통장·적금·예금 실적

| Key Performance Indicators | | 단위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 | 2018 장기목표 |
|----------------------------|----------------------|--------------------|---------|---------|---------|---------|------------|-----------|
| 환경 효율성 | 온실가스 배출량 | tCO ₂ e | 139,109 | 136,360 | 130,906 | 176,254 | 배출권 거래제 대응 | 176,000 |
| | 종이 사용량 | ton | 1,186.9 | 1,217.1 | 1,403.5 | 1,540.6 | 1,443.1 | 1,400.0 |
| 직원 | 직원 만족도 | 점 | - | - | 69.3 | 71.0 | 72 | 74 |
| | 직원 1인당 교육 시간 | 시간 | 163 | 127 | 147 | 152 | 155 | 160 |
| 협력회사 | 사회적 배려 채용 | 명 | 125 | 132 | 154 | 144 | 150 | 160 |
| | 협력회사 만족도 | % | 97.4 | 98.3 | 98.5 | 99.2 | 98 | 98 |
| 지역사회 | 공급망 지속가능성 | 개 | - | - | - | 153 | 200 | 300 |
| | 자가 진단 평가 기업 수 | 개 | - | - | - | 153 | 200 | 300 |
| 지역사회 | 그룹 총 기부금액 | 억 원 | 711 | 598 | 521 | 479 | - | - |
| | 경제·금융 교육 수혜 인원(합계) | 명 | 72,551 | 119,273 | 143,149 | 192,549 | 140,000 | 140,000 |
| | 경제·금융 교육 수혜 인원(오프라인) | 명 | 44,952 | 88,534 | 111,161 | 147,413 | 100,000 | 100,000 |
| 지역사회 | 경제·금융 교육 수혜 인원(온라인) | 명 | 27,599 | 30,739 | 31,988 | 45,136 | 40,000 | 40,000 |



오 른 사 업

금융은 IT기술과 융합된 핀테크를 통해 한층 빠르게 변화하고 있고, 그 영역도 더욱 넓어지고 있습니다.
KB금융그룹은 새로운 금융패러다임을 선도하는 상품과 서비스의 혁신을 통해
'No.1 금융그룹'을 향한 도전을 멈추지 않겠습니다.

핀테크와 사업 역량강화
브랜드 가치관리



금융과 기술의 융합, KB가 이끄는 편리한 세상

KB가 서있는 길

최근 IT와 금융의 융합, 핀테크 열풍이 전 세계로 확산되고 있습니다. 세계 모바일 결제 시장 규모는 2017년 7,210억 달러에 이를 것으로 전망되며, 국내에서는 금융위원회가 2015년 IT·금융 융합 지원 방안을 발표하고 금융권 공동 핀테크 오픈 플랫폼을 구축하였습니다.

KB금융그룹은 이러한 변화 속에 핀테크 시장의 사업 기회를 선점하기 위하여 2015년 2월 핀테크 추진 전략을 수립하고 대응 조직을 구축하였으며 송금, 지급 결제, 대출, 자산관리, 인증 등 5개 분야의 핵심 과제를 추진하고 있습니다. 금융지주 자회사의 해외 진출 규제 완화, 계열사 간 업무 위탁, 정보 공유의 유연화, 금융지주 자회사 허용 업종의 범위 확대 등을 골자로 하는 금융지주회사법 시행령 개정안 시행도 미래 수익원 창출의 새로운 계기가 되었습니다. 이에 따라 KB금융그룹은 해외 진출 강화, 계열사 간 융합, 시너지 강화, IB banking 도약, 비은행 부문 수익 확대 등의 사업 전략으로 신성장 동력을 강화하고 있습니다.

KB가 가야할 길

오른길로 향하다



본 섹션은 전략적 중요도 95.8점, 이해관계자 평가 80 점으로 가장 우선순위가 높은 경제 성과와 사업 전략, 전략적 중요도 87.5점, 이해관계자 평가 79.1점으로 우선순위가 두 번째인 핀테크 관련 내용을 다루고 있습니다.

| Key Performance Indicators | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 |
|----------------------------|-----|------|------|-------|-------|---------|
| 온라인뱅킹 가입고객 비율 | | 56.3 | 60.2 | 66.5 | 68.5 | 72.1 |
| 스마트폰뱅킹 가입고객 비율 | % | 18.5 | 26.7 | 33.1 | 37.0 | 41.1 |
| 온라인뱅킹 이용고객 비율 | | 31.8 | 32.8 | 34.5 | 34.7 | 34.9 |
| 데이터분석협의회/COP 개최 | 회 | - | - | - | - | 10 |
| KB 앱카드 등록 고객 | 천 명 | - | - | 3,911 | 4,984 | 5,984 |
| 중장기 사업 전략 그룹 비은행 사업 비율 | % | 22.8 | 24.2 | 25.1 | 27.7 | 30.0 |

"IT의 비약적인 발전으로 보다 많은 금융 소비자들이 쉽고 빠르고 간단하게 금융 서비스의 혜택을 누릴 수 있게 되었습니다. KB금융그룹은 2003년 세계 최초로 금융칩 기반 모바일 뱅킹 서비스를 선보였으며 2015년 업계 최초로 모바일 뱅킹 고객 수 1,000만 명을 돌파하였습니다. 새롭게 진화하는 금융 산업에서 KB금융그룹은 퍼스트 무버(First Mover)가 되도록 노력할 것입니다."

핀테크 시대의 퍼스트 무버(First Mover)

미래 금융의 시작, 핀테크

그 동안 IT는 금융 산업이 빠르고 편리한 서비스를 제공하는 데 보조적인 역할을 해왔습니다. 그러나 기술의 급속한 발전에 따라 IT는 단순히 금융 거래의 효율성을 향상시키는 역할을 넘어 기존에 불가능했던 서비스를 가능하게 하고 새로운 금융 사업 모델을 창출하는 혁신을 이루고 있습니다. 대표적인 예로 은행 계좌 보유율이 낮은 케냐에서 모바일 금융서비스(M-Pesa)를 통해 휴대 전화로 돈을 거래 할 수 있게 되었고, 기존 금융 시스템에서는 높은 금리를 부담해야 했던 저신용 금융 소비자가 은행과 같은 금융 중개 기관을 거치지 않고 직접 온라인 플랫폼을 통해 다른 개인과 자금을 거래 할 수 있게 되었습니다.

이처럼 금융(Finance)과 기술(Technology)의 합성어인 핀테크(Fin-Tech)는 기존 금융의 IT 활용과는 차별화되며 적은 비용으로 쉽고 편리하게 누릴 수 있는 고객 중심의 금융 서비스 혁신을 의미합니다.

금융의 IT활용과 FinTech의 차별점

| | 금융의 IT활용 | FinTech |
|--------|-----------------------|-----------------------|
| 주체 | 금융회사 | IT사업자 |
| 핵심가치 | 안정성, 효율성 복잡하다 | 편리성, 차별성 쉽고 빠르다 |
| IT역할 | 업무지원/개선Tool | 핵심 프로세스 수행 |
| 대면채널 | 핵심채널 직원의 상담역량 필수 | O2O* 확장 통합가능 |
| 비대면 채널 | 대면채널 보조 불편하다 | 핵심채널 맞춤형 상품제안 필수 |
| 상품 | 표준화된 상품/서비스 비슷비슷하다 | 대안적 상품/서비스 새고 유리하다 |
| 규제 | 제도 + 기술/보안 규제 까다롭다 | 기술/보안 편리하다 |

* O2O: online to offline

이제 핀테크는 단순 지불과 소비자 신용 결제가 주를 이루는 1.0 시대에서 IoT(Internet of Things, 사물 인터넷), 스마트 데이터 등을 기반으로 하는 핀테크 2.0 시대로 진화하고 있습니다. 금융 기업과 기술 기업이 단순한 경쟁 구도에서 벗어나 공동의 노력을 기울여 새로운 가치를 창출하는 시대에 들어선 것입니다. KB금융그룹은 이에 따라 기술 기업과의 상생, 협업을 통해 경쟁력을 강화함으로써 '고객 중심의 스마트 금융'을 이루고자 합니다.

KB 핀테크 전략

KB금융그룹의 핀테크 전략 목표는 외부 핀테크 기업과의 IT 연계를 통해 사업의 디지털화를 추진함으로써 국내 핀테크 산업의 수직적 혁신을 이루고 이를 기반으로 글로벌 시장을 확장해가는 것입니다. 2015년 2월 '혁신적인 상품·서비스 개선을 통한 핀테크 수준의 고객 경험 창출', '핀테크 Start-up과 동반성장하는 상생의 생태계 구축', '인터넷전문은행과의 효율적인 파트너십 구축'을 전략 방향으로 설정하였으며, 송금, 지급 결제, 대출, 자산 관리, 인증 등 5개 분야의 핵심 과제를 꾸준히 추진해 나가고 있습니다.

KB국민은행은 '미래 금융 성장 동력 발굴'을 목표로 신기술 사업을 추진하고 있으며 2016년에는 '이(異)업종 협업 신사업 모델 개발', '신기술 신디바이스 대응 서비스 구현', '표준 API 개발을 통한 뱅킹 모듈화 기반 구축'을 핀테크 추진 전략으로 수립하였습니다.

KB국민카드는 '3-One 전략(One Card, One Click, One Strategy)'을 통해 결제 시장의 변화에 대응하고 있으며, 특히 삼성페이 등 간편 결제 서비스를 중심으로 다양한 관련 상품을 선보인 바 있습니다.

KB국민은행 핀테크 중점 과제

| 구분 | 중점과제 |
|---------|---|
| 인증/보안 | 비대면 실명 확인 도입, 생체 인증 도입, 스마트 OTP HSM 기반 공인인증 서비스 |
| 송금 | 핀테크 기반 외화 송금 서비스, 간편 송금 서비스 고도화, 제휴 서비스를 통한 지원 지속 |
| 대출/자산관리 | 핀테크를 활용한 비대면 대출 프로세스 개선, 데이터 분석 및 개인화를 통한 맞춤형 상품 제안 |
| 특화서비스 | 생활 속 핀테크 플랫폼 개발, 핀테크 제휴 서비스 강화, 인터넷전문은행의 성공적 론칭 지원 |
| 기타 | 태블릿 PC를 활용한 업무 개선, 지점 내 비콘(BEACON) 서비스 운영 등 |

핀테크 추진 체계

KB금융그룹은 핀테크 전략의 효율적 실행을 위해 지주 내 전담부서를 신설하였으며 'KB핀테크HUB센터'를 구축하여 핀테크와 계열사 간 연계를 강화하는 한편, 핀테크 생태계 조성을 위한 프로그램도 운영하고 있습니다.

KB국민은행은 2015년 1월 스마트금융부 내 핀테크사업팀을 신설하여 관련 신규 사업을 발굴하고 기업간 제휴와 지원을 담당하고 있습니다. 또한, 2015년 12월 조직 개편을 통해 미래채널분부를 독립그룹으로 격상하고 스마트전략부를 신설하여 핀테크 관련 사업과 지원 체계를 강화하고 있습니다.

편리한 생활을 만드는 핀테크



기술과 포용의 접점

핀테크를 통한 새로운 금융은 상대적으로 소외되었던 지역이나 고객층의 금융평등을 실현할 수 있는 패러다임이라 할 수 있습니다. 은행 지점 수, ATM 수 등 물리적 기준으로 평가시 국내 금융포용의 수준은 OECD 평균에 뒤처지지 않습니다. 그러나 지점이 수도권에 집중되어 있고 영업시간이 제한적이다 보니 기존의 아날로그적인 방식으로는 금융 서비스의 사각지대 해소에 한계가 있는 것이 사실입니다. 따라서 핀테크를 통해 영업점을 직접 방문하지 않고도 계좌 개설, 대출 신청, 금융 상품 가입이 가능한 인프라를 구축한다면 이는 KB금융그룹 지속가능 성장의 밑바탕이 될 것입니다. 또한 물리적 수준 뿐 아니라 소득 측면에서 금융 소외계층의 접근성을 높이는 것도 중요합니다. KB금융그룹은 소액의 자금으로도 낮은 수수료로 PB 수준의 자산관리를 받을 수 있도록 로보 어드바이저(robo-advisor) 서비스 도입과 새로운 자산 관리 플랫폼을 검토, 개발하고 있습니다. 유망한 기술을 가지고 있지만 자금이 부족한 Start-up 기업고객을 위해서는 핀테크 Start-up 투자 프로그램을 운영함으로써 클라우드펀딩 플랫폼을 통해 일반 투자자에게 직접 투자를 받을 수 있도록 하고 있습니다.

기술 금융 투자 확대

KB금융그룹은 클라우드펀딩 기업인 오픈트레이드(OpenTrade)와 제휴하여 핀테크 Start-up 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 클라우드펀딩 플랫폼을 통해 일반 투자자로부터 투자 청약과 받고 목표액을 달성하였을 경우 동일한 금액에 대해 KB투자증권이 매칭투자하는 방식으로 청약절차가 진행됩니다. 이러한 방식은 국내에서 처음 시도되는 것으로 매출 실적이나 보유 기술만으로는 평가가 어려운 Start-up 투자에 클라우드펀딩의 집단 지성을 적용하여 사업성을 검증하고 매칭 투자하는 신개념 투자 모델입니다. 클라우드펀딩법 시행과 동시에 KB금융그룹은 와이즈케어, 와이즈모바일, 모비틀, 더페이 등 4개의 핀테크 Start-up을 선정하여 일반 투자자로부터 청약과 받는 절차를 진행하고 있습니다. KB투자증권은 매칭 투자 기준을 만족한 와이즈케어, 와이즈모바일에 대해 투자 청약과 대금 납입을 마쳤으며, 최종 클라우드펀딩 결과에 따라 각 기업에 대한 지분 취득을 확정하게 됩니다. 이는 벤처캐피탈 이외에 국내 금융권에서 클라우드펀딩을 통해 기업 지분 취득을 추진한 첫 사례입니다.

KB손해보험은 2015년 9월 오픈소스 하둡(Hadoop)을 구축하고 이를 기존의 데이터웨어하우스(Data Warehouse)와 연계하여 대용량 데이터를 분산 병렬 처리하는 파일럿 프로젝트를 진행하였습니다. 하둡은 기존 방식으로는 처리하기 힘든 대용량 데이터를 저렴한 비용으로 처리할 수 있는 효과적인 분산 파일 시스템입니다. 이와 같은 빅데이터 분석 기반의 의사결정 환경 구축으로 장기보험 손해율 시스템 로그 등의 데이터 처리 능력이 크게 향상되었습니다. 2016년에는 분석 환경을 고도화하여 다양한 사업 영역에서 빅데이터 분석 기반 인프라를 활용할 수 있도록 할 예정입니다. 또한, 2015년 상반기 태블릿 전자 서명 시스템 사용성 개선 활동을 통해 2015년 8월, 업계 전자 서명 활용률 1위를 달성하였습니다. 2016년에는 보험설계사 외에 방카 BA, 영업 관리자 등 여러 업무 영역에서도 태블릿 PC 활용을 늘리도록 신규 콘텐츠 제공을 지속하는 등 스마트 워크를 전사적으로 확대해 나갈 계획입니다.

KB국민카드 역시 ICT기업과의 전략적 제휴로 다양한 신규 서비스를 출시하며 이용금액을 증대시키고, 업계 최초로 가상 화폐 전환 서비스를 제공하는 등 핀테크 시장을 선점하고 있습니다. 앱 안심 인증, ISP내 NFC 인증, Good Touch 등 이용 안전성을 강화한 인증 서비스를 개발·도입하였으며 2016년에는 생체 인증, 앱 카드 인증 등 KB국민카드만의 차별화된 인증 서비스를 제공할 계획입니다. 이와 더불어 고객 중심 경영을 위한 인프라 구축 차원에서 콜센터 상담 시 녹취되는 VOC 데이터, 모바일 홈페이지 앱 방문 시 기록되는 로그 데이터, SNS에 남기는 상품 평가 및 사용 후기 등의 텍스트 데이터인 Buzz 데이터 등 비정형 빅데이터를 수집·분석하고 있으며 이를 통해 비대면 채널 고객의 불만이나 숨겨진 니즈까지 파악하여 고객이 원하는 맞춤형 상품과 서비스를 제공할 수 있도록 노력하고 있습니다.

핀테크 기반 상품과 서비스

핀테크의 흐름을 타고 금융 환경은 스마트폰 뱅킹 중심으로 변화하고 있습니다. KB국민은행은 2015년 종이 통장이나 출금 카드 없이 창구 출금 거래가 가능한 서비스를 시작하였습니다. 인감 대신 KB스타뱅킹을 통해 창구 출금 인증번호를 생성함으로써 이용 가능한 서비스입니다. 또한, 기존 보안매체에 비해 휴대성과 보안성이 향상된 스마트 OTP(One-Time Password, 일회용 비밀번호 생성기) 카드를 국내 금융권 최초로 출시하였으며, KB 외화 기프트콘 서비스, 간편 송금 서비스, 금융권 최초로 Active X가 필요 없는 웹 표준 방식(HTML5) 인터넷 뱅킹을 구현하여 고객 편의를 제고하였습니

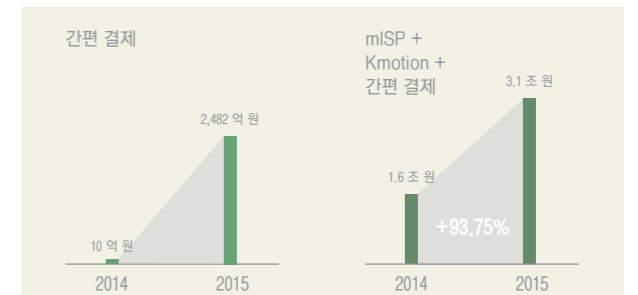
다. 한편, 2016년에는 비대면 실명 확인을 통한 계좌 개설과 인터넷 뱅킹 신규 서비스를 시행하였으며, 은행권 최초로 데이터 기반 알림 기능을 활용한 자체 메시지 발송 시스템을 구축하여 고객 커뮤니케이션을 위한 모바일 기반 플랫폼을 확충하였습니다.



KB손해보험은 2015년 다이렉트 자동차 보험 모바일 가입 플랫폼을 오픈하여 온라인 매출 증대 기반을 구축하였으며 2016년 다이렉트 자동차 보험으로 온라인 보험시장에 진출하였습니다. 기존 자동차 산출 기능을 추가하고 장기 상품과 일반 상품 라인업을 강화하여 온라인 보험시장 경쟁력을 강화하였으며 온라인 매출 업계 2위 달성을 위해 모든 역량을 집중하고 있습니다.

KB국민카드는 NHN엔터테인먼트, 스타벅스, CGV 등 모바일 특화 핀테크 선도 기업과 제휴하여 스마트폰 기반의 다양한 혜택을 제공하는 KB국민 파인테크(FINETECH)카드와 업계최초로 삼성페이와 연계된 모바일 전용카드 'KB국민 모바일 101카드'를 선보이는 등 다양한 핀테크 결합 상품을 출시하였습니다. 2016년에는 신용·체크·현금·교통카드와 스마트OTP를 하나의 실물카드에 통합한 One Card 플랫폼 기반의 핀테크 상품을 출시할 예정입니다.

KB생명보험은 IT기술 발전과 라이프스타일 변화에 따른 고객니즈를 만족시키고 빠르게 변화하는 보험시장에 대비하기 위해 2015년 7월 온라인 보험 시스템을 구축하여 무배당 KB착한 정기보험, KB국민카드 핀테크 서비스 이용 금액 증대



연금보험, 종신보험, 어린이보험 등 총 4종을 판매 개시하였습니다. KB캐피탈은 모바일 멤버십 카드 운영을 위해 SK플래닛과 전략적 제휴를 맺었습니다. 국내 최대 모바일 전자 지급으로 월 650만 명이 사용하고 있는 ‘Syrup Wallet’을 활용해 고객층을 확보하고, 내구재 할부를 중심으로 서비스를 제공하는 것입니다. SK플래닛 Syrup(시럽) 어플리케이션을 통해 ‘KB캐피탈 멤버스’에 가입하면 간편모바일 할부 약정 및 금융서비스 혜택을 이용할 수 있습니다. KB저축은행은 홈페이지, 인터넷 뱅킹, 대출 사이트 등을 통합, 사용자 중심으로 인터넷 채널을 개선하였고 대출 전용 모바일앱에 수신 기능을 추가하는 등 모바일 채널 서비스도 확장하고 있습니다.

핀테크 기업 지원

‘KB핀테크HUB센터’는 계열사와 핀테크 기술 기업이 직접 접촉함으로써 유기적인 연계를 이루도록 지원합니다. 기술력과 사업성을 갖춘 Start-up을 발굴하여 입주 공간, 투자 연계, 멘토링, 제휴 사업 추진 등 전방위 서비스를 One-Stop으로 지원, 핀테크 산업 발전을 위한 생태계 조성에 앞장서고 있습니다. 2015년에는 150여 개 Start-up과의 면담이 이루어졌으며 사업 모델에 대한 멘토링도 제공하여 10개 기업과의 제휴가 성사되었습니다. 핀테크 Start-up을 집중 육성하는 ‘KB Starters Valley 프로그램’도 신설하였습니다. KB국민은행은 금융위원회가 주관하는 ‘핀테크 지원센터’에서 선정한 기업에게 멘토링을 수행하고 핀테크 생태계를 활성화 시키기 위한 금융 정책과 공동 방안을 마련하기 위해 함께 노력하였습니다. 2015년 8월부터는 금융결제원이 주관하는 ‘금융권 공동 오픈 플랫폼’ 구축 사업에도 워킹 그룹(Working Group)으로 참여하고 있습니다.

KB국민카드도 ‘핀테크 지원센터’에서 ‘인비즈넷’을 소개 받아 2015년 5월 휴대전화 ARS를 이용하여 결제-인증을 진행하는 ‘링투페이’ 서비스를 성공적으로 출시하였고 8월에는 업계 최초로 비트코인¹⁾



거래, 블록체인²⁾ 기술 전문 기업인 ‘코인플러그’와 포인트리-비트코인 전환 서비스를 시행하여 큰 주목을 받았으며 이러한 성과로 스타트업인 코인플러그는 KB인베스트먼트로부터 기술력 등을 인정 받아 15억 원의 투자를 유치하였습니다.

주 1) 비트코인: 온라인 가상 화폐
2) 블록체인: 가상 화폐 거래 중 발생할 수 있는 해킹을 방지하는 기술

중장기 사업 역량 강화

KB금융그룹 중장기 사업 전략

KB금융그룹은 가계 부채증가와 경기 침체 등 잠재적인 리스크 요인에 대비하고 금융 산업의 트렌드와 고객의 금융니즈 변화에 발맞추어 그룹의 전략적 초점을 재정립하였습니다. 5대 전략 방향으로 ‘그룹 핵심 사업 부문의 수익 창출 능력 향상’, ‘고객 니즈와 행동 변화에 대응하는 채널 체계 구축’, ‘비이자 수익 확대를 위한 미래 성장 사업 모델 구축’, ‘글로벌 비즈니스 역량 강화’, ‘경영 관리 체계 강화’를 설정하고 이에 따른 13개 전략 과제를 추진하고 있습니다.

| 비전 | 아시아 금융을 선도하는 글로벌 금융그룹 | | | | |
|-------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------|----------|
| 2017년 전략 목표 | 차별적 경쟁 우위 확보를 통한 리딩 금융 그룹 초석 마련 | | | | |
| 전략 방향 | I. 그룹 핵심 사업 부문의 수익 창출 능력 향상 | II. 고객 니즈와 행동 변화에 대응하는 채널 체계 구축 | III. 비이자 수익 확대를 위한 미래 성장 사업 모델 구축 | IV. 글로벌 비즈니스 역량 강화 | 해외 진출 확장 |
| | 주요 계열사의 경쟁력 강화 | 오프라인 영업 네트워크 개편 | WM과 CIB 부문의 경쟁력 강화 | | |
| | 여신 포트폴리오의 질적 개선 | 비대면 채널 경쟁력 강화 | 차별화된 연금 서비스 모델 정립 | | |
| | 고객지향 | 전문성 | 혁신성 | 신속성 | 성과 지향 |
| | V. 경영 관리 체계 강화 + 조직·문화의 핵심 가치 | | | | |

비은행 부문 수익 확대

KB금융그룹은 계열사 경쟁력 강화를 통한 시너지 창출에 노력을 기울이고 있습니다. 2015년 6월 KB손해보험(구 LIG손해보험)을 계열사로 편입함으로써 그룹의 사업 포트폴리오가 더욱 다양화되었습니다. 이를 계기로 KB금융그룹은 예금, 펀드, 신탁, 방카슈랑스에서 해상, 화재, 자동차 보험까지 상품영역을 확장하여 토탈 금융 서비스를 제공하는 금융그룹이 되었습니다. 앞으로도 KB금융그룹은 저금리 환경에서도 은행 부문 수익을 보완하면서 계열사간 시너지를 강화할 수 있는 비은행 부문의 사업 포트폴리오를 확대함으로써 자기자본이익률(ROE)을 개선해 나갈 계획입니다.

계열사간 융합 강화

KB금융그룹은 CIB 부문 뿐 아니라 WM(Wealth Management, 자산 관리) 부문에서도 계열사간 융합을 통해 시너지를 창출해 나가고 있습니다. 복합 점포 확대를 통해 WM 원스톱 금융 서비스를 구현하고자 2015년 9월 국내 최초의 ‘은행-증권-손해보험-생명보험’ 복합점포를 선보였으며, 현재까지 16개의 복합점포를 운영하고 있습니다. 상품 분야에서도 계열사간 협업을 강화하여 2015년 6월에는 ‘KB 자동차 금융 패키지’ 상품을 출시하였습니다. 자동차 구입에 필요한 적금, 주유 할인 등 자동차 특화 서비스를 탑재한 카드, 자동차 구입에 필요한 KB캐피탈의 자동차 금융, KB손해보험의 자동차 보험 할인 혜택을 통합한 상품으로 고객들에게 호평을 받고 있습니다.

해외 진출 확장

KB금융그룹은 저성장, 저금리에 따른 국내 시장의 한계를 극복하기 위해 해외 시장에서의 중장기 청사진을 마련하고 있으며, 불안정한 세계 금융시장 환경 등을 고려하여 성장 가능성이 높은 동남아시아 국가에 대한 신규 진출을 신중하게 추진하고 있습니다. 카자흐스탄 BCC(Bank Center Credit)의 경영 정상화에도 전력을 다하고 있으며 그밖의 해외 사업 모델도 재정비할 계획입니다. KB투자증권은 2015년 업계 최초로 중국 주식 거래 서비스를 개시하여 중국 국신증권(HK)과 브로커리지 배타적 업무 제휴 계약을 체결하였으며 KB캐피탈과 KB국민카드는 라오스에 합작회사를 설립하여 향후 현지 자동차 할부 금융 시장을 본격 공략할 계획입니다.

CIB 파트너 역량 제고

KB금융그룹은 2015년 전 계열사 CIB(Corporate & Investment Banking, 기업투자금융)의 컨트롤 타워인 ‘그룹 CIB 위원회’를 조직하였습니다. 이를 통해 각종 제도 개선과 영업 활동을 추진하여 발전소, 도로, 철도 등 사회 간접 자본 건설과 관련한 금융 조달에서 다수의 빅딜(Big Deal)을 유치하였습니다.

| 2015년 CIB 주요 딜 | | |
|------------------------|-----|--------|
| 내 용 | 단 위 | 주선 금액 |
| 코레일 인천공항철도 리파이낸싱 | 억 원 | 16,974 |
| 동두천북합화력발전사업 리파이낸싱 | | 9,500 |
| 부산-거제 연결도로 민간투자사업 브릿지론 | | 3,000 |
| ADT캡스인수금융 리파이낸싱 | | 2,000 |

또한, KB금융그룹은 체계적인 CIB 인력 관리 시스템을 마련하였습니다. 고도의 전문성이 요구되는 IB 업무의 특성을 감안하여 전문직

군 제도를 도입하였으며 성과에 기반한 보상 체계를 갖추었습니다. 역량 수준별 학습 조직(Community of Practice, CoP)과 부동산-투자 부문 관련 자율 소모임을 계열사별로 운영하고 있습니다. ‘KB CIB 사례집’을 발간하여 IB 사업 우수 사례를 공유하고 계열사간 인력 교류를 통해 협업 체계를 견고히 다져가고 있습니다.

Best Practice

인천국제공항철도 민간투자사업

KB국민은행은 ‘인천국제공항철도 민간투자사업’ 재구조화(refinancing) 프로젝트에서 IB기업은행과 공동 금융주간사로서 총 3조4000억원 규모의 신디케이트드 대출 주선을 완료하고, 금융약정을 체결하였습니다. 이번 프로젝트 금융은 규모 면에서 현재까지 국내에서 진행된 프로젝트중 최대 규모일 뿐만 아니라, 중앙정부 차원 최초의 사업 재구조화(refinancing) 프로젝트로 직접 대출을 통한 전통적 조달 방식 외에 공모시장을 통해 약 1조원의 자산유동화증권(ABS) 조달로 가격 경쟁력 제고와 조달 방식의 다변화를 이뤄낸 사례입니다. 본 프로젝트 추진 과정에서는 발생가능한 환경문제 검토를 위한 ‘환경영향평가’와 해당 지역사회에 미치는 사회적 영향력 검토를 위한 ‘사회영향평가’가 진행되었습니다.

동두천 LNG복합화력발전사업

KB국민은행은 ‘동두천 LNG복합화력발전사업’ 리파이낸싱(refinancing) 프로젝트에서 삼성생명보험과 공동 금융주간사로서 총 1조 2,650억원 규모의 신디케이트드 대출 주선을 완료하였습니다. 본 사업은 한국서부발전, 삼성물산 및 현대산업개발이 공동으로 추진하는 친환경 발전소로 전력 예비율을 높이는데 큰 역할을 할 것으로 기대되고 있습니다. 특히 우수한 사업성을 바탕으로 정교한 금융구조화를 통해서 출자자의 부담을 최소화시키는 등 프로젝트금융 기법의 장점을 살린 우수한 사례로 평가되고 있으며, 발전소 건립에 따른 ‘환경영향평가’와 해당 지역에 미치는 사회적 영향력 검토를 위한 ‘사회영향평가’가 실시되었습니다.

국민의 평생 금융 파트너, KB가 쌓아가는 고객의 신뢰

KB가 서있는 길

KB금융그룹은 브랜드 노출 효과 분석을 통해 브랜드가 마케팅 활동에 기여하는 유·무형의 효과를 측정하고 있으며 분석 결과 브랜드 가치와 마케팅 성과의 뚜렷한 상관 관계를 확인할 수 있었습니다. 브랜드는 상품, 서비스에 대한 고객의 신뢰가 오랜 기간 쌓이고 이어져 구성된 가치이며 고객과의 관계를 함축하는 지표의 하나입니다. 또한 고객 충성도, 명성, 가격 결정 등에 영향을 미쳐 시장에서의 차별화된 입지를 확보하게 하는 중요한 자산입니다. KB금융그룹은 장기적 관점의 스포츠 마케팅 추진 등 일관된 브랜드 관리 활동을 통해 고객의 신뢰를 구축하고, '고객의 풍요로운 미래 실현'이라는 브랜드 비전을 실현하고자 합니다.

KB가 가야할 길



대학생
김종우

오른길로 향하다



브랜드 가치 관리는 전략적 중요도 81.9점, 이해관계자 평가 75.7점으로 우선순위 네 번째의 이슈입니다.

| Key Performance Indicators | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 |
|--------------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 인터브랜드 Best Korea Brands (은행부문) | 순위 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| KB소비자 인식경쟁력 지수 | % | 54.4 | 54.9 | 55.5 | 58.9 | 62 |
| 최초상기도 | 순위 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 브랜드가치 (인터브랜드 코리아 기준) | 억 원 | 26,696 | 26,147 | 24,731 | 26,817 | 28,000 |
| 대외브랜드 수상실적 | 건 | 225 | 180 | 115 | 143 | 172 |
| 미래 세대 대상 인식도 조사/수상 (한국대학신문 기준) | 순위 | 일하고 싶은기업 1위 | 일하고 싶은기업 1위 | 일하고 싶은기업 1위 | 일하고 싶은기업 1위 | 일하고 싶은기업 1위 |

“가장 친근한 금융 기업 하면 제일 먼저 떠오르는 곳이 KB금융그룹입니다. 믿음이 가는 이미지니까요. 이러한 이미지와 KB의 브랜드는 오랜 기간 지속해온 고객 관계 관리의 결실이며 자산일 것 입니다. 앞으로도 소중한 관계 자산, 브랜드 가치를 키워 가기를 바라며 브랜드에 걸맞게 내실있는 기업으로 자리 잡아 진정한 ‘국민의 평생 금융 파트너’가 되어 주십시오.”

브랜드 가치 경영

브랜드 가치 제고를 위한 전략 구축

KB금융그룹은 국내 최대 고객기반, 최대 지점망, 금융그룹 브랜드 최초 상기도 1위를 기록하였습니다. 더불어 3,200만 고객의 신뢰 속에 글로벌 금융브랜드로 한 발 더 도약하는 KB금융그룹이 되기 위해 최적의 금융 솔루션을 제공하고 있습니다. KB금융그룹은 그룹 차원의 브랜드 이미지 제고와 일관된 브랜드 이미지를 구축하기 위해 '고객의 풍요로운 미래 실현'이라는 브랜드 비전 아래 체계적이고 전략적인 브랜드 경영 활동을 전개하고 있습니다. 그룹의 브랜드 파워 강화를 통해 계열사 영업을 지원하는 '우산전략', 그리고 '국민'이라는 브랜드를 개별 계열사에서 일관되게 노출하는 '개별 브랜드 전략'을 함께 추진하고 있습니다.

브랜드 가치 체계

| | | | |
|-------------------|---|-----------------|----------------|
| Brand Essence | 풍요로운 미래 | | |
| Brand Vision | 고객의 풍요로운 미래 실현 | | |
| Brand Mission | 믿음직한 자세와 진심어린 마음으로, 고객의 풍요로운 미래를 위해 최적의 상품과 서비스를 제공하는 지혜로운 금융 파트너가 되겠습니다. | | |
| Brand Values | <table border="1"> <tr> <td>믿음, 진정성(정서적 가치)</td> <td>이익, 지혜(기능적 가치)</td> </tr> </table> | 믿음, 진정성(정서적 가치) | 이익, 지혜(기능적 가치) |
| 믿음, 진정성(정서적 가치) | 이익, 지혜(기능적 가치) | | |
| Brand Personality | 신뢰할수 있는 전문적인 진실된 친근한 자신감 있는 | | |

그룹 차원의 브랜드 통합 관리

금융그룹의 전문적인 이미지를 부각시키고 계열사의 일관된 브랜드 이미지를 구축하기 위해 그룹 차원에서 C체계를 관리하고 있습니다. 2015년 KB손해보험이 계열사로 편입되면서 '신규 C운영가이드'를 개발하여 공유하고 잘못된 C적용 사례를 바로 잡아 통일된 C체계를 유지하고 있습니다. 아울러 그룹 전체의 디자인과 광고물에 대한 사전 점검과 그룹 정체성을 반영한 그룹 캘린더 제작 등 KB금융그룹만의 브랜드 차별성을 유지하기 위해 노력하고 있습니다.

그룹 브랜드 통합 관리 방안

| 구분 | 내용 |
|----------------|--|
| 그룹 C체계 운용 및 관리 | 신규 계열사 편입 관련 C운영 가이드 개발 및 전파 그룹차원의 C적용 오류 사례 수집 및 계열사 전파 |
| 디자인 | 계열사 디자인물 제작 지원 및 검수 그룹 내 주요 행사 관련 디자인 지원 및 검수 그룹 내 각종 광고물 실행 점검, 기획, 제작 관리 |
| 캘린더 | KB금융그룹만의 차별화된 정체성을 반영한 2016년도 캘린더 제작 |

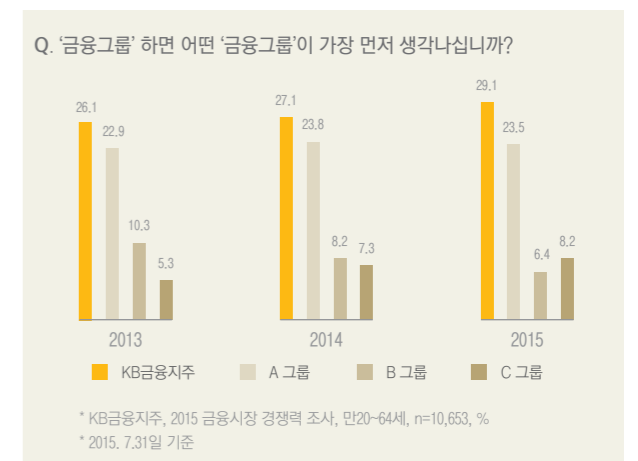
브랜드 정체성 확립

KB금융그룹의 CI(Corporate Identity)는 별을 상징하는 자연스러운 형태의 심볼과 단단하고 간결한 로고타입이 조합되어 시그니처(Signature)를 구성하며, 이는 KB금융그룹의 핵심적인 소통 수단으로 사용됩니다. 또한, KB금융그룹의 슬로건 '국민의 평생 금융파트너'는 그룹의 가장 큰 브랜드 자산인 '국민'과 그룹 브랜드 미션의 핵심 단어인 '지혜로운 금융파트너'를 결합한 형태로, 국민에게 이익이 되는 최적의 금융 솔루션 제공을 통해 평생의 동반자가 되고자 하는 KB금융그룹의 약속과 의지의 표현입니다.



브랜드 성과 관리

2015년 금융그룹 최초상기도(Top-of-Mind, TOM)¹⁾ 조사 결과 경쟁사를 앞서며 업계 1위를 차지하였습니다. KB국민은행은 글로벌 브랜드 가치평가 기관인 인터브랜드가 발표한 'Best Korea Brands'²⁾에서 2조 6,817억 원의 브랜드 가치를 기록하며 은행부문 1위, 대한민국 전체 산업에서 8위를 차지하였습니다. KB금융그룹은 지속적으로 KB 소비자 인식경쟁력 지수³⁾를 관리하고 있습니다. 2015년 평가결과 KB금융그룹에 대한 인식 경쟁력 지수는 58.9%로 전년 대비 3.4%p 상승했으며, 2014년에 이어 금융그룹 1위를 유지하였습니다.



주 1) 최초상기도: 특정 제품 범주를 떠올릴 때 가장 먼저 떠오르는 브랜드를 지칭하는 단어
2) Best Korea Brands: '재무예측', '브랜드의 영향력', '브랜드강도'의 3가지 핵심 요소로 구성된 인터브랜드의 브랜드 가치 평가 방법을 통해 브랜드의 자산가치를 화폐가치로 산정하여 대한민국 50대 브랜드를 선정하는 제도
3) KB 소비자 인식경쟁력 지수(KB Brand Competitiveness Index): 그룹 및 계열사의 브랜드 이미지, 성과, 충성도 측정을 위해 개발 그룹 경쟁력 평가, 금융기관 거래율 변화, 금융상품 거래변화, 채널 거래 현황, 주요 금융 니즈 탐색 등의 항목으로 구성

KB금융그룹은 정기적인 모니터링을 통한 체계적인 브랜드 진단 및 전략 수립으로 브랜드 경쟁력을 확보해 나가고 있습니다.

| 브랜드 수상실적 | |
|---------------------------------|-----------------|
| 수상명칭 | 수상기관 |
| 2015 국가브랜드대상(NBA) 수상(그룹) | 브랜드인터내셔널/이코노미스트 |
| 2015 한국에서 가장 사랑받는 브랜드대상 수상(그룹) | 조선경제 |
| 2015 국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 1위 선정(은행) | 한국생산성본부 |
| 2015 대한민국 100대 브랜드 8위 선정(은행) | 브랜드스타 |
| 2016 대한민국 브랜드스타 선정(은행) | 브랜드스타 |

이미지 광고 및 마케팅

그룹 이미지 광고

KB금융그룹은 ‘국민의 평생 금융파트너’로서 대한민국 대표 금융 브랜드 이미지 구축을 위해, ‘누구든, 언제든, 어디서든’ KB금융그룹이 함께 하겠다는 내용의 ‘국민든든’ 편 광고를 제작·방영하였습니다. 스마트폰 등 모바일 디바이스로 점차 변화하는 광고 트렌드에 맞춰 다양한 인터넷 바이럴 광고도 제작·방영하고 있으며, TV광고 ‘국민든든’ 편과 연계해 제작된 바이럴 광고 ‘아버지’ 편은 KB가 국민의 든든한 금융파트너가 되겠다는 의지를 담아 대중의 많은 공감을 이끌어냈습니다. 또한, 지속적인 대고객 커뮤니케이션과 브랜드 이미지 구축을 위해 TV광고와 연계한 ‘국민을 향한 KB의 특별한 마음’ 기업PR 지면 광고를 실시하였고, 설 명절맞이, KB손해보험 계열사 편입 축하, 광복 70주년 기념 및 박인비 선수 선전 축하 등 다양한 소재를 활용하여 시의성 있는 인쇄광고를 실시하였습니다. 더불어



계열사의 상품 및 서비스 광고를 통하여 ‘국민’ 브랜드의 다양한 모습을 지속적으로 선보이고 있습니다.



스포츠마케팅 추진

KB금융그룹의 스포츠마케팅에는 장기적이고 지속적인 지원을 기본 방향으로 설정하여 일관된 브랜드 메시지를 전달하고, 비인기 종목 후원 등 공익적 목적을 도모하려는 후원 철학이 담겨있습니다. 2006년 피겨여왕 김연아를 시작으로 꾸준히 동계스포츠를 지원하며 스포츠 마케팅을 추진해 왔습니다. 비인기종목에서의 스포츠마케팅 성과는 국내 동계스포츠 발전뿐 아니라 소비자들에게 ‘꿈을 향해 최선을 다하면 그 꿈이 이뤄진다’는 KB금융의 경영철학을 알리는 계기가 되었습니다.

특히, 아시아인 최초 커리어그랜드슬램을 달성한 박인비 선수 후원과 KB금융 스태챔피언십 개최 등을 통해 브랜드 인지도가 향상되었고, 2015년부터 후원을 시작한 봅슬레이-스켈레톤에서의 연이은



우승이 집중 조명을 받으며 KB금융그룹도 함께 주목을 받았습니다. 현재 KB금융그룹의 스포츠마케팅은 빙상, 컬링, 봅슬레이 및 스켈레톤 등 동계스포츠와 골프, 리듬체조, 배드민턴, 수영, 바둑, 농구, 배구, 사격을 대상으로 시행되고 있습니다.

| 스포츠마케팅 분야 | | |
|-----------|-------------------------------------|---------------|
| 종류 | 내용 | |
| 동계 스포츠 | 대한빙상경기연맹 | 소프트랙: 심석희/최민정 |
| | 대한컬링경기연맹 | 피겨: 박소연/차준환 |
| | 대한봅슬레이-스켈레톤 경기연맹 | 스켈레톤: 윤성빈 |
| 골프 | KB금융 스태챔피언십 | 박인비/이미향 |
| | KB금융배 여자아마추어 골프대회 | 안승이/오지현 |
| 리듬체조 | 대한체조협회(리듬체조부문) | 손연재 |
| 배드민턴 | 대한배드민턴협회 | |
| 수영 | 이호준 | |
| 기타후원 | KB국민은행 바둑리그, KB STARS 농구단, 배구단, 사격단 | |

미래세대 지원

KB금융그룹은 미래의 주요고객이 될 청소년, 대학생들이 올바르게 성장하며 꿈을 펼칠 수 있도록 다양한 지원을 하고 있습니다. KB국민은행은 기성세대들이 이용하는 은행 이미지에서 벗어나 젊은이들과 소통하는 은행으로 변모하고 있습니다. KB국민은행의 대표적인 유스(Youth) 마케팅 브랜드인 락스타(樂Star)는 대학 근처에 특화지점을 운영하는 미래 고객 전용 브랜드입니다. 2016년 락스타는 영업점 위주의 기존 채널 전략에서 벗어나 젊은 고객의 특징을 반영, 온라인 금융채널의 접근성을 높이고 오프라인 점포는 이를 보완하는 융복합 금융서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 20~30대 고객을 대상으로 글로벌 문화체험을 통해 도전 정신을 함양하고 다양한 사람들과의 만남을 통해 열정을 함께 나눌수 있는 ‘KB락스타 챌린지’ 프로그램을 운영하고 있습니다.



2014년까지 남극, 몽골, 케냐 등 12개 국가를 탐방하였으며, 2015년 KB락스타챌린지 7기는 ‘대한민국 광복 70주년’을 주제로 독일을 방문하여 분단과 통일의 의미를 되새겼습니다. 이와 더불어 KB국민은행은 젊은 청년들의 특색 튀는 아이디어를 함께 나눌수 있는 ‘락스타 블로그’와 ‘락스타 마케팅 아이디어 챌린지’를 운영하고 있습니다. 이러한 유스(Youth) 마케팅을 펼친 결과, 한국대학신문에서 발표한 대학생들이 가장 취업하고 싶은 은행(금융부문) 1위(25.1%)로 선정되었습니다. 이 외에 KB국민은행은 사회공헌도(30.2%)와 고객만족도(31.5%) 등 3개 부문에서 1위를 차지하며 젊은이들에게 리딩뱅크의 이미지를 확실하게 각인시켜 나가고 있습니다.



오른 금융

금융은 고객과 사회의 신뢰를 기반으로 하는 비즈니스입니다. 그리고 그 출발은 '깨끗한 금융'을 구현하는 것입니다.

KB금융그룹이 가야 할 올바른 금융의 가치는 무엇인지, 이해관계자와 소통하고 고객과의 약속을 지키기 위해 노력할 때 더 오래 더 멀리 갈 수 있다는 것을 믿습니다.

○ 고객 중심 경영
환경 · 사회 책임 금융



고객과의 약속, KB가 지키는 기본과 원칙

KB가 서있는 길

2015년 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 개정에 따라 금융기업의 정보보호에 대한 책임이 강화되었으며 개인정보의 유출에 대한 징벌적 손해배상제도가 도입되었습니다. 고객정보 보호와 관련한 작은 틈이 손해배상, 막대한 후속 처리 비용 등 대규모 재무적 손실로 직접 이어질 수 있는 것입니다. 2014년 국내 카드 3사의 개인정보 유출 사건이 보도된 지 약 일주일 만에 53만 명의 고객이 해당 카드사를 이탈한 것은 고객정보 보호가 사업의 유지에 미치는 영향력이 어떠한지를 보여주는 단적인 사례입니다. KB는 고객정보와 관련한 사건이 다시 발생하지 않고 고객의 신뢰를 이어갈 수 있도록 고객정보 보호를 위한 6대 행동 규범을 실천하고 있습니다. 또한, 사업 지속의 근본이 되는 고객 만족을 강화하기 위하여 상품 개발 과정에서부터 고객이 참여하여 고객 니즈가 반영된 상품과 서비스를 제공하고자 노력하고 있으며 소비자 보호 전담 조직도 운영하고 있습니다.

KB가 가야할 길



고객 최연주

오른길로 향하다



고객정보 보호는 전략적 중요도 83.3점, 이해관계자 평가 81.1점으로 우선순위 세 번째의 이슈이며, 고객 만족은 전략적 중요도 66.7점, 이해관계자 평가 77.3점으로 우선순위가 여덟 번째인 이슈입니다.

| Key Performance Indicators | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 |
|----------------------------|------------------|------|-------|-------|-------|---------|
| 고객 정보 보호 | 고객정보보호 관련 법률적 제재 | 건 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | 그룹사 고객정보보호 현장 제정 | % | 18.1 | 27.3 | 54.5 | 75 |
| | 그룹사 CISO 임명 | % | 81.8 | 90.9 | 90.9 | 91.6 |
| | 그룹사 전담조직 보유 | % | 18.1 | 18.1 | 63.6 | 66.7 |
| | 고객정보보호 실태점검 실시 | 건 | 120 | 140 | 186 | 268 |
| 고객 만족 | 그룹사 정보보호의 날 지정 | % | 45.5 | 54.5 | 81.8 | 83.3 |
| | 국가고객만족도(NCSI) | 순위 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| | 경영공시 및 광고 사전심의 | 건 | 3,547 | 5,029 | 5,706 | 5,460 |
| | 상품개발 사전심의 | 건 | 255 | 253 | 155 | 212 |

“개인 정보 유출 관련 뉴스를 접할 때마다 걱정이 됩니다. 카드사의 고객 정보 유출 사건 후에는 거래가 꺼려지기도 하였습니다. 하지만 이후 KB의 지점에 방문하면 관련된 절차가 강화된 게 보이고 그런 과정이 귀찮게 느껴지더라도 내 정보를 철저히 보호해 주는 안전 장치라고 생각하면 마음이 되었습니다. 이렇게 기본부터 ‘오른길’을 지켜 KB가 지속가능한 기업이 되기를 기대합니다.”

고객정보 보호 인프라 구축

고객정보 유출 사고 대응 체계

KB금융그룹은 그룹 차원의 고객정보 유출 등 위기상황에 대응하기 위해 고객정보 유출 사고 대응 체계와 프로세스를 정의한 ‘고객정보 유출 대응 매뉴얼’을 제정하였습니다. 매뉴얼은 최근 개정된 신용정보법의 내용을 반영하였으며, 관련 법령의 개정사항을 주기적으로 모니터링 하고 있습니다.

KB금융그룹 고객정보 유출 사고 대응 매뉴얼



고객정보 보호 체계 강화

KB금융그룹은 전 계열사를 대상으로 개인정보 보호 및 IT보안 영역의 약 70여 개 항목을 점검하고, 이를 통해 발견된 개선 사항을 보완하였습니다. 그리고 금융지주회사법에 따라 계열사 간 내부 경영관리 목적의 고객정보 제공과 이용이 가능하도록 되어 있지만 엄격한 관리를 통해 목적 외 사용 사례를 철저히 방지하고 있습니다. 또한 매월 고객정보 파기 및 이용 기간의 적정성 여부를 점검하여 고객정보 관리인에게 보고하고, 매 분기 고객정보 제공 및 이용 현황과 업무처리 적정성을 점검하여 CEO와 이사회에 보고하고 있으며 매 분기 고객정보의 수집, 보유, 파기의 전 과정을 점검하여 고객정보보호책임자에게 보고하고 있습니다.

고객정보 처리 개선

KB국민은행은 고객정보 보호를 위해 주민등록번호 대신 내부적으로 별도 관리하는 KB-PIN(Personal Identification Number)을 금

용거래에 사용하고 있습니다. KB손해보험은 주요 개인정보를 암호화하여 DB에 저장하고, 단말기 화면에 보이는 고객정보를 마스킹(*) 처리하여 고객정보를 안전하게 관리하고 있습니다. KB투자증권은 핀패드를 전면 교체하여 고객이 중요 정보를 직접 입력할 수 있도록 하였으며, 업무 수탁업체 및 모집인(투자권유대행인)등 제3자에 대한 관리를 강화하였습니다. KB캐피탈은 지주 제공 고객정보 파일을 암호화하고 DB서버 이중화와 서버 교체 및 증설 등 IT 인프라를 개선하였습니다.

엄격한 고객정보 수집

KB국민은행은 고객정보 수집을 최소화하기 위해 약 1,100여 종의 서식을 개정하였고, ‘개인정보 유출 재발방지 종합대책 가이드라인’에 따라 은행과 거래가 종료된 고객 정보에 대해 2015년 7월 1단계 보안조치(조회 제한)를 적용하였으며, 2016년 3월 2단계 보안조치(파기 및 분리보관)를 적용하였습니다. KB손해보험은 금융거래에 꼭 필요한 필수정보만을 수집하고, 임직원 및 영업가족에게 사용자 계정을 부여하는 경우 최소한의 권한만을 할당하고, 업무목적 이외의 용도로 사용하지 못하도록 수시로 점검하고 있습니다. KB저축은행은 개인정보동의서를 작성할 때 필수와 선택 항목을 구분하여 목적별로 동의서를 운영하고 있습니다.

정보보호 체계 점검 및 개선

KB국민은행은 고객정보의 오·남용과 유출 방지를 위해 관련법규 및 감독규정을 반영한 이상징후 시나리오를 수립하고, 2016년 1월 이를 상시 모니터링하는 통합관리 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. KB손해보험도 2015년 11월 보안정책 위반 행위 및 정보유출 우려 행위에 대한 사용자 이상행위 시나리오 80여 종을 개발하고, 이상징후 모니터링 시스템을 구축하여 운영하는 등 정보보호 체계 점검 및 개선을 꾸준히 추진하고 있습니다. KB투자증권은 전자금융서비스에 대한 취약점 진단 및 개선 활동을 통해 발생 가능한 위험을 사전에 차단하고, 연 1회 개인정보처리시스템을 점검하여 개인정보를 보호하고 있습니다. KB부동산신탁은 고객정보 보호를 위해 마련된 체계 및 규정의 준수 여부를 점검하고, IT 관련 협력회사인 안랩과 함께 정보보안 관련 보안취약점 진단을 연 2회 실시하고 있습니다. KB신용정보는 고객정보 유출 대응 체계를 점검하기 위한 모의훈련을 2015년 2회 실시하였고, KB투자증권도 2016년부터 매년 1회 이상 실시하고 있습니다.

고객정보 보호 지배구조 강화

전담 조직 개편과 지배구조 개선

KB금융그룹은 정보보호에 대한 경영진의 확고한 의지에 따라 지주 회사 내 정보보호부를 별도 운영하여 그룹 정보보호 공동사업과 계열사 현장점검 등 그룹의 정보보호 역량 강화에 집중하고 있습니다. 또한, KB금융지주, KB국민은행, KB손해보험, KB국민카드, KB저축은행 등 주요 계열사의 CIO(최고정보관리책임자)와 CISO(정보보호최고책임자)를 분리하여 임명함으로써 정보보호 조직의 독립성을 강화하였습니다. KB국민카드는 고객정보 보호 및 보안 기능 강화를 위해 1부서 2팀 체제의 정보보호 조직을 1부서 4팀 체제로 개편하였습니다. 정규직 인력을 증원하고 전체적인 정보보안 업무를 총괄하며 정보보호 정책 수립 및 검증 업무를 수행하고 있습니다. KB생명보험은 2016년 1월 정보보호팀을 정보보호부로 확대·개편하여 점검활동을 한층 더 강화하였습니다.

KB캐피탈은 2015년 1월 CISO를 임원으로 지정하고 정보보호 관련 사항을 정기 보고하고 있습니다. KB저축은행은 2014년 9월 정보보호조직을 신설하여 정보보안 업무 총괄 및 정보보호 정책 수립과 검증 업무를 수행하도록 하는 등 사고 방지 및 안전한 정보 관리를 위해 노력하고 있습니다. KB신용정보는 매년 개인정보 보호 관련 책임자를 지정하고 정보보호팀에서는 전 부/지점 대상으로 정보보호 실태점검을 실시하고 있습니다.



고객정보 보호 업무프로세스 강화

보안 체계 및 내부통제 강화

KB금융그룹은 각 계열사에서 매월 PC보안 프로그램의 정상 동작 여부를 자체 점검한 후 지주에 그 결과를 보고하고, 지주에서는 점검의 적정성을 검토하고 발견된 개선 사항을 계열사 간 공유하여 PC보안 체계를 강화하고 있습니다. PC보안 체계의 근본적인 개선을 위해 중요 정보를 전산센터 서버룸의 가상 영역에 보관하고 처리할 수 있는 클라우드 PC환경을 전 계열사로 확대해 나가고 있습니다.

KB국민은행은 보안 시스템 강화를 위해 네트워크 접근제어 시스템, 고객정보 검색 및 유출 방지 시스템, 바이러스 대응 시스템을 통한 내·외부 위협요소 사전 탐지 및 대응 체계를 운영하고 있으며, 전 임직원 PC를 대상으로 업무와 인터넷 영역을 분리한 망 분리 시스템을 적용하여 고객정보를 보호하고 있습니다. 또한, 내부 문서파일 전체를 암호화하여 외부로 유출되어도 사용이 불가능하도록 조치 하였으며, 업무 목적 상 내부 문서 반출 시 다중 승인을 거치도록 하고 있습니다. 그리고 임직원이 고객정보 DB에 접근하려면 보안 토큰 및 지문 마우스 등을 통해 복합인증 절차를 거치며, 외주인력의 외부 전산기기 반·출입 제한과 전산센터 내 X-Ray 검색대 운영, 인터넷 사용 제한 등 보안관련 통제를 강화하고 있습니다.

KB손해보험은 상시 해킹 대응 정보보호 관제 프로세스를 시행하며, 비업무 인터넷사이트 차단, DDoS(분산서비스거부)공격 차단, 비인가 사용자에 대한 서버 및 DB 접근 통제, 모의해킹을 통한 어플리케이션 취약점 점검, 통합 PC 보안인증과 보조기억매체(USB) 사용통제 등을 적용하고 정기적인 정책 모니터링을 통해 정보보호 안정성을 높이고 있습니다.

KB국민카드는 2014년 발생한 고객정보 유출 사고의 재발 방지를 위해 가상 PC 환경 구축, 인터넷 망 분리, 지문인식 사용자 인증 등 고객정보보호를 위한 보안조치를 강화하였으며, 내부고객정보 관리 및 운용 절차를 지속적으로 보완하여 한층 더 강화된 고객정보 보호 시스템을 구축해 나가고 있습니다.

KB투자증권은 문서보안을 통해 개인정보를 암호화하여 보관하고 있으며, 외부로 반출 시 지정된 반출승인시스템을 통하여 부서장의 승인을 받도록 하고 있습니다. 또한, 정보유출방지솔루션(DLP)을 도입하여 승인받지 않은 반출행위를 차단하고 주의메일을 발송하는 절차를 운영하여, 고객정보의 외부 유출을 통제하고 있습니다. KB저축은행은 스마트폰 보안 스티커 부착, 외부 인력의 근무로

인한 출입시 지문인식 등 보안절차 강화 및 PC반출입 점검 등의 철저한 감독을 통하여 문서 및 정보유출을 방지하고 있습니다.

모니터링 및 점검 강화

KB금융그룹은 고객정보가 불필요하게 조회되는 것을 예방하기 위하여 매월 고객정보 조회 현황을 점검하고, 적정성 여부를 확인하고 있습니다.

KB손해보험은 임직원과 영업직원에 대한 모니터링 체계를 수립하고, 전자금융감독규정 제37조의5에 근거한 11개 점검 부문, 34개 점검 항목에 대하여 매월 정보보호 준수 사항을 점검하여 최고경영진에 보고하며, 영업점 및 보상센터 조직을 대상으로 개인정보 보호 관련 규정 준수 여부를 매월 점검하고 있습니다. 또한, 개인정보 위탁업체에 대하여 연간 교육 실시, 보안 점검 2회, 계약 및 파기 점검 2회를 수행하며, 매월 리스크 기반 위탁업체를 샘플링하여 실사 점검하고 있습니다.

KB국민카드는 보안정책의 준수 여부를 점검하고, 임직원의 고객정보 등의 부당이용·유출, 보안정책 위반에 대한 자체 제재 기준을 마련하여 모니터링 대상거래를 확대하였습니다. 또한, 징계양정 기준을 통지하여 전사 운영 리스크를 예방하고, 각 부서 현장보안 점검을 통해 정보보호 관련 규정 준수를 점검하고 있습니다.

고객정보 보호 기업문화 활성화

임직원 정보 보호 인식 개선

KB금융그룹은 매월 셋째 주 수요일을 '정보 보호의 날(e-Cleansing Day)'로 지정하여 자발적인 정보 보호 활동과 교육을 실시하고 있으며, 매월 첫째 주 수요일을 '정보 보안 점검의 날'로 지정하여 정기 점검을 수행하고 있습니다. 또한, 전 임직원 대상으로 매 반기 금융보안원에서 제공하는 정보 보호 사이버연수를 직원별 업무 특성에 따라 실시하고 있습니다. 이와 더불어 정보 보호 관련 법령에 따라 내부 규정을 제정·관리하고 있습니다. 매월 각 부서 임직원의 고객정보 수집 및 처리내역을 점검하고, 이를 분기·반기마다 정보 보호 담당 부서 및 담당 임원에게 보고하여 정보 보호 관련 법령 등의 위반사항이 발생하지 않도록 관리하고 있습니다.

KB국민은행은 연 2회 악성코드 감염 e-메일 모의 훈련을 통해 외부 위협에 대한 대응능력 강화, 무분별한 정보입력 방지 및 임직원의 정보보호의식 제고를 도모하고 있습니다.

KB손해보험은 매주 화요일 부서장이 부서원의 개인정보 취급 및 로그인 기록 내역을 점검하고 있으며 2016년부터 부서별CA(Compliance Advisor, 준법감시담당자)를 통하여 매월 보안교육을 실시하고 자체점검 체크리스트를 활용하여 보안점검을 수행할 계획입니다. KB투자증권은 매월 '정보 보호의 날', 'IT정보 보호의 날'을 통해 전 직원에게 정보 보호 실천사항을 알리고, 정보 보유 현황과 IT보안 관련 분야를 점검하고 있습니다.

정보 보호 교육

KB금융그룹은 전자금융감독규정 제19조의2에 따라 임원은 3시간 이상(단 정보보호최고책임자는 6시간 이상), 일반 직원은 6시간 이상, IT담당 직원은 9시간 이상, 정보 보호 담당 직원은 12시간 이상 정보 보호 교육을 매년 실시하고 있습니다.

또한, 전 계열사는 임직원 및 외주인력에 대한 정보보호 의식 교육을 주기적으로 실시하여 정보유출 사고에 대한 경각심을 높이고, 정보보호 정책이 현장에서 실천될 수 있도록 최선의 노력을 기울이고 있습니다.

| 교육명 | 대 상 | 주 기 | 시 간 |
|--------------|--------------------|----------|---------------|
| 신입행원 과정 | 신입행원 | 연2회 | 50분 |
| 복직직원 과정 | 복직직원 | 연1회 | 50분 |
| 금융정보보호 과정 | IT그룹 및 정보보호본부 내 3명 | 2015. 3~ | - |
| 찾아가는 정보보호 교육 | 보안업무담당자 | 연1회 | 50분 |
| | 임원 | | 3시간 |
| KB정보보호 사이버교육 | 일반직원 | 연1회 | 6시간 |
| | IT담당자 | | 9시간 |
| | 정보보호담당자 | | 12시간 |
| (월간)정보보호교육 | 전 직원 | 월1회 | 30분/월 (6시간/연) |
| 정보보호의식 교육 | 전 직원 | 매일 수시 | - |

고객정보 보호 현장 제정

| | | |
|---|--|---|
| <p>KB국민은행은 2014년 7월 '고객정보보호현장'을 제정하고 전 직원을 대상으로 선포식과 실천 서약을 실시 하였습니다.</p> | <p>KB생명보험은 2015년 12월 '고객정보보호현장'을 제정하고 6대 행동 규범을 적극 실천 하고 있습니다.</p> | <p>KB투자증권은 2016년부터 '고객정보보호현장'을 제정할 계획이며, 직원을 대상으로 대면 교육을 확대하고자 합니다.</p> |
|---|--|---|

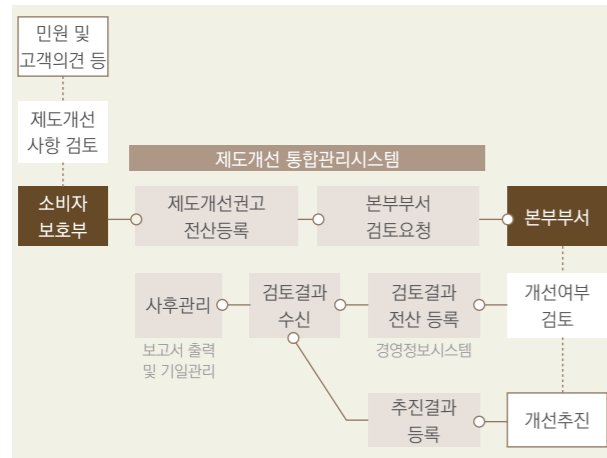
금융소비자 보호 시스템

소비자 보호 제도 개선

KB국민은행은 고객의 소리(Voice of Customer, VOC)를 소비자 보호의 근간으로 여기고 있습니다. 다양한 채널에서 접수된 고객의 소리는 소비자 불만사항의 신속한 해소를 위해 즉시 본부부서로 전달되어 제도개선에 반영되고 있습니다. 2015년에는 2014년 대비 약 2.5배 이상 증가한 총 82건의 제도개선을 추진하였으며, 관련 내용은 '소비자보호 제도개선 통합관리 시스템'을 통해 체계적으로 관리되고 있습니다.

적극적인 제도개선의 추진과 더불어 임직원 소비자보호 마인드 강화, 문제행동 소비자(블랙컨슈머) 응대 지원 프로세스 마련, 금융소비자보호 실태평가 대응체계 구축 등 업무 프로세스 개선으로 금융감독원 민원을 2014년 대비 23.5% 감축하였습니다.

소비자보호 제도개선 업무추진 Flow



KB손해보험은 고객의 불만을 통합관리하는 VOC시스템을 운영하고 있으며, 고객의 불만을 신속, 정확하게 처리하기 위하여 '민원사무 처리기준', '민원업무 처리지침', '소비자보호 그라운드룰'을 수립하여 운영하고 있습니다.

KB국민카드는 금융감독원 민원, 고객센터와 인터넷 VOC, 내부직원 제안/아이디어 공모 등을 통해 개선 과제를 발굴하고 있습니다. 또한, 소비자보호시스템을 통해 해당 부서에는 개선을 권고하고 소비자보호부는 추진 현황을 모니터링하여 우수 추진 결과에 대해서 KPI 가점 부여 및 포상 등 인센티브를 제공하고 있습니다.

KB투자증권은 '민원처리 및 민원의 피드백 시스템'을 운영하며, 민원발생 평가관리를 통해 전 영업점에 결과를 공유하고 미흡한 부분을 개선해 나가고 있습니다.

KB생명보험은 금융감독원 민원과 VOC를 매월 분석하여 제도를 개선하고 있습니다. 민원 감축을 위한 정책 추진과 대내 민원 영업부서 전담처리제 운용, 민원 다발 GA(법인대리점) 대표자 방문, 민원감축 협조 체계 구축, VOC 통합관리 시스템 구축 등을 통해 2015년 금융감독원 민원을 2014년 대비 44.4% 감축하였습니다.

KB캐피탈은 발생 민원을 신속히 처리하기 위해 민원전산 시스템을 운영하고, 민원평가 기준을 마련하여 접수된 민원을 분석 및 평가하고 있습니다.

소비자 보호 전담 조직

KB국민은행은 금융소비자의 권익을 보호하기 위해 은행장 직속으로 '소비자브랜드 전략그룹'을 직제에 편제하고 소비자브랜드 전략그룹 대표를 소비자보호 총괄책임자(Chief Consumer Officer, CCO)로 지정하여 소비자보호 업무를 총괄토록 하고 있습니다.

또한 은행 내 전담부서인 '소비자보호부'를 설치하여 제도개선, 민원예방, 교육훈련 등 소비자보호 업무를 수행토록 하고 있으며, '금융소비자보호협의회'와 '금융소비자보호 실무협의회', '소비자피해 보상위원회'를 운영하고 있습니다.

KB손해보험은 CCO를 CEO 직속으로 편제하고 산하에 '소비자보호부'를 조직하였으며, 소비자보호상담실을 서울과 대전에 설치하였습니다. 또한, 현업 부서에는 영업 채널별로 상담 실장을 배치해 소비자보호부 및 소비자상담실과 유기적인 업무 협력 체계를 구축하였습니다. KB국민카드는 2016년 '소비자보호본부'를 신설하여 '상품개발-판매-사후관리'의 전 단계별 소비자 보호 체계를 확립하였습니다. 2015년 총 8회의 '금융소비자보호협의회'를 개최하였고, '소비자피해 보상위원회'를 통해 피해보상 신청의 공정한 처리와 합리적인 보상을 수행하고 있습니다.

KB투자증권은 금융소비자보호팀을 설치하고 준법감시인을 CCO로 지정하였으며, 소비자 보호 이슈에 신속하게 대응하기 위하여 '금융소비자보호협의회'를 설치·운영하고 있습니다.

KB생명보험은 CCO 산하에 독립부서인 '소비자보호부'를 신설하고, 영업채널 및 본사 유관부서, 지점에 각각 VOC담당자를 지정하여 운영하고 있습니다.

소비자 보호 제도 및 활동

KB국민은행은 금융소비자가 금융상품 선택·가입 시 충분한 설명을 듣고 상품을 선택할 수 있도록 상시 완전판매를 위한 직원 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 소비자보호부와 상품부서 공동으

로 각 지역본부를 순회하며 완전판매 교육을 실시하고, '완전판매 업무 가이드북'과 '완전판매 핵심 키포인트'를 전 영업점에 제공하였으며, 건전한 완전판매 문화를 정착시키기 위해 정기적으로 금융투자상품 '판매실태 조사'를 실시하고 있습니다. 또한 소비자보호를 위한 사전 모니터링 기능을 강화하기 위하여 '소비자보호 사전합의' 제도를 시행, 2015년 총 756건의 소비자보호 사전합의가 이루어 졌습니다.

KB투자증권은 '금융소비자참여제도'를 운영하며 홈페이지를 통해 고객제안, 전자민원 신청 등을 접수하여 반영하고 있으며 '금융상품 불완전판매 내부고발제도'를 통해 소비자 보호를 강화하고 있습니다.

고객중심 상품 및 서비스

고객 참여를 통한 상품 개발

KB국민은행은 고객의견을 적극적으로 반영하기 위해 금융상품 개발시 FGI(Focus Group Interview)를 통해 사전에 소비자의 의견을 파악하고 있습니다. FGI는 고객마케팅부에서 운영 중인 호민관 제도 참여 고객을 대상으로 신상품 안(案)에 대한 사전 점검 및 아이디어를 수렴하고 있습니다.

KB손해보험은 2012년부터 'KB 희망서포터즈'(고객패널) 등을 활용하여 다양한 고객의 의견을 청취하고 이를 반영하여 고객과 시장의 니즈에 맞는 차별화된 상품 개발을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 또한, 2015년 고객패널제도를 통해 소비자 눈높이에서 보험상품을 평가하고 개선점을 분석하였으며, 향후에도 보험상품 관련 이해관계자 등과의 협업을 통해 환경변화를 반영하고 적합한 보장을 지원하는 상품을 개발할 예정입니다.

KB투자증권은 이해관계자를 상품 개발에 직접 참여시켜 고객 니즈에 부합한 상품을 출시하고 있습니다.



상품개발 시 이해관계자 참여 프로젝트

| 구분 | 이해관계자 | 상품 및 서비스 |
|-----------|-------------------|---|
| KB 국민 은행 | 호민관 | KB국민ONE통장 상품 서비스 (타행 자동이체 수수료면제 추가) MMF 신규 가입금액 하향 조정을 통한 자산운용 기회 확대 |
| | 고객자문단 | KB국민ONE통장 상품명 선정, KB내맘대로적금 서비스 세부항목 구성, KB스타뱅킹 서비스 개편 |
| | 청년희망재단 | 청년희망펀드 공익신탁 출시 |
| | 신용보증재단 중앙회 | '소상공인 희망드림 특례보증' 협약체결을 통해 저리로 소상공인을 지원하는 상품 출시 |
| | 동반성장위원회 | 대기업 발행 외상매출 채권을 기반으로 1차, 2차 협력기업들이 대기업 신용등급 수준으로 저금리 운전 자금을 받을 수 있는 B2B 상품 출시 |
| | 신용보증기금 | 'V-Plus 협약보증'을 통해 미래성장 가능성이 높은 유망 중소기업 발굴을 지원하는 보증 상품 출시 |
| | 전국은행연합회 한국금융연수원 | 자영업자에 대한 신용관리 중요성 및 금융 이해도를 높이기 위한 은행권 공동 자영업자 지원 프로그램 도입 |
| | 보건복지부 | 메르스로 인한 매출액 감소 등 피해 의료기관을 지원하는 정책자금 출시 |
| | 서울신용보증재단 | 메르스로 인해 직·간접적 피해를 입은 서울시 소재 소기업 및 소상공인을 지원하는 보증 상품 출시 |
| | 기술보증기금 | 성장 가능성이 높은 창업기업 및 청년 채용 기업을 지원하기 위한 협약 상품 출시 |
| KB 손해 보험 | KB 희망 서포터즈 (고객패널) | 장기보험 상품 안내자료(팜플렛/리플렛) 개선, 고객 생애주기별 맞춤형 보장가능 신상품, 고령자 및 유병력자 고려 신상품, 주부/여성이 원하는 보험상품 |
| KB 투자 증권 | 서울시 정부 | KB서울햇빛발전소 특별자산펀드 출시 재형저축펀드(8개), 소득공제펀드(13개) 출시 |
| KB 부동산 신탁 | 주택도시기금, 우미건설 | 뉴스테이 2차 총복혁신도시 기업형임대 주택 리츠(우미케이비뉴스테이제1호위탁 리츠) 설립 |

직장인 고객을 위한 AfterBank 운영

KB국민은행은 직장인 고객이 퇴근시간 이후에도 은행 업무를 볼 수 있도록 특화 점포인 AfterBank를 운영하고 있습니다. 상담 중심의 Lay-out 설계 등 고객편의 시설을 통한 맞춤형 서비스를 제공하고 있으며, 2015년 말 기준으로 가산라이온스벨리 지점을 포함한 5곳의 점포를 운영하고 있습니다.

외국인 고객의 금융거래 편의 제공

KB국민은행은 외국인 고객이 편리하게 은행을 이용할 수 있도록 평일 영업시간 탄력 운영, 휴일 영업, 특화된 창구 Lay-out, 외국어 능통 직원 근무 등을 제공하는 외국인 특화 점포를 운영하고 있습니다. 또한, 외국인 고객의 국내 체류 특성을 반영한 전용 상품, 모국어 상담이 가능한 전용 고객상담센터, 자동화기기 등 비대면 채널의 다국어 지원, 외국인 근로자 출국만기보험금 예약송금 서비스 등의 KB Welcome Service를 제공하고 있습니다. 이와 더불어 외국인 고객에게 편리한 환전 서비스를 제공하고자 외화 ATM(현금자동입출금기)을 전국에 50개소 운영하는 등 다양한 해외송금 서비스를 제공하고 있습니다.

스마트 금융 서비스 제공

KB국민은행은 빠르고 간편한 거래를 선호하는 고객을 위해 'KB스타뱅킹 미니'를 개발하였습니다. 조화·이체·스마트폰 전용상품 등 고객이 주로 사용하는 메뉴를 홈화면에서 보여줘 이용 편의성을 높였으며 앱 워런저 탐지 모듈 탑재, 피싱방지 개인화 이미지 기능 제공 등 보안성을 더욱 강화하였습니다. 또한, 고객이 은행을 직접 찾아가야 하는 수고를 덜 수 있는 'KB포터블 브랜치'를 출시하였습니다. 이 서비스는 은행 직원이 고객을 찾아 아웃바운드 영업을 하는 새로운 마케팅 채널로, 이동형 단말기를 활용하여 고객이 원하는 장소와 시간에 은행업무를 실시간으로 처리할 수 있습니다.

고객방문 서비스 제공

KB손해보험은 2014년부터 고객을 직접 찾아가 가입된 보험을 관리해주는 '가가호호(家家戶戶)' 캠페인을 운영하고 있습니다. 설계사가 고객을 직접 방문하여 가입 상품의 보장내용 재설명, 실손보험 중복가입 체크, 개인정보 업데이트 등 기존 서비스는 물론 미청구 보험금 찾아주기 서비스도 함께 제공하고 있습니다.

고객 커뮤니케이션 강화

고객 참여 채널 운영

KB국민은행은 'KB고객자문단'과 'KB호민관'을 이용한 설문조사를 실시하여 고객의 의견을 상품 개발과 서비스 개선에 적극 반영하고 있으며, 정량적 조사로 파악되지 않는 고객의 정성적 니즈를 경영활동에 반영하고 있습니다. 아울러 미래 성장동력인 유스(Youth) 고객과의 소통을 활성화하고 브랜드 이미지를 제고하기 위해 'KB 캠퍼스타(대학생 홍보대사)', '락스타블로그 기자단'을 모집하여 운영하고 있습니다. 한편, 외국인 고객의 변화하는 금융 니즈를 반영하기 위한 고객패널 제도인 '외국인고객자문단'을 운영하고 있습니다.

KB손해보험은 일반 고객들이 참여하여 고객접점 서비스를 체험하고 전반적 서비스 수준을 평가하는 'KB희망서포터즈'를 운영하고 있으며 2015년부터 장기상품 경쟁력 강화, 신체별 장기보험 및 다이렉트 자동차보험 가입 프로세스 전반 점검 등 상품과 마케팅 영역까지 활용범위를 확대하였습니다.



금융소비자보호 종합 창구

KB국민은행은 금융소비자의 알 권리를 보장하고 정보의 비대칭을 해소하기 위하여 One-Stop 정보제공 채널인 '소비자정보 포털'을 은행 홈페이지에 구축하였으며, 고객 불만사항을 신속히 접수할 수 있도록 포털 내에 '전자민원창구'를 운영하고 있습니다. 또한, 모바일 스타뱅킹을 통해서도 직접 소비자 의견을 접수할 수 있도록 프로세스를 개선하였습니다. KB투자증권은 2015년 통합VOC시스템을 구축하고 고객게시판을 개편하였습니다. 민원처리 진행단계(접수,답변)에 따라 피드백하고, 고객게시판의 답변과 처리에 대한 고객만족도를 조사하고 있습니다.

고객만족 성과

KB국민은행은 국가고객만족도(NCSI)조사에서 은행권 최초로 총 9회 은행부문 1위를 달성하였습니다. 또한, 2015년 영업점 고객만족도(CSI) 조사에서 은행 평균 94점 이상으로 최고수준을 유지하고 있습니다.

KB손해보험은 고객들이 가장 많이 이용하는 대표 접점인 콜센터와 모바일 웹 홈페이지 평가에서 두각을 나타내고 있습니다. 콜센터의 경우 한국표준협회 주관 한국콜센터품질지수(KS-CQI) 평가에서 2012년과 2014년 손해보험 부문 1위 기업으로 선정된 바 있으며, 2015년 (사)한국인터넷전문가협회가 주최한 '제12회 웨어워드코리아'에서 모바일 웹 관련 최고대상을 수상하였습니다.

KB국민카드는 소비자 중심의 경영체계를 구축·운영함으로써 소비자 지향 경영문화를 확산시키고 소비자 후생 증대에 기여한 결과, 2015년 12월 공정거래위원회로부터 소비자중심경영(Consumer Centered Management, CCM) 우수기업 인증을 획득하였으며, 2015년 소비자중심경영 우수사례로 선정되었습니다.



KB생명보험은 2016년 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하는 '제13차 한국산업의 서비스품질 지수조사(KSQI)'에서 11년 연속 우수 콜센터로 선정되었습니다.

주 1) KSQI (Korean Service Quality Index, 한국산업의 서비스 품질지수): 기업의 상품 및 서비스 가치를 전달하는 접점(대면채널, 비대면 채널)에서 고객이 지각하는 서비스 품질 수준을 평가하여 서비스 이행률 관점에서 지수화 한 것으로 한국능률협회 컨설팅(KMAC)에서 주관

책임있는 금융, KB가 함께하는 깨끗한 세상

KB가 서있는 길

정부는 파리협약의 타결에 발맞추어 2030 에너지 신산업 확산 전략을 발표하였습니다. 2030년까지 총 100조 원 규모의 에너지 신사업시장을 구축하겠다는 방침입니다. KB금융그룹도 기후변화에 적극적으로 대응하기 위해 금융의 환경책임 관련 상품과 투자 포트폴리오를 꾸준히 관리해오고 있습니다. 또한, 저금리 시대, 시장 포화로 금융 산업의 경쟁이 심화되는 가운데 금융 포용은 금융의 사회적 책임을 다하는 길이며 동시에 잠재 고객을 유인하고 기존 고객층의 손실을 최소화하는 방법이 되었습니다. 급격한 고령화에 따라 매년 13% 이상 성장하고 있는 시니어 산업도 같은 맥락에서 미래의 성장 동력이 될 수 있습니다. KB금융그룹은 생애주기별 맞춤 상품을 제공함으로써 고객의 행복과 노후생활을 위한 길에 앞장 서고 있습니다. KB금융그룹이 금융을 통해 지키고자 하는 환경·사회적 책임의 철학은 2015년 수립한 여신기본강령 및 모범규준에 잘 반영되어 있습니다.

KB가 가야할 길



지속가능경영 전문가
마크스폰 한정원 대표

오른길로 향하다



본 섹션은 전략적 중요도 80.6점, 이해관계자 평가 74점으로 우선순위 여섯 번째인 제품 포트폴리오, 전략적 중요도 68.1점, 이해관계자 평가 69.9점으로 우선순위 열한 번째인 금융포용, 전략적 중요도 69.4점, 이해관계자 평가 74점으로 우선순위 아홉 번째인 고령화 관련 내용을 다루고 있습니다.

| Key Performance Indicators | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목 표 | |
|---|------------------------------|-------|--------|--------|--------|-------------|--------|
| 저소득/저신용 서민금융 여신상품 규모 ¹⁾ | 억 원 | 6,661 | 7,379 | 8,113 | 8,670 | 8,965 | |
| 금융포용 및 저소득/저신용 서민금융 수신상품 규모 ¹⁾ | 억 원 | 51 | 4,668 | 9,106 | 16,064 | 16,771 | |
| 사회책임 상품 | KB히튼스타 500 여신 규모 | 억 원 | 14,785 | 19,035 | 16,800 | 13,175 | 14,300 |
| | KB미소금융 지원 규모 | 억 원 | 165 | 123 | 169 | 226 | 300 |
| | KB굿잡 구축등록 개인회원 수(누적) | 명 | 30,969 | 38,085 | 44,144 | 47,975 | 51,813 |
| 고령사회 금융 서비스 | 고령 고객 우대 상품 규모 ²⁾ | 억 원 | 1,898 | 2,006 | 40,814 | 45,279 | 49,806 |
| | 퇴직연금 적립금 증가액 | 억 원 | 22,270 | 14,586 | 16,919 | 18,445 | 23,982 |

주 1) KB국민은행, KB캐피탈, KB저축은행, KB부동산신탁, KB손해보험 포함.
2) KB골드라이프 연금 우대 통장·적금·예금 실적

“환경·사회적 책임 경영은 금융 기업이 사회에 대한 책임을 다하는 데 가장 핵심적인 역할입니다. 다양한 환경·사회적 상품과 서비스, 투자를 통해 지속가능한 방향으로 사회의 변화를 유도할 수 있기 때문입니다. 국민의 금융그룹으로서 KB가 금융포용을 높이기 위해 기울이는 노력은 매우 고무적입니다. 앞으로도 꾸준히 금융의 힘으로 지속가능한 세상을 만드는 데 기여하기를 바랍니다.”

금융으로 이끄는 깨끗한 세상

기후변화에 대응하는 금융 투자

KB금융그룹은 여신기본강령 및 모범규준에 따라 투자, 여신, 자산 운용과 금융 상품 운영의 환경적 책임을 고려합니다. KB손해보험은 금융 산업의 환경적 책임을 다하기 위해 신재생에너지 사업을 발굴하여 중장기 관점의 투자를 지속하고 있습니다. 2015년에 317억 원 규모의 JB영양풍력발전 펀드를 새롭게 약정하였으며 지난 4년간 총 1,006억 원의 신재생에너지 투자를 이어왔습니다.

| 약정년월 | 사업명 | 단 위 | 약정금액 | 사업구분 |
|---------|-------------|-----|-------|-----------|
| 2012.06 | 경주풍력발전 | 억 원 | 109 | 신재생(풍력) |
| 2013.05 | 경기연료전지발전 | 억 원 | 330 | 신재생(연료전지) |
| 2014.08 | 경북영양풍력발전 | 억 원 | 250 | 신재생(풍력) |
| 2015.12 | JB영양풍력 발전펀드 | 억 원 | 317 | 신재생(풍력) |
| 합 계 | | 억 원 | 1,006 | |

KB투자증권은 태양광 사업에 적극적으로 참여하고자 KB서울햇빛발전소 특별자산 펀드를 판매하였습니다. 펀드의 2015년 말 계좌 수는 1,036 계좌, 잔고는 84억 원입니다.

KB자산운용은 지구온난화에 대응하기 위해 전력 수요 관리, 배출 제한, 대체 에너지, 대체 연료 등 4개 테마를 구성하여 관련 기업에 투자하며 태양열, 풍력, 수력 등 신재생에너지 사업에도 투자를 지속하고 있습니다. 또한, 기업의 친환경 경영능력과 녹색기술 수준을 평가하고 투자하여 수익의 일부를 환경 관련 단체 기금으로 적립하는 KB그린포커스 증권투자자산신탁을 운용하고 있습니다. 이외에도 하수 처리 시설, 생활 폐기물 처리 시설 등 환경 시설 관련 사업에 투자하는 KB포항재이용수시설펀드를 운용하고 있습니다.

| 상품명 | 단위 | 규모 |
|--------------------|-----|-------|
| KB그린포커스 증권투자자산신탁 | 억 원 | 37 |
| KB지구온난화테마 증권투자자산신탁 | 억 원 | 8 |
| 신재생에너지펀드 | 억 원 | 573 |
| KB포항제2용수시설펀드 | 억 원 | 613 |
| 합 계 | 억 원 | 1,231 |

KB생명보험은 KB솔라에너지 사모특별자산투자신탁, KB솔라에너지 사모특별자산투자신탁2호, JB클린에너지(풍력발전)펀드 등 2015년 총 467억 원의 신재생에너지 투자를 진행하였습니다.

환경을 고려한 금융 혜택

KB금융그룹은 녹색성장 기업을 지원하고, 환경을 생각하는 고객의 마음에 조금이라도 보답하고자 다양한 금융 혜택을 제공하고 있습니다.

KB국민은행은 녹색성장 관련 기업에 우대이율 연 0.3%p를 적용하는 사업자 전용 적금 상품을 운영하고 있습니다.

KB손해보험은 자동차 운전자의 온실가스배출 감축을 독려하기 위해 보험 계약자 또는 가족 소유의 자동차가 승용차 요일제 가입 차량이거나 저공해 자동차, 경차 등의 요건을 만족할 경우 보험료 할인 혜택을 제공하고 있습니다. 또한, 연간 운행 거리 1만 km 이내의 가입자에게 보험료를 할인해 주는 마일리지 할인 특약을 제공하고 있는데 2015년 가입 건수는 14,418건, 원수보험료는 약 776억 원에 이릅니다.

사회를 위한 금융의 책임

금융접근성 확대

KB금융그룹은 휠체어 이용 고객이 쉽게 접근할 수 있는 유니버설 카운터를 도입하였고 2015년 말 기준 총 587개점에 보급하였습니다. 또한, 시각장애인을 위한 점자표시, 화면확대, 음성안내 기능이 내장되어 있는 ATM을 2015년 말 기준 총 9,079대를 운영하고 있으며 그 중 3,479대는 휠체어로 이용할 수 있도록 하였습니다.

KB국민카드는 시각장애인을 위한 점자카드 상품을 대폭 확대하였습니다. 기존에는 한 개의 상품만 점자카드로 발급되었으나 이제 판매중지 카드, 하이패스, 스타트랙, 사진카드를 제외한 모든 신용, 체크카드 상품을 점자카드로 발급받을 수 있게 되었습니다. 또한, 점자카드 발급 편의를 위해 시각장애인을 위한 카드발급 서식 음성 지원 안내 서비스를 시행하고 있습니다.

금융상품을 통한 서민금융 지원

KB금융그룹은 계열사별로 다양한 서민금융 및 중소기업 지원 상품을 운영하며, 국민의 금융접근성 향상을 위해 노력하고 있습니다. KB국민은행은 소외계층과 차상위계층을 대상으로 전자금융수수료와 ATM 수수료를 면제해주고 있습니다. 또한, 서민이나 취약계층을 대상으로 한 KB행복드림론, KB세희망출세, KB재정자금대출 등 다양한 상품의 개발을 통해 저소득 저신용자들의 생활 안정에 기여하고자 합니다.

KB손해보험은 의료 사각지대에 놓일 가능성이 큰 기초생활수급자와 차상위계층이 실손의료비 보장에 가입할 경우 5% 보험료 할인 혜택을 제공하는 ‘실손보험 의료급여 수급권자 할인제도’를 운영하고 있습니다. 또한, 기초생활수급자 또는 차상위계층인 경우 자동차보험료 할인 혜택(약 17%)을 제공하는 희망나누기 특약 상품을 판매하고 있습니다.

KB투자증권은 서민과 취약계층을 위한 다양한 금융 상품을 판매하고 있으며 KB채형밸류포커스30증권투신 등 21개 관련 펀드를 판매하였습니다.

KB캐피탈은 저소득, 무주택자를 위한 대출 상품을 운영하고 있습니다. 임대아파트 입주자를 대상으로 입주자금 및 보증금 증액자금을 제2금융권 대비 저금리인 최저 연 5.0~5.9%로 제공하고 있습니다.

KB저축은행은 정부보증으로 저소득, 저신용 고객에게 최대 3,000만원까지 연 7~8% 금리로 자금을 지원하는 햇살론을 출시하였고, 2015년 11월 기존의 햇살론전담창구를 햇살론지원센터로 확대 개편하였습니다.

KB인베스트먼트는 KoFC-KB 청년창업1호 투자펀드와 미래창조 KB창업지원 투자조합을 운영하면서 총 139억 원을 투자하여 청년 창업 활성화에 기여하였습니다.

균형있는 성장을 위한 중소기업 지원

중소기업 금융 상품과 서비스

KB국민은행은 부동산 담보제공이 가능한 개인사업자를 대상으로 대출 프로세스를 단순화하여 신속하게 운전/시설 자금을 지원하는 대출 상품을 판매중이며, 2015년 말 기준 잔액은 9,598억 원입니다. 또한 지식재산을 보유한 중소기업에 대해 지식재산(IP) 가치평가를 통하여 부동산 등 별도의 담보 없이 대출 지원이 가능한 기술금융 전용 대출 상품도 출시하여 중소기업의 든든한 버팀목이 되고 있습니다.

KB캐피탈은 2013년 출시된 ‘나눠드림’ 할부금융의 지속적인 제휴를 통해 중소·중견기업이 판매하는 상품에 대해 장기 할부 금융을 제공하고, 결제수단을 다양화하여 고객의 일시불 결제 부담을 완화하였습니다. 2015년에는 오토바이 업체 5개사, 흡수핀벤더 4개사, 자전거 업체 1개사, MVNO(알뜰폰) 업체 1개사 등 총 17개사와 제휴하여 중소·중견기업의 매출 증대를 위한 할부금융 지원을 확대하였습니다.

KB저축은행은 착한대출 라인업 확장을 통해 저소득, 저신용자, 기업체 임직원, 개인사업자, 소상공인 등을 대상으로 다양한 상품을

판매하고 있습니다. 지역 소상공인을 대상으로 지역밀착·관계형 금융을 통해 창업과 운영 자금을 지원하는 KB착한 사장님 대출, 그리고 우수 프랜차이즈 가맹점을 대상으로 창업자금과 운영자금을 지원하는 KB착한 가맹점 대출을 출시하였습니다.

중소기업 투자 확대

KB국민은행은 성장 가능성이 높은 초기·확장 단계의 중소·벤처기업 및 신기술사업자를 발굴하여 지속적으로 투자해 왔습니다.

| 상품명 | 단 위 | 규모 |
|-----------------------------------|-----|-----|
| KoFC-KBIC 프런티어챌프 2010의5호 사모투자전문회사 | | 161 |
| KoFC 포스코 한화 KB 동반성장 제2호 사모투자전문회사 | 억 원 | 248 |
| KB12-1벤처조합 | | 400 |
| 미래창조 KB창업지원투자조합 | | 120 |
| KB지식재산 투자조합 | | 4 |
| 경기-KT 녹색성장 투자조합 | | 6 |
| 합계 | 억 원 | 939 |

KB손해보험은 중소기업 신규 투자 확대와 해외 진출 지원을 위한 벤처캐피탈에 2007년부터 꾸준히 투자하였습니다. 2015년까지 약 정금액은 810억 원입니다.

KB인베스트먼트는 벤처 기업을 대상으로 2015년 500억 원을 신규로 펀딩하였고, 2016년 2월까지 2,000억 원 규모의 신규 펀딩을 추진하였습니다. 그리고 2015년에는 34개 중소·벤처기업에 607억 원의 투자를 집행하였으며 투자기업 중 8개 기업이 코스닥에 상장되었습니다.

| 상품명 | 단 위 | 규모 |
|-----------------------------|-----|-------|
| KB지식재산투자조합(2015.2 결성) | | 500 |
| KB솔리더스 글로벌헬스케어펀드(2016.1 결성) | 억 원 | 1,500 |
| KB 우수기술기업 투자조합(2016.2 결성) | | 500 |
| 합계 | 억 원 | 2,500 |

고령 사회에 대비하는 금융

은퇴·노후 브랜드, KB골드라이프

KB국민은행은 고령 사회에 대비하여 은퇴·노후 브랜드인 KB골드라이프와 관련 상품을 출시하고 은퇴 설계 시스템을 구축하였으며, 상담 인력을 육성하여 고객의 생애주기에 맞는 금융 서비스를 체계

적으로 제공하고 있습니다. 2015년 KB금융그룹 시장경쟁력 조사에 따르면 은퇴·노후 관련 브랜드 인지도에서 골든 라이프가 가장 앞선 것으로 나타났습니다. 2015년 출시한 통장, 적금, 예금의 KB골드라이프 컬렉션은 같은 해 연말까지 총 162,425계좌, 4조 5,279억 원을 유지하는 성과를 거두었습니다.

| 상품명 | 상품특징 |
|----------------|---|
| KB골드라이프연금 우대통장 | 고객의 안정적인 노후생활을 위한 3층 연금* 구조 형성을 돕고, 연금수령 시 수수료 면제 및 우대금리를 제공하는 요구불예금 |
| KB골드라이프연금 우대적금 | 연금이체 및 재예치 실적에 따라 우대이율을 제공하는 자유적립식 예금 |
| KB골드라이프연금 우대예금 | 목돈 예치 후 매월 원금을 분할 수령하여 은퇴 후 공적연금 수급 전까지 생활비로 사용하거나 적립식상품 등으로 재테크할 수 있도록 지원하는 가교형 정기예금 |

* 공적연금의 취약성 보완을 위해 사적연금 구조를 보강한 연금체계(1층: 공적연금 / 2층: 퇴직연금 / 3층: 개인연금 등)

KB국민카드도 2016년 1월 병원, 여가 등 고령층이 선호하는 혜택을 상품 설계에 반영하여 KB국민 골드라이프 올림 카드를 출시하였습니다.

KB Middle® 펀드 컬렉션

물가상승률 보다 낮은 예금 금리와 고령화 등 인구 구조의 변화에 따라 펀드 시장의 패러다임은 기존 고위험, 고수익의 주식형 투자에서 중위험, 중수익의 혼합형 투자로 변화하고 있습니다. KB국민은행은 1%의 추가 수익이 간절한 시대에 은퇴기 중장년층 고객의 투자 니즈를 반영하고 위험을 최소화한 금융 투자 상품, KB Middle® 펀드 컬렉션을 출시하였습니다. KB Middle® 펀드 컬렉션은 위험 수준에 따라 최저 연 4%에서 최고 6%의 기대수익률을 가지는 펀드 패키지를 제공하며, KB Middle® 브랜드는 2015년 MTN 주관 100세 시대 금융대상에서 우수상을 수상하였습니다.



100세까지 보장하는 방카슈랑스

KB국민은행은 은퇴·노후 상품에 대한 수요가 증가함에 따라 연금보험 상품과 생애주기별 보장성 보험 상품을 다양화하고 있습니다. 2015년에 VIVA즉시연금보험, KB골드라이프즉시연금보험을 비롯한 5개 연금 상품과 ELS인권변액보험은 물론 암플러스보장보험, 명품건강보험, 드림플러스건강보험 등 100세까지 보장하는 보장성 보험 상품을 판매하였습니다.

노후 생활의 동반자, 퇴직연금

임금피크제 도입, 연봉제 확산에 따라 퇴직연금 시장은 기업 위주의 확정급여(DB) 시장에서 개별 가입자 위주의 확정기여(DC) 시장으로 전환되고 있으며 KB국민은행은 DC 시장 전체 적립금 1위 기관으로서 시장 변화를 선도하고 있습니다. 안정적인 고객 수익 창출이라는 자산 관리 철학을 바탕으로 성과가 우수한 24개 원리금보장상품과 43개 원리금비보장상품(펀드)을 운영하고 있으며 2015년 말 기준 3년/5년/7년 시중 은행 대비 최고 수익률을 달성하였습니다.

| 구 분 | 단 위 | 적립금 |
|----------|-----|---------|
| 원리금보장상품 | 억 원 | 98,426 |
| 원리금비보장상품 | | 11,093 |
| 합계 | 억 원 | 109,519 |

KB자산운용 또한 2015년 말 퇴직연금 펀드 부문에서 업계 최초로 설정액 기준 2조 17억 원을 돌파하는 성과를 거두며 전년 대비 81%의 성장세를 기록하였습니다.

고령화와 삶의 변화

노후 준비는 경제적인 문제 뿐 아니라 일, 관계, 건강 등 비재무적인 영역도 포함합니다. KB국민은행은 고객이 활기차고 의미 있는 노후의 삶을 만들어 나갈 수 있도록 친목, 교육, 재취업 등 다양한 커뮤니티 서비스를 제공하고 있습니다. 특히 은퇴(준비) 고객의 노후 설계를 지원하는 행복노후설계 세미나, 은퇴 부부를 대상으로 한 부부 힐링 캠프 등의 프로그램이 좋은 반응을 얻고 있으며 앞으로 도 재가 요양, 건강 관리, 재취업 등 특화된 혜택을 드리기 위해 관련 서비스를 확대할 계획입니다. 또한, 전문적인 상담을 제공하기 위해 2015년 기준 57개의 은퇴·노후 설계 특화점을 전국 850여 개 지점의 VIP 라운지로 확대하는 등 노후 준비에 도움을 받을 수 있도록 상담 창구를 확대하였습니다.



오른 동행

우리나라 금융 산업을 이끄는 리딩 금융그룹의 책임감으로 우리 사회의 지속가능한 미래를 위해 노력합니다.
지역사회와 따뜻한 손길이 필요한 곳에 행복과 희망이 싹들 수 있도록 노력하고 있습니다.
KB금융그룹과 함께 걸어가는 구성원 모두가 행복해지는 사회적 가치를 추구하겠습니다.

함께하는 금융



함께하는 금융

KB가 나누는 희망

KB금융그룹은 국민 여러분께 받은 사랑을 희망으로 돌려 드리는 '국민의 금융그룹'이 되기 위하여, 어려운 이웃과 사회 곳곳에 다양한 나눔의 손길을 펼치고 있습니다. 특히, 미래의 주인공인 '청소년'들이 희망을 갖고 자신의 꿈을 펼칠 수 있도록 지속적인 지원을 하고 있으며, 다양성을 존중하는 아름다운 사회를 만들기 위한 '다문화' 관련 사회공헌 사업도 집중적으로 추진하고 있습니다.

사회공헌 추진 체계도

| | | | | | | |
|----------------------|--|-----------|---|------|------|------------|
| 목표 | 가장 존경받는 기업시민, KB금융그룹 | | | | | |
| 기본방향 | 사회적 책임 이행 | 지역사회 동반성장 | 나눔문화 확산 | | | |
| 사업영역 | 공익형 사회공헌 청소년 성장기반 지원사업 다문화 자립기반 지원사업 | | 전략형 사회공헌 금융업 역량을 활용한 사회공헌사업 (경제금융교육, KB굿잡, 미소금융 등) | | | |
| KPIs | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 목표 |
| 임직원 1인당 연간 사회공헌활동 | 시간 | 13.8 | 13.6 | 14.0 | 14.1 | 10.0 |

함께 꿈꾸는 희망

KB청소년음악대학

청소년은 미래 사회의 주인공이며 청소년의 건강한 성장이 우리사회의 지속가능한 발전을 만드는 원동력이 됩니다. KB금융그룹은



음악에 재능과 열의가 있는 소외계층 청소년 120명을 대상으로 전국 6개 음악대학(이화여대, 상명대, 나사렛대, 조선대, 경상대, 강원대) 교수의 1:1지도 및 지역별 연주회, 합동연주회 등 대학과 연계한 수준높은 음악교육을 지원하고 있습니다. 수혜 학생 중 다수가 예술고등학교 및 음악대학에 진학하고 전국단위 음악대회에서 우승 또는 입상하는 등 청소년의 예술적 잠재력 성장과 자아실현의 기회제공에 크게 기여하고 있습니다.

KB스타비(飛) 꿈딴음 장학금

KB국민은행은 2016년부터 꿈과 재능을 갖춘 지역 아동 센터 청소년들에게 장학금을 제공하여 건강하고 올바른 사회 구성원으로 자라날 수 있도록 지원하는 성장 관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 장학금은 학업 성적이 우수한 학생을 지원하기 위한 '학습 장학금', 꿈과 끼를 가진 학생을 지원하기 위한 '꿈·끼 장학금'으로 구성되어 있으며 지역아동센터 중앙지원단과의 협력을 통해 2016년 총 400명의 청소년에게 장학금을 전달했습니다.

KB희망캠프

KB금융그룹은 장애 청소년 120명에게 직업전문가의 상담, 대학생 멘토와 함께하는 직업 체험, 2박 3일의 진로캠프 등을 통해 구체적인 진로방향을 설계하는 기회를 제공하고 있습니다. 꾸준한 사업 추진으로 참여자의 높은 만족도 뿐만 아니라 취업, 진학 등의 가시적인 성과가 나타나고 있습니다.



함께 살아가는 기쁨

KB레인보우 사랑캠프

다양성과 포용은 구성원 간의 부족한 점을 서로 보완해 줌으로써 따뜻한 사회를 이루는 동시에 사회 전체의 생산성을 향상시키는 동력이 됩니다. KB금융그룹의 다문화 관련 사회공헌 사업 중 하나인 KB레인보우 사랑캠프는 다문화 가정의 아동들에게 경제·금융교육과 다양한 문화 체험 활동을 지원하는 프로그램입니다. 캠프에 참가한 어린이들은 1박 2일 동안 경제·금융에 대한 기초 지식을 재미있게 체득하고 임직원과 1:1 매칭을 이루어 마술공연관람 및 놀이기구 체험 등 즐거운 시간을 함께 보낼 수 있어 참여 아동 뿐 아니라 관련 기관 관계자들에게도 높은 평가를 받고 있습니다.



KB희망자전거

KB금융그룹은 주요 사업 지역인 아시아의 지역사회 발전에 기여하기 위해 다양한 사회공헌 활동을 펼쳐가고 있습니다. KB희망자전거는 동남아 저개발국의 저소득 가정 청소년을 대상으로 KB금융 해외봉사단이 직접 현지에서 찾아가 자전거를 조립한 후 전달하고 청소년들과 함께 다양한 행사 등 나눔 활동을 펼치는 사업입니다. 2015년에는 베트남 저소득 가정 어린이들에게 자전거 1,880대를 지원하고 KB봉사단원이 베트남 하노이에서 환경 개선 활동 및 문화교류행사 등을 실시하였습니다. KB희망자전거 사업은 직원들이 직접 현장에서 봉사에 참여하는 사업으로 현지 지역사회에서 좋은 반응을 얻고 있습니다.

해외 봉사단과 한국어학당

KB국민은행은 지속적인 해외봉사단 프로그램을 통해 봉사하는 기업의 이미지를 심어주고 있습니다. 캄보디아, 베트남 등에 연 2회 총 40명 이상의 대학생 해외 봉사단을 파견하여 5개월간 체계적인 봉사활동을 수행하는 '라온아띠' 프로그램을 꾸준히 운영하고 있습니다. 또한 동남아시아 국가들의 한국어에 대한 관심과 연계하여 한국어학당을 운영하고 있습니다. 미얀마 양곤에 위치한 KB한국어학당에서는 2015년 한 해 동안 412명의 청소년이 한글 교육과 한국 문화 수업을 수강하였으며 한국문화 행사를 통한 한류 문화 전파로 큰 호응을 얻고 있습니다.



KB스타비(飛) 꿈딴음 다문화 멘토링

KB국민은행은 다문화가정 어린이들의 한글 교육과 사회 적응을 위해 KB스타비(飛) 다문화 멘토링 사업을 진행하고 있습니다. 대학생 자원 봉사자가 다문화 가정 청소년 135명과 1:1 짝을 이루어 최소 1년 이상 학습과 정서적 교류를 지속하는 프로그램입니다. 이를 통해 다문화 가정 청소년들의 학습 성취도를 높이고 육체적, 정신적으로 건강하게 자라날 수 있기를 기대하고 있습니다.

지속 가능한 경제를 이끄는 힘

찾아가는 재능 기부

2012년부터 추진해 온 '경제·금융교육'은 KB금융그룹의 대표 사회 공헌 사업입니다. 각 계열사와 KB금융공익재단이 협력하여 금융권 최고 수준의 '경제·금융교육'을 전개하고 있습니다.

KB금융그룹은 초·중·고등학생을 대상으로 한 총 8개 교육 프로그램을 통해 학교와 지역아동센터로 직접 찾아가는 방문 교육을 진행하고 있습니다. 딱딱하고 어려운 경제·금융을 쉽고 재미있게 접할 수 있도록 강의식 교육 방식에서 벗어나 게임 등을 활용하는 것이 특징입니다. 또한 금융업에 종사하는 임직원이 강사로 참여하는 등 임직원 재능기부를 장려하고 있으며 대학생 경제·금융교육 봉사단을 운영하며 장학금도 지원하고 있습니다. 그 결과 전·현직 임직원 및 대학생 경제교육 봉사단 인원이 연간 900여 명에 이르는 등 교육의 규모와 질에 있어 있어 최고 수준의 인프라를 갖추고 있습니다.



국민을 대상으로 한 생애주기형 교육

KB금융그룹은 군장병, 대학생 등 사회초년생, 노인, 주부, 새터민, 장애인 시설, 도서벽지 등 경제·금융교육의 사각지대가 발생하지 않도록 지원하고 있습니다. 전국 11개 지역경제교육협의회 및 노인 복지관, 사회 복지관 등 지역 거점과 연계하여 폭넓은 대국민 경제·금융교육 활동 지원 네트워크를 이루고 있습니다.

KB금융그룹은 온라인 교육 시스템을 통해 경제·금융교육의 저변을 확대하고 있으며 유치원생부터 사회초년생까지 6개 연령층을

대상으로 총 150여 개의 온라인 학습 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 학습 내용은 쉽고 재미있게 이해할 수 있도록 주로 만화 형태의 동영상으로 제작되어 있으며 KB금융공익재단 홈페이지(www.kbfoundation.or.kr)에서 누구나 무료로 학습할 수 있습니다. 또한, 교육 현장의 요구를 반영하여 보다 업그레이드 된 콘텐츠를 제공하고 차별화된 교육 아이템을 발굴함으로써 지속가능한 경제를 이끄는 꾸준한 힘이 되고자 합니다.

| 구분 | 단위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------|----|--------|--------|---------|---------|
| 오프라인 교육 | 명 | 44,952 | 88,534 | 111,161 | 147,413 |
| 온라인 교육 | | 27,599 | 30,739 | 31,988 | 45,136 |

KB스타비(飛) 꿈딴움 회계가이드북

KB국민은행이 '한국가이드스타'와 협력하여 지역아동센터를 위한 맞춤형 회계 교재를 제작, 배포하는 프로그램입니다. 2016년 상반기 전국 4,207개 모든 지역 아동 센터에 세무·회계 관련 교재를 배포하였습니다.

일자리 창출과 다양성 지향

KB금융그룹은 채용 인원을 대폭 확대함과 동시에 KB굿잡 우수기업 취업박람회 등을 통해 고용 안정화에 기여하고 있으며, 임금 피크제도 개선, 희망퇴직 정례화를 통해 인력 구조개선에 노력하고 있습니다. 또한, 다양성과 기회균등 원칙을 바탕으로 차별없는 동등한 처우를 적용하고 있습니다.

고용창출 노력

청년 고용 창출

'KB굿잡'은 사회적 이슈가 되고 있는 일자리 문제 해결을 위해 구직자와 우량 중견·중소기업간 '만남의 장'을 제공하는 KB국민은행의 일자리정보 제공 사업입니다. 2011년 출범 이래 2015년까지 우수 중견·중소기업이 참여하는 국내 최대규모의 취업박람회를 10회에 걸쳐 개최하였으며, 전용사이트(www.kbgoodjob.co.kr)를 통해 다양한 취업정보를 실시간으로 제공하고 있습니다.



KB금융지주는 2016년부터 계열사 및 KB금융공익재단과 함께 'KB굿잡 취업학교'를 운영하고 있습니다. KB 굿잡 취업학교는 회사별 80여 명의 취업준비생을 대상으로, 인쿠르트(주)와 협업을 통해 온·오프라인 취업교육 프로그램을 개설하고 6개월간 집중 컨설팅을 제공하는 등 지속적인 관리와 지원에 힘쓰고 있습니다.

KB국민은행은 '현장 맞춤형 인재' 선발을 위한 스펙초월 열린채용을 실시하였으며, 지방지역 방문 면접을 통한 '지역 밀착형 인재' 채용에도 앞장서고 있습니다. 또한 2009년 이후 지속적으로 인턴십 프로그램을 운영하고 있으며, 2015년에는 대학생 300여 명을 동·하계 인턴십으로 채용하여 영업점 창구별 업무지원 수행 등 현장경험 중심의 인턴십으로 운영하였습니다. 종합평가를 실시하여 우수인턴으로 선발된 인원에 대하여는 공개채용 전형 시 서류전형과 필기전형 등을 면제해주는 우대 혜택을 제공하여 인턴십 프로그램이 실질적인 우수인재 확보로 연결되도록 추진하고 있습니다.

여성 고용 창출

KB국민은행은 2015년 경력단절 여성 300여 명을 상/하반기에 채용하여 근로와 육아를 병행할 수 있는 일자리 창출에 적극 노력하였습니다. 최우수 근무 인력에 대하여는 무기계약직 전환의 기회를 부여하여 더욱 안정적인 일자리로 이어지도록 노력했습니다.

KB생명보험은 육아휴직(최장 2년) 및 가족돌봄 휴직, 근로시간 단축제도를 운영 중에 있습니다. 2015년 육아휴직은 30명, 가족돌봄 휴직 1명, 임신으로 인한 단축근로제도는 10명이 활용하였습니다. KB부동산신탁은 고학력 여성 노동력 활용을 위해 '일 가정 양립' 제도를 시행하고 있습니다. 출산휴가는 출산 전후 6개월간 사용할 수 있으며 육아휴직은 출산 후 아이가 만 8세가 되기 이전에 1년간 사용할 수 있도록 기간을 연장하였습니다. 또한 매주 수요일 정시 퇴근을 통해 가족과 함께 하는 시간을 가질 수 있도록 노력하고 있습니다.

사회적 배려대상 채용 확대

KB국민은행은 다양성과 기회균등 원칙을 바탕으로 일부 전문기술이 필요한 직군을 제외하고는 학력·전공·연령·성별에 제한을 두지 않는 '열린 채용'을 지향합니다. 채용 진행 시 장애인 지원자에게 각 전형마다 가산점을 부여하는 방식으로 사회적 약자를 위한 채용을 진행하고 있습니다. 2015년 말 기준으로 KB국민은행에는 장애 보유 직원 234명이 근무하고 있습니다. 또한, 보훈대상자의 경우에도 각 전형마다 법령에 의거하여 가산점을 부여하고 있습니다. 보훈대상자만을 위한 보훈특별고용을 별도로 진행하며 국가보훈자만을 위한 우대 채용도 실시하고 있습니다. 2015년 말 기준으로 국가보훈대상자는 1,309명이 근무하고 있습니다. 그리고 사회적 약자에 대한 채용 우대라는 사회적 요구를 적극 수용하여 특성화고등학교 채용이라는 별도 채용을 통하여 고졸 인재에게 기회를 제공하고 우수인재를 확보해 나가고 있습니다. 장애인, 국가보훈자 대상 뿐만 아니라 국민기초생활 보장법에 따른 수급(권)자 또는 차상위층의 경우 채용 시 각 전형마다 가산점을 부여하는 등 채용 우대함으로써

사회적 약자 우대채용을 실천해 나가고 있습니다.

| 단위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------|------|------|------|------|
| 사회적 배려 채용 | 125 | 132 | 154 | 144 |
| 경력단절여성 채용 | - | - | - | 300 |

* 사회적 배려 채용은 보훈 대상자와 장애인을 대상으로 합니다.

교육훈련 확대

KB금융그룹은 임직원의 역량 향상을 위해 다양한 교육 훈련 프로그램을 운영하고 있습니다. 그 결과 2015년 임직원 1인당 평균 교육시간은 152시간으로 2014년 147시간 대비 증가하였습니다. 1인당 교육투자비 역시 2014년 1인당 99만원에서 2015년 119만원으로 확대하였습니다.

인력 구조 개선 노력

임금 피크제 운영

정년연장법(고용상 연령차별금지 및 고령자 고용촉진에 관한 법률)에 따라 2016년부터 300인 이상 기업은 정년 만 60세가 의무화되면서 KB금융그룹은 고연령 인력구조 개선을 위한 대응방안을 수립하고, '정년 연장형 임금피크제도'를 선제적으로 도입하였습니다. 임금피크제를 통해 기업은 정년연장에 따른 인건비 증가 부담 및 생산성 하락에 대응하고, 직원은 인생 제2막을 준비하면서 그 동안의 노하우를 전수하는데 의미가 있습니다. 또한, 임금피크제 적용 직원에게 현장 직무를 부여함으로써 노하우를 전수할 수 있는 기회를 제공하여 조직의 당당한 구성원으로 책임을 다하는 문화를 조성하고, 우수성과자가 적절한 보상을 받을 수 있도록 인사제도를 개선하였습니다.

희망퇴직 운영

KB국민은행은 고연령·고직급 인력구조를 개선하고 인적 생산성을 높이기 위해 임금피크제 적용 직원을 대상으로 희망퇴직을 정례화하였고, 장기근속 직원에 대한 명예로운 퇴직과 제2의 인생설계 기회를 제공한 결과, 2015년 6월 1,122명, 2016년 1월 171명이 희망퇴직 한 바 있습니다.

퇴직준비 프로그램 운영

KB금융그룹은 구조조정이나 정년 등 자발적·비자발적으로 퇴직하는 직원들의 실직으로 인한 충격을 최소화하고, 재취업이나 창업 등 인생의 새로운 기회를 찾을 수 있도록 생애설계, 전직스쿨, 전직지원의 3단계로 프로그램을 운영하고 있습니다.

Outplacement 프로그램 운영 현황

| 목표 | step1 생애설계 | step2 전직스쿨 | step3 전직지원 |
|-----------|--------------------|---|--|
| 2015 참가인원 | 189명 | 52명 | 1,122명 |
| 2016 목표인원 | 400명 | 200명 | 1,400명 |
| 대상 | 만 50세 ~ 만 54세 직원 | 만 55세 이상 직원 | 희망퇴직직원 |
| 내용 | 경력점검, 잔여 재직기간 업무향상 | 성공적인 퇴직 전략, 우수사례공유, 현장학습(창업/귀농 귀촌), 1:1코칭 | 중장년 일자리 희망센터 연계 전직지원, 교육 및 컨설팅 제공, 계열사 재채용 |

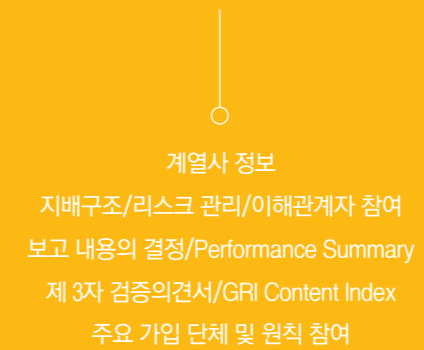
노사 커뮤니케이션

KB금융그룹은 고용, 퇴직, 채용 등 인력구조 개선에 있어 협약 등 적극적 의사소통 프로세스를 통해 직업 안정성에 미치는 영향을 최소화하고자 합니다.

KB국민은행은 노동조합과 단체협약 및 고용안정에 관한 협약을 체결하고 그에 준하여 퇴직관련 프로세스를 운영하고 있습니다.

Appendix

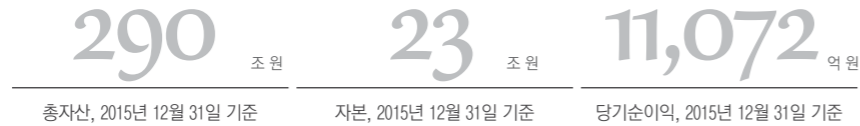
KB금융그룹의 12개 계열사는 건전한 지배구조 아래 효과적인 리스크관리를 통해 지속가능한 경영과 성장의 선순환 구조를 만들기 위한 노력을 꾸준히 실천해나가고 있습니다.



계열사 정보

지배구조/리스크 관리/이해관계자 참여
보고 내용의 결정/Performance Summary
제 3자 검증의견서/GRI Content Index
주요 가입 단체 및 원칙 참여

*b KB 국민은행



2001년 11월 구 국민은행과 구 주택은행의 합병으로 탄생한 KB국민은행은 국내 최대 고객 수와 고객만족도 1위, 광범위한 채널 네트워크 및 브랜드파워 등 최상의 판매 인프라(Infra)를 갖춘 대한민국을 대표하는 리딩뱅크라고 할 수 있습니다. KB국민은행의 Vision은 '아시아 금융을 선도하는 글로벌 뱅크'로서, '고객밀착형 차별화를 통한 경쟁우위 구축'을 경영목표로 정하고, 이를 실현하기 위해 「비대면 채널에 대한 차별적 경쟁우위 확보」, 「고객·영업 현장 중심의 영업체계개편」, 「조직 생산성 향상을 위한 운영체계 효율화」, 「수익성 제고를 위한 핵심역량 강화」, 「건전성 제고를 위한 리스크 관리체계 강화」, 「미래성장동력 확보를 위한 핵심 육성사업 역량 강화」를 일관성 있게 추진하고 있습니다.

| | |
|---------|----------------|
| 설립일 | 2001년 11월 1일 |
| 대표이사 | 윤종규 |
| 본점 주소 | 서울시 중구 남대문로 84 |
| 영업점 규모 | 1,150개 |
| 고객 수 | 29,391,573명 |
| 총 임직원 수 | 20,960명 |
| 홈페이지 | www.kbstar.com |



주요성과

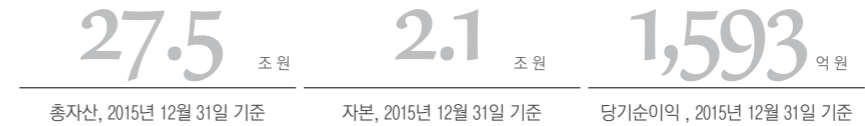
KB국민은행은 금융 혁신을 선도하는 은행으로 2015년 4월 국내 금융권 최초로 스마트폰뱅킹 고객수 1,000만 명을 돌파하고, 11월 국내 최초로 인터넷뱅킹 고객 수 2,000만 명을 넘어 1999년 7월 인터넷뱅킹을 출시한 이래 16년만에 괄목한 만한 성장을 이루었습니다. KB국민은행은 인터넷뱅킹 비중의 증가에 따라 보안 강화를 위해 이용 PC지정 서비스, 보안SMS서비스, 인터넷뱅킹 전화승인서비스, 피싱방지개입 서비스 등을 도입했습니다.

또한, 2015년 7월에는 금융권 최초로 핀테크(FinTech)를 접목해 이용자의 편의성과 보안성을 동시에 높인 스마트 OTP서비스를 시행했습니다. 모바일뱅킹을 할 때 근거거루선통신(NFC) 기능이 탑재된 스마트폰에 스마트 OTP 카드를 갖다 대면 비밀번호가 자동으로 입력되는 방식으로 모바일뱅킹을 할 때마다 일일이 비밀번호를 입력해야 하는 기존의 토큰형 OTP보다 더욱 간편해졌습니다.

이와 더불어 은행권 처음으로 KB모바일 청약을 개발하였으며, 2016년부터 스마트폰 이용고객이 공간의 제약 없이 원하는 주택에 청약을 신청할 수 있는 편리한 은행 서비스를 제공하고 있습니다.

이처럼 내실 있고 실질적인 고객만족 경영활동을 펼쳐온 결과, 2015년 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 1위를 차지하며 은행권 최초로 9회 1위의 기록을 세웠습니다.

*b KB 손해보험



KB손해보험의 전신인 범한해상은 1959년 1월 27일 1억 원의 자본금으로 국내 12번째 손해보험회사로 영업을 시작하였습니다. 이후 1988년 6월 럭키화재로, 1995년 1월 LG화재로 각각 사명을 변경하였고, 2006년 4월 LIG손해보험으로 사명을 변경하였으며 2015년 6월 24일 KB금융지주의 자회사로 편입되면서 KB손해보험으로 사명을 변경하였습니다. KB손해보험은 빠르게 변화하는 금융 시장 환경에 대처하고, 고객의 다양한 요구를 충족시키기 위해 노력하고 있습니다. 철저한 준비와 핵심역량의 강화를 통해 기업가치를 제고함으로써 최적의 위험보장과 종합컨설팅서비스를 제공하는 고객선호도 1위 보험사로 성장하고자 합니다.

| | |
|---------|--------------------|
| 설립일 | 1959년 1월 27일 |
| 대표이사 | 양종희 |
| 본점 주소 | 서울시 강남구 테헤란로117 |
| 영업점 규모 | 61개 |
| 고객 수 | 5,742,000명 |
| 총 임직원 수 | 3,404명 |
| 홈페이지 | www.kbinsure.co.kr |



주요성과

KB손해보험은 2015년 KB금융그룹에 편입됨에 따라 '고객 선호도 1위 보험사'가 되겠다는 목표로 원칙과 기본을 가장 중요하게 여기며 흔들리지 않는 경영원칙의 실천과 현장중심 경영을 실행하고 있습니다. 이와 더불어 고객중심의 서비스를 확장하고 브랜드의 인지도를 키우기 위해 소셜미디어, 모바일 홈페이지를 통한 소통의 행보를 이어오고 있습니다.

한국인터넷소통협회가 주최하고 미래창조과학부가 후원하는 '2015 제8회 대한민국 인터넷소통대상' 손해보험 부문과 인터넷서비스 부문에서 대상을 차지, 4년 연속 온라인 소통 1위 손해보험사로 자리매김하였습니다. 또한, 최적화된 기술(HTML5&CSS3)과 반응형 웹으로 구축된 KB손해보험의 모바일 홈페이지는 업계 최초로 원스톱 금융서비스를 적용해 이목을 끌었습니다. 그 결과 제12회 웹어워드코리아 시상에서 2015년 대한민국 최고의 모바일 홈페이지로 선정되는 성과를 거두었습니다. 2015년 업계 최초 빅데이터를 활용, 고객 맞춤형 보험설계를 제공하여, 급변하는 IT트렌드에 부합하는 시스템이라는 긍정적 평가를 받고 있으며 보험분야 최초 3년 연속 '웹 접근성 인증마크'를 획득하였습니다. 앞으로도 장기적인 고객 만족도 조사와 고객 패널단의 의견을 반영한 서비스 제공으로 고객 선호도 1위 보험사로 거듭나기 위해 노력할 것입니다.

*b KB국민카드



KB국민카드는 신용카드 부문의 사업역량 강화와 KB금융그룹의 비은행부문 경쟁력 제고를 위하여 (주)국민은행으로부터 분사하여 2011년 3월 2일 (주)케이비국민카드로 출범하였습니다. 고객 가치 중심의 차별화된 마케팅 및 다양한 혜택 강화 상품 출시 등을 통하여 대한민국 최고의 라이프 솔루션 Provider로 자리매김하기 위하여 최선을 다하고 있습니다. 또한, 핀테크 등 급변하는 지급 결제시장에 적극 대응하기 위하여 다양한 정보통신기술(ICT)기업과의 제휴를 추진하고 있습니다. 2015년 12월 말 기준 약 1,922만 명의 신용카드 및 체크카드 회원과 228만 여개의 가맹점을 보유하고 있으며, 25개의 지점 등을 운영하고 있습니다.

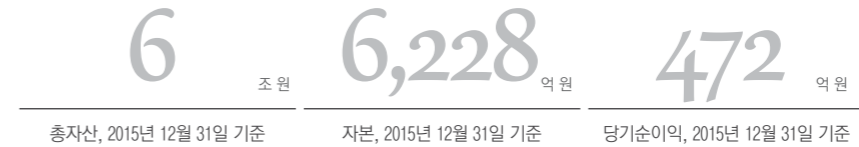
| | |
|---------|----------------------|
| 설립일 | 2011년 3월 2일 |
| 대표이사 | 윤웅원 |
| 본점 주소 | 서울시 종로구 새문안로3길 |
| 영업점 규모 | 38개(지점 25개, 영업소 13개) |
| 고객 수 | 19,215,624명 |
| 총 임직원 수 | 1,523명 |
| 홈페이지 | www.kbcard.com |



주요성과

KB국민카드는 은행 네트워크 활용 및 안정적 자금조달 구조를 바탕으로 전업카드사에 최적화된 사업전략을 수립하고 있으며, 신사업 발굴을 통해 지속 가능 성장 동력을 확보해 나가고 있습니다. 상품 개발 및 프로세스, 마케팅 채널 등 모든 경영활동에서 고객가치를 최우선으로 하여 상품 포트폴리오를 재정비하고, 혜택 강화형 상품의 라인업(Line-up)을 확대하였습니다. 유스(Youth) 고객을 대상으로 하는 청춘대로 카드, 30~50대를 대상으로 하는 다담카드, 60대 이상 고객을 위한 골드라이프 올림카드, 통합형 상품인 가온올림 실속형 카드 등 고객의 니즈를 반영한 다양한 상품을 지속 출시하고 있습니다. 또한, 성장 기반 확충을 위해 모바일 간편결제 등 미래 결제시장을 주도하기 위한 빅데이터(Big Data) 분석을 통해 차별화된 마케팅 서비스를 제공하고 있습니다. 이와 더불어 국내외 정보통신기업(ICT) 및 스타트업과의 제휴 추진을 통하여 핀테크시장 내 경쟁력을 강화하고, 앱카드, 스마트 OTP 카드 출시 등 모바일 지급 결제시장을 선점하기 위한 신상품을 출시로 신성장동력 확보를 위한 노력을 기울이고 있습니다. KB국민카드는 타업종과의 적극적인 업무 제휴 및 업의 본질에 부합하는 다양한 영역으로 사업을 확대하여 고객에게 신뢰받는 기업으로 재도약할 수 있도록 모든 역량을 집중하고 있습니다.

*b KB투자증권



KB투자증권은 채권발행시장(DCM) 및 자산유동화증권(ABS) 주관 부문에서 5년째 1위를 이어가고 있는 채권시장의 최강자입니다. 지난해 국내 회사채 및 ABS발행 대표주관 점유율 20.51%로 5년 연속 1위를 차지하였으며(블룸버그 집계 기준) 국내 채권 인수, 유동화증권(ABS) 대표주관 등 채권발행시장(DCM) 전 부문에서 압도적 1위를 기록하며 리그테이블 집계 6개 전 언론매체에서 2년 연속 1위를 석권하며 명실공히 기업금융부문에서 독보적 위치를 차지하고 있습니다. 주식발행시장(ECM)에서도 코넥스 상장 주관 및 스팩(SPAC, 기업인수목적회사) 투자를 통해 중소기업 자본 확충을 돕는 등 창조금융 활성화에 큰 역할을 했다는 평가를 받으며 국내 자본시장을 선도하는 IB로 성장하고 있습니다.

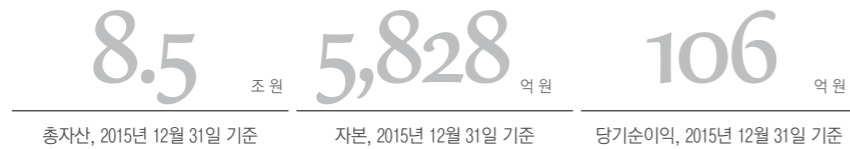
| | |
|---------|----------------------------|
| 설립일 | 1995년 8월16일 |
| 대표이사 | 전병조 |
| 본점 주소 | 서울시 영등포구 국제금융로2길 28 KB금융타워 |
| 영업점 규모 | 16개 |
| 고객 수 | 838,000명 |
| 총 임직원 수 | 588명 |
| 홈페이지 | www.kbsec.co.kr |



주요성과

KB투자증권은 업계 1위 시장 지위에 만족하지 않고 신시장 개척에 앞장서고 있습니다. 2015년 10월에는 자체 신용등급으로 회사채 공모 발행이 어려웠던 이랜드리테일의 보유 부동산을 활용해 담보부사채를 성공적으로 발행했고, 업계 최초로 SOC 민간투자사업 공모 ABS 발행을 주관하며 시장 선도자 입지를 확고히 구축했습니다. 인천공항철도 ABS는 사회간접자본 시장에서 공모 형식으로 발행된 최초 자산유동화증권으로 만기 10년 이상 ABS 가운데 최대 규모 딜로 기록됐으며, 7월에는 자산 유동화를 통해 거가대교 건설비용 총 3,000억 원을 확보하였습니다. 2015년에는 증권-은행 복합점포 7곳을 신설하였으며, 총 16곳의 복합점포를 보유하여 그룹 자산관리(WM)부문을 강화하고 있습니다. 이와 함께 금융업계 최초로 자산관리를 위한 동영상 서비스를 제공하는 모바일 애플리케이션인 'KB WM CAST'를 시장에 선보였습니다. KB WM CAST는 스마트폰에 최적화시킨 동영상을 제공하고, KB투자증권 애널리스트와 상품기획 담당자들이 직접 출연해 증권 투자 정보, 금융 상품 소개, 자산 배분 전략, 시장 트렌드, 금융 기초 상식 등을 설명합니다. 현재까지 43만 건이 넘는 다운로드 수를 기록하며 금융 애플리케이션 시장에 돌풍을 불러일으켰습니다. 이와 함께 차세대 MTS인 '스마트톡'을 선보이며 모바일 시대 금융시장을 선도하고 있습니다.

*b KB생명보험



2004년 6월 출범한 KB생명보험은 KB국민은행의 전국적인 영업망을 통한 방카슈랑스(BA) 채널 영업을 시작으로 다이렉트마케팅(DM) 채널, 법인 대리점(GA) 채널, 전속 대면채널인 금융컨설턴트(FC) 채널, 법인영업채널을 순차적으로 구축하고 온라인보험시장에도 진입하였으며 그룹 내 시너지 극대화를 위하여 교차 판매 채널, 보험 복합점포를 구축하여 시장 트렌드와 고객의 니즈에 부합하는 상품과 서비스를 제공하고 있습니다. 앞으로도 고객의 입장에서 이해하기 쉽고, 편리하며 가치있는 상품으로 선진화된 보험서비스를 제공하여 언제 어디서나 고객과 함께 성장하는 보험사가 되겠습니다.

| | |
|---------|----------------------------|
| 설립일 | 2004년 4월 29일 |
| 대표이사 | 신용길 |
| 본점 주소 | 서울시 영등포구 국제금융로2길 28 KB금융타워 |
| 영업점 규모 | 26개 |
| 고객 수 | 355,112명 |
| 총 임직원 수 | 328명 |
| 홈페이지 | www.kbli.co.kr |



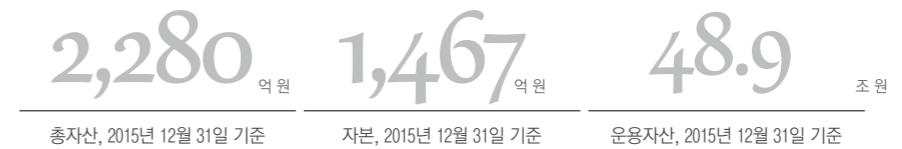
주요성과

KB생명보험은 고객 신뢰 제고를 목표로 시장과 채널 니즈 기반의 상품 개발과 고객 중심 업무 프로세스 개선 및 인프라 확충, 소비자 보호 체계 정립을 위해 역량을 집중하고 있습니다. 또한, 지속 성장 기틀 확립을 위해 가치 경영체계 정립, 재무건전성 규제 대응 및 리스크 관리 강화와 인적 역량 확충 노력을 지속하고 있습니다. 더불어 급변하는 금융 환경에 대응하기 위해서 다양한 신성장동력 창출 노력을 전개하고 있으며, 비대면 선호 고객을 위한 온라인보험 판매와 보험 복합점포 영업 개시 등 그룹 내 다양한 시너지 추진 영역 발굴을 통하여 시장기회를 포착하고 사업화하는 노력을 지속하고 있습니다.

KB생명보험 고객만족센터는 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 '한국 산업의 서비스 품질지수(KSQI)' 평가에서 11년 연속 생명보험산업 부문 우수 콜센터로 선정되었습니다. KSQI 평가는 한국능률협회컨설팅이 공공기관과 기업의 콜센터 서비스 품질을 수신여건, 고객맞이, 상담태도, 업무처리, 종료태도 등 16가지 항목으로 구분 평가 후 지수화한 것으로 90점 이상을 받아야 우수 콜센터로 인정됩니다. KB생명보험 고객만족센터는 평가 항목 중 수신여건과 상담태도 부문에서 특히 높은 점수를 획득한 것으로 나타났습니다.

KB생명보험은 지속적으로 성장하고 있는 보험대리점 채널의 시장지배력 확대를 통해 주력으로 성장시키고, 다이렉트채널과 방카슈랑스 채널은 수익성 강화에 초점을 맞추는 한편, 새로운 온라인보험시장 진입에 최선의 노력을 다하고 있습니다.

*b KB자산운용



KB자산운용은 종합 자산운용사로서 주식·채권·SOC·부동산 등 다양한 분야에서 총 50조 원에 이르는 자산을 운용하고 있습니다. 운용사의 운영역량이 집중된 장기펀드 시장에서 선도적인 위치에 올라섰으며, 다양한 상품 제공을 통해 고객에게 최적의 투자포트폴리오를 제시하고 있습니다. 수익률을 높이기 위한 무리한 운용보다는 장기투자 원칙에 입각한 운용과 리스크 관리를 통해 고객의 자산이 행복한 노후를 위한 자금으로 활용될 수 있도록 엄격한 내부통제를 추진해 나가고 있습니다. KB자산운용은 신성장동력 육성을 위해 최선을 다함과 동시에 투자원칙을 지키는 일관된 운용을 통해 국민의 사랑을 받는 국민의 자산운용사가 되도록 노력할 것입니다.

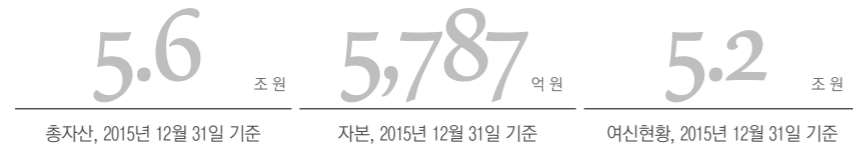
| | |
|---------|---------------------------------|
| 설립일 | 1988년 4월 28일 |
| 대표이사 | 이희권 |
| 본점 주소 | 서울시 영등포구 여의대로 70 (신한금융투자타워 25층) |
| 총 임직원 수 | 186명 |
| 홈페이지 | www.kbam.co.kr |



주요성과

2012년 말 30조 원이었던 총 관리자산은 2015년 12월 말 기준 48조 원으로 60% 가까이 증가했습니다. 2015년에는 중위험중수익 상품으로 시장을 선도한 결과, 채권혼합형펀드 분야에서만 3조 원 이상 수탁고를 늘렸고 인수금융펀드(5,700억 원)와 NPL(1,900억 원) 분야에서도 지속적인 성장을 거듭하고 있습니다. 또한, 최근에는 국내인프라 시장의 포화에 따른 성장한계로 해외 인프라시장 개척에 노력을 기울이고 있습니다. 특히, 지난해에는 국내 최대금융그룹인 KB브랜드가 주는 친숙함과 안정감의 기반 위에 수년간 국내주식형펀드 시장에서 보여준 뛰어난 운용성과를 바탕으로 퇴직연금펀드시장에서 눈부신 약진을 거듭해 업계 1위의 위상을 공고히 하였습니다. 미래 자산운용사들의 수익원으로 떠오른 퇴직연금펀드 시장은 많은 운용사들이 전사적으로 상품개발, 운용, 마케팅 역량을 집중하는 분야입니다. KB자산운용이 1위를 차지할 수 있었던 이유는 '올바른 자산운용'이라는 투자철학을 설정하고 이를 실천한 임직원들의 노력때문입니다. KB자산운용은 앞으로도 연금펀드(퇴직연금, 개인연금)에서의 성과를 극대화 할 계획이며, 국민의 행복한 노후생활을 위해 철저한 리스크 관리를 바탕으로 수익률을 높이고, 해외펀드 라인업을 보강해 투자처를 확대해 나갈 예정입니다.

*b KB 캐피탈



KB캐피탈은 2014년 3월 (주)KB금융지주 계열사 편입 후 소매금융에 강한 KB금융그룹 계열사와 연계한 영업을 지속적으로 성장시켜 나가고 있습니다. 자동차금융을 중심으로 개인금융까지 전 사업부문에 걸쳐 안정적인 자산성장을 이어오고 있습니다. 캐피탈 업계에서는 유일하게 자동차금융 전 분야에서 안정적인 포트폴리오를 갖추고 있습니다. 전국 24개 영업점을 통해 국산신차, 중고차, 수입차 시장 및 딜러사들과 네트워크를 형성하고 할부, 리스, 렌트 등 다양한 자동차금융 상품을 소비자들에게 제공하고 있습니다. KB캐피탈은 고객의 행복한 미래를 최우선 가치로 정하고 임직원 모두가 언제나 고객 곁에서 든든한 동반자가 되기 위하여 최선의 노력을 다하고 있습니다.

| | |
|---------|---------------------|
| 설립일 | 1989년 9월 11일 |
| 대표이사 | 박지우 |
| 본점 주소 | 경기도 수원시 팔달구 효원로 295 |
| 영업점 규모 | 24개(지점 17개, 사무소 7개) |
| 고객 수 | 410,000명 |
| 총 임직원 수 | 589명 |
| 홈페이지 | www.kbcapital.co.kr |

| | | |
|-------------------|---------------|---------------------|
| | | |
| 'SY 오토 캐피탈' 합작 설립 | 모바일 멤버십 업무 제휴 | 체크카드 신용대출 서비스 업무 제휴 |
| 협력기관: 쌍용자동차 | 협력기관: SK플래닛 | 협력기관: 현대증권 |
| 2015.9 | 2015.12 | 2015.12 |

주요성과

KB캐피탈은 재규어·랜드로바의 전속금융사이며 벤츠, BMW, 폭스바겐 등 전 브랜드에 걸친 실적을 바탕으로 수입차금융시장의 1위 자리를 꾸준히 유지하고 있습니다. 국내에서는 유일하게 자동차제조회사 계열이 아닌 금융회사로서 쌍용자동차의 전속금융사인 SY오토캐피탈을 설립하였습니다. 이를 통해 치열한 자동차금융시장에서 선도적 지위를 확보할 수 있는 토대를 마련하였으며 축적된 자동차금융 노하우를 바탕으로 해외 자동차금융시장 진출도 추진할 예정입니다. 개인금융 부문에서는 신용대출, 내구재 할부, 주택담보대출 등 다양한 상품을 취급하고 있습니다. 이와 더불어 SK플래닛과의 업무 제휴를 통해 모바일 멤버십인 'KB캐피탈 멤버스'를 12월 출시하였으며, 모바일 홈페이지 개편 등을 통해 고객이 온라인으로 편리하게 금융상품을 이용할 수 있는 기반을 구축하였습니다. KB캐피탈은 '국민의 생활금융 파트너'라는 슬로건 아래 국민여러분의 생활에 도움이 되는 대한민국 1등 여신금융회사로 도약하기 위해 최선의 노력을 다 할 것입니다.

*b KB 저축은행



KB저축은행은 KB금융그룹의 서민금융 전담 은행으로서 서민경제 안정화에 앞장서는 우량 저축은행으로 성장하고 있습니다. 서민, 지역 사회와 동반성장하는 '국민의 착한금융 파트너'로 자리매김하기 위해 저금리로 서민금융을 지원하고, 지역 중소기업에 대한 관계금융을 활성화하고 있습니다. 또한, 다양한 사회공익 활동을 통한 기업의 사회적 책임 실천을 지속적으로 전개하고 있습니다. KB저축은행은 앞으로도 KB금융그룹 계열사로서 지역발전과 고객 가치창출을 최우선으로 하는 초우량 저축은행이 될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

| | |
|---------|-------------------|
| 설립일 | 2012년 1월 13일 |
| 대표이사 | 김영만 |
| 본점 주소 | 서울시 송파구 송파대로 260 |
| 영업점 규모 | 9개 |
| 고객 수 | 299,753명 |
| 총 임직원 수 | 155명 |
| 홈페이지 | www.kbsavings.com |

| | | |
|--------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| | | |
| 2015 대한민국 명품브랜드 대상 | 2015 소비자가 선정한 품질만족 대상 | 2015 대한민국 금융혁신 대상 '서민금융부문 KB착한대출' |
| 한국경제 | 디지털조선일보 | 머니투데이 |
| 2015.3 | 2015.6 | 2015.11 |

주요성과

KB저축은행은 2015년 9월 '국민의 착한금융 파트너'를 브랜드 슬로건으로 정하고 서민의 권익과 삶의 질 향상을 위해 고객이 중심이 되는 착한금융을 실천하고 있습니다. 대표상품인 'KB착한대출'은 시중은행 이용이 어려운 서민의 자활을 지원하고, 불법 사금융의 폐해를 줄이기 위해 2013년 9월 출시된 개인신용대출 전용상품입니다. 이후에도 지속적으로 고객니즈를 반영한 'KB착한대출 모바일일' 출시로 상품성과 접근성을 개선하였으며, 캐피탈 등 제2금융권이나 대부업권을 이용하는 서민들이 고금리 채무에서 벗어날 수 있도록 대한전용 신용대출 상품인 'KB착한전환대출'을 선보여 서민들의 금리 부담을 덜어드리고 있습니다. 또한, KB국민은행과 연계하여 은행권 대출이 힘든 고객에 대해 KB국민은행 영업창구에서 곧바로 KB저축은행의 KB착한대출을 소개할 수 있도록 하는 등 서민의 금융생활 안정에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 공로를 인정받아 언론사와 공신력 있는 기관에서 선정하는 우수 금융기관 및 우수 금융상품 대상에 'KB저축은행'과 'KB착한대출'이 2015년 한 해동안 10여 차례 선정되었습니다. 이와 더불어 영업점 방문이 어려운 직장인 등 다양한 고객의 욕구를 반영해 인터넷·모바일 등 비대면채널 창구를 확대하고, 새로운 금융서비스를 지속적으로 도입하는 등 금융의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

*b KB 부동산신탁

2,238 억 원 2,033 억 원 203 억 원
 총자산, 2015년 12월 31일 기준 자본, 2015년 12월 31일 기준 당기순이익, 2015년 12월 31일 기준

KB부동산신탁은 고객의 부동산을 신탁 받아 이를 효율적으로 관리·운영하여 그 수익을 고객에게 돌려 드리는 부동산신탁 전업사로서, KB 금융그룹에서 부동산의 개발·관리·처분·REITs업무 등을 담당하고 있는 부동산 전문가 집단입니다. 안정적인 경영 활동과 소비자 보호를 위해 리스크관리, 경영 효율성 증대, 윤리경영을 강화하고 있으며 높은 신용등급과 탄탄한 자금력을 바탕으로 업계 최고수준의 수탁고를 유지하고 있습니다.

| | |
|---------|---------------------------------|
| 설립일 | 1996년 12월 3일 |
| 대표이사 | 정순일 |
| 본점 주소 | 서울시 강남구 테헤란로 124 삼원타워 15~16층 |
| 영업점 규모 | 3개 |
| 총 임직원 수 | 150명 |
| 홈페이지 | www.kbret.co.kr |



주요성과

2015년 KB부동산신탁은 변화하는 시장환경에 적극적으로 대응하고 영업실적 증대를 이루기 위해 규정 정비 및 제도개선을 시행하였고, 리츠부문 사업부서 추가신설·부서 통폐합 등을 통해 조직 운영의 효율성·합리성을 향상시켰습니다. 이를 토대로 수수료 수익은 전년대비 11.2%가 증가한 427억 원을 달성하였고, 총 수탁고는 2015년 12월 기준 18조 7천억 원으로 업계 최고 수준을 유지하고 있습니다.

한편 신탁부문 시장지배력 강화를 위해 당사 신용등급 및 KB브랜드를 활용한 책임준공부 관리형토지신탁 등 우량 고수익 사업을 발굴하였고, 상대적 고리스크 사업인 차입형토지신탁 부문에서는 우량사업을 선별하여 강원 속초 ‘대림e편한세상아파트’ 등 7건을 수주하였으며 철저한 관리를 통한 분양호조로 안정적으로 사업을 진행하고 있습니다. 아울러 ‘도시 및 주거환경 정비법’ 개정으로 2016년 3월부터 부동산신탁사의 재개발·재건축 등 정비사업 참여가 허용됨에 따라 재개발·재건축 TFT를 신설·운영하여 정비사업 참여를 준비하고 있습니다.

*b KB 인베스트먼트

2,768 억 원 1,458 억 원 13,450 억 원
 총자산, 2015년 12월 31일 기준 자본, 2015년 12월 31일 기준 운용자산, 2015년 12월 31일 기준

KB인베스트먼트는 미래 주도산업이 될 수 있는 차세대 신성장 산업 내 혁신적 기술과 서비스, 그리고 기업가 정신(Entrepreneurship)을 구비한 중소·벤처기업과 중견기업에 대한 지분투자(Equity investment)를 통해 투자기업의 혁신과 기업가치 제고를 지원함으로써 관련 업종 내 최고의 기업으로 성장시키는 것을 목표로 하고 있습니다. 또한, 급변하는 경영환경 속에서도 새로운 성장동력을 찾기 위해 노력하는 중소벤처기업 및 중견기업에 대한 투자와 더불어 포괄적인 경영지원 서비스(인사, 재무, 전략, 마케팅, 법률 지원)를 제공함으로써 투자기업의 지속 성장을 이끌어 내고 있습니다. KB 인베스트먼트는 업계 최고의 Leading Investment Firm 으로서 기업의 성장과 함께 하는 투자 파트너가 될 수 있도록 항상 최선을 다하겠습니다.

| | |
|---------|---------------------|
| 설립일 | 1990년 3월 27일 |
| 대표이사 | 박충선 |
| 본점 주소 | 서울시 강남구 영동대로 731 9층 |
| 고객 수 | 145개 사 |
| 총 임직원 수 | 37명 |
| 홈페이지 | www.kbic.co.kr |

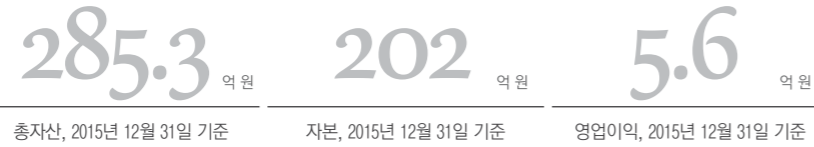


주요성과

KB인베스트먼트는 2015년 2개의 핀테크 업체를 포함한 34개 중소, 벤처업체에 607억 원의 투자를 집행하여 중소벤처기업의 성장에 기여하였습니다. 특히 새로운 국가 주력산업으로 부상하는 BIO, ICT 등 신성장 산업에 대한 투자를 확대하고 있으며, 지난 해 8개의 코스닥 상장사를 배출하는 등 우수 중소기업의 성장에도 기여하고 있습니다.

KB인베스트먼트는 2015년 7월 모태펀드 ‘글로벌헬스케어펀드’ 운용사 선정에 참여하여 선정된 바 있으며, 2016년 1월 1,500억 원 규모로 펀드 결성을 완료하였습니다. 이 펀드는 1,500억 원 규모의 대형 펀드로 창사 이래 최대 규모일 뿐만 아니라 차별화된 투자전략과 운용인력의 경쟁력을 인정받았다는 점에서 큰 의미를 가집니다. 또한, 이 펀드를 결성함으로써 KB인베스트먼트의 벤처조합 관리 자산규모 기준 시장 지위는 무려 14계단 상승한 업계 5위로 도약하였습니다.

*b KB 신용정보



KB신용정보는 KB금융그룹내 여신사후관리 전문기관으로서 채권추심 시장의 정체 등 어려운 경영 환경에도 불구하고 우수한 전문인력과 체계화된 채권관리 시스템을 바탕으로 업계를 선도하고 있으며, 특히, 부실채권의 효과적인 관리를 통해 금융거래의 선순환 구조 정착과 건전한 신용사회 구현에도 일익을 담당하고 있습니다. 향후에도 KB신용정보는 채권추심 등 핵심사업 부문의 경쟁력 강화를 바탕으로 업계 최고 수준의 경쟁력을 유지하는 한편, 새로운 성장 동력 발굴을 통해 '시장신뢰와 고객 만족·감동 서비스'를 지향하는 1등 종합 신용정보회사로 성장해 나갈 것을 약속 드립니다.

| | |
|---------|-------------------------|
| 설립일 | 1999년 10월 9일 |
| 대표이사 | 오현철 |
| 본점 주소 | 서울시 용산구 후암로 107 게이트웨이타워 |
| 영업점 규모 | 18개 (지점 16개, 센터 2개) |
| 고객 수 | 4,027기관 |
| 총 임직원 수 | 144명 |
| 홈페이지 | www.kbci.co.kr |



주요성과

KB신용정보는 채권 회수 성과를 극대화하기 위해 노력하고 있습니다. 2015년은 신용정보업 관련 금융시장 환경 및 규제환경 악화로 인한 채권추심 시장 축소로 추심활동 위축 등 영업 환경에 많은 어려움이 있었으나, 채권별 연체기간별 전담관리 체계를 강화하고, 내부 경쟁제도 강화, 실시 목적별, 시기별 다양한 프로모션 실시, 우수채권관리사 우대 정책 등 다각적인 노력을 통해 연간 약 2,400억 원 이상의 채권을 회수하여 연체율 축소 및 특별이익 발생 등으로 그룹 내 기여를 극대화 하였으며, 특히 4분기에 KB손해보험 구상권채권 약 160억 원을 신규 수입하여 관리하는 등 그룹내 역할도 더욱 확대하였습니다.

또한, 다양한 수익 기반을 마련하기 위해 2014년 2월 캠프채권 위임사로 재선정 되어 지속적으로 캠프채권을 관리중이며, 자산유동화법상 자산관리자 자격 요건을 충족하고 KNS, 마이에셋, 디스커버리 자산운용 등 거래 자산운용사에 대한 관리 강화, 민상사채권 집중관리 강화 등으로 계획 대비 106%의 회수율 실적을 달성하는 등 그룹 외 수익 기반 다변화를 위한 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

*b KB 데이터시스템



KB데이터시스템은 국내 금융IT의 선진화를 이끌며, 우리나라 금융 발전의 동반자 역할을 성실히 수행해 온 금융IT 전문기업입니다. 1991년 창사 이래 금융IT 분야에서 다양한 프로젝트 수행을 통하여 확립된 전문성을 바탕으로 그룹 내 필요한 IT서비스를 적시 제공함으로써 그룹 IT 효율화에 기여해오고 있습니다. 세부 사업영역으로는 IT컨설팅, 시스템 통합(SI), IT아웃소싱(SM)과 솔루션 개발·운영부문 등이 있으며, 앞으로도 업계 최고의 기술력과 최상의 솔루션을 기반으로 고객의 니즈에 부합하는 최적의 시스템을 제공함으로써 국내·외 금융산업 발전에 이바지 할 것입니다.

| | |
|---------|----------------------------|
| 설립일 | 1991년 9월 6일 |
| 대표이사 | 김운태 |
| 본점 주소 | 서울시 마포구 마포대로78 자람빌딩 13~14층 |
| 총 임직원 수 | 265명 |
| 홈페이지 | www.kds.co.kr |



주요성과

KB데이터시스템은 SM업무확대 및 SI사업의 선택과 집중이라는 명확한 사업 전략 아래, 계열사 IT시스템 운영의 안정성 제고 및 그룹 내 중요 IT시스템 구축의 중추적 역할과 그룹 IT역량 제고를 위해 다각적인 노력을 추진해 왔습니다. 계열사 IT운영에 있어, 각종 보안사고에 사전적으로 대비하고자 노력하고 있으며, 그룹 통합정보보호센터 대표 계열사 역할 수행, 계열사 스마트금융 관련 IT솔루션과 ALM, 바젤 시스템과 같은 리스크관리분야 등 성장가능성이 높고 그룹 IT역량 내재화를 위해 외부업체에 대한 기술의존도를 최소화 해야 할 필요가 있는 부문에서 모든 역량을 집중함으로써 KB금융그룹 IT계열사로서의 역할을 성실히 수행해 왔습니다.

그 결과 지주 및 각 계열사와 공감대를 이루며 당사의 발전방향에 대한 기틀을 마련하였으며, 특히 인터넷, 모바일, 보안, 리스크 등의 성장가능성이 높은 분야에 대한 그룹내 역할 확대 및 전문성 강화로 전략방향을 명확히 하였습니다. 또한, 그룹IT 역량진단 컨설팅을 통해 회사 중장기 발전에 대한 세부추진과제를 명확히 하여 향후 그룹IT 발전 및 효율화에 기여함과 동시에 금융IT시장에서 선두기업으로 발돋움 하는 계기를 마련하였습니다.

지배구조

이사회 구성 및 역할

KB금융지주 이사회는 최고의사결정기구로 법령과 정관에서 정한 사항 및 주요 사항을 결의하고, 경영진에 대한 감독, 기업가치 극대화와 이해관계자 신뢰 구축을 위해 노력하고 있습니다. 이사회는 상임이사 1명, 기타비상무이사 1명, 사외이사 6명 등 총 8명의 이사로 구성되어 있으며, 의장은 사외이사 중 호선에 의해 선임되도록 규정하고 있습니다. 이사회 산하에 감사위원회, 평가보상위원회, 리스크관리위원회, 지배구조위원회, 사외이사후보추천위원회, 감사위원후보추천위원회 등 6개의 소위원회를 운영하여 전문성과 독립성을 강화하고, 중요 사안에 대한 모니터링과 경영 자문 역할을 수행합니다.

| 이사회 구성 | 성명(임기) | 성별 | 직책 | 경력 |
|--------|-------------------|----|--|-----------------------|
| 상임이사 | 윤종규(2017.11.20) | 남 | 지배구조위원회 위원장, 사외이사후보추천위원회 위원 | KB금융지주 대표이사 회장(현) |
| | 최영희(2017.3.24) | 남 | 이사회위원장, 감사위원회 위원, 사외이사후보추천위원회 위원, 지배구조위원회 위원 | 신한금융지주 사장(전) |
| | 유석렬(2017.3.24) | 남 | 사외이사후보추천위원회 위원장, 리스크관리위원회 위원, 평가보상위원회 위원 | 삼성전자 고문(현) |
| | 이병남(2017.3.24) | 남 | 평가보상위원회 위원장, 사외이사후보추천위원회 위원, 지배구조위원회 위원 | LG 경영개발원 인화원 사장(현) |
| | 박재해(2017.3.24) | 남 | 리스크관리위원회 위원장, 지배구조위원회 위원, 평가보상위원회 위원 | 한국금융연구원 선임 연구위원(현) |
| 사외이사 | 김유니스경희(2017.3.24) | 여 | 감사위원회 위원, 리스크관리위원회 위원 | 이화여자대학교 법학전문대학원 교수(현) |
| | 한중수(2017.3.24) | 남 | 감사위원회 위원장, 평가보상위원회 위원 | 이화여자대학교 경영학과 교수(현) |
| | 이홍(2017.3.26) | 남 | 리스크관리위원회 위원, 지배구조위원회 위원 | 국민은행 경영기획그룹, 이사부행장(현) |

2016년 3월 27일 기준

KB금융지주는 이사회의 전문성을 높이기 위해 6개의 소위원회를 구성, 운영하고 있습니다.

| 소위원회 | 주요역할 |
|-------------|-----------------------------------|
| 감사위원회 | 감사업무관련 총괄 |
| 리스크관리위원회 | 리스크관리관련 정책/제도수립, 의사결정 |
| 지배구조위원회 | 회장 및 계열사 대표이사 경영승계 계획 수립, 승계절차 진행 |
| 평가보상위원회 | 평가·보상관련 제도 및 정책 수립, 의사결정 |
| 사외이사후보추천위원회 | 상시적인 사외이사 후보군 관리, 사외이사 후보 추천 |
| 감사위원후보추천위원회 | 감사위원회 위원후보 추천 |

2016년 3월 27일 기준

사외이사 선임 절차

KB금융지주는 투명한 사외이사 선임을 위하여 사외이사후보추천위원회 규정 등 사외이사 후보추천 절차를 명시하고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 사외이사 후보군 구성 시 주주, 외부 자문기관 등의 추천을 최대한 활용하고, 금융업·재무·회계·법률/규제·리스크관리·HR 등 전문 분야를 세분화하여 상시 관리합니다. 후보군 관리 내역은 연 2회 이사회에 보고되고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 금융지주회사법 등 관련법규에서 정한 전문성, 직무공정성, 윤리책임성, 충실성 등을 고려하여 사외이사 후보를 추천합니다.

이사회 활동

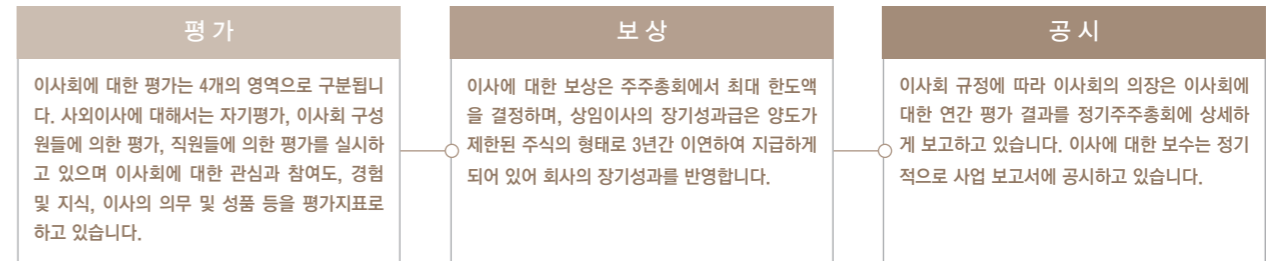
2015년 총 14회의 이사회가 개최되었으며 이사 평균 참석률은 평균 95.9%입니다. 매 분기 개최된 정기 이사회에서는 경영실적을 보고받고 그룹의 현안들에 대해 논의하였으며, 2015년 12월에 개최된 임시 이사회에서는 KB금융그룹의 중장기 주요 경영전략을 의결하고 2016년의 경영계획과 예산을 확정하였습니다.

전문성 제고 및 소통 노력

이사회회의 합리적인 의사결정을 지원하기 위해 2015년 총 4회의 사외이사 교육을 실시하였고, 업무 집행상황, 투자자 동향 등 경영 정보를 정기적으로 제공하고 있습니다. 이사회 워크숍을 통해 그룹의 중장기 전략 등에 대해 사외이사와 CEO를 비롯한 경영진이 자유롭게 토론하고, 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 이해관계자들과 활발하게 소통하고 있습니다.

평가 및 보상

이사회 평가는 이사회 구성 및 효율성, 이사회 기능과 역할, 이사회 책임, 주주 권리보호 및 주주관계로 구분됩니다. 사외이사 대상으로는 내부평가 및 동료평가, 외부평가로 구성되어 있습니다. 재임기간의 평가결과를 사외이사후보추천위원회에 제공하여 중임여부 판단에 참고하고 있으며 이사회 및 사외이사 평가 결과는 관련 규정에 따라 정기 주주총회에 보고하고 있습니다. 이사에 대한 보상은 주주총회에서 최대 한도액을 결정합니다. 상임이사의 장기성과급은 회사의 장기성과를 반영하기 위하여 양도가 제한된 주식의 형태로 3년간 이연지급하며, 보상내역은 정기적으로 사업 보고서에 공시하고 있습니다.



평가
이사회에 대한 평가는 4개의 영역으로 구분됩니다. 사외이사에 대해서는 자기평가, 이사회 구성원들에 의한 평가, 직원들에 의한 평가를 실시하고 있으며 이사회에 대한 관심과 참여도, 경험 및 지식, 이사의 의무 및 성품 등을 평가지표로 하고 있습니다.

보상
이사에 대한 보상은 주주총회에서 최대 한도액을 결정하며, 상임이사의 장기성과급은 양도가 제한된 주식의 형태로 3년간 이연하여 지급하게 되어 있어 회사의 장기성과를 반영합니다.

공시
이사회 규정에 따라 이사회의 의장은 이사회에 대한 연간 평가 결과를 정기주주총회에 상세하게 보고하고 있습니다. 이사에 대한 보수는 정기적으로 사업 보고서에 공시하고 있습니다.

리스크 관리

리스크 관리 체계

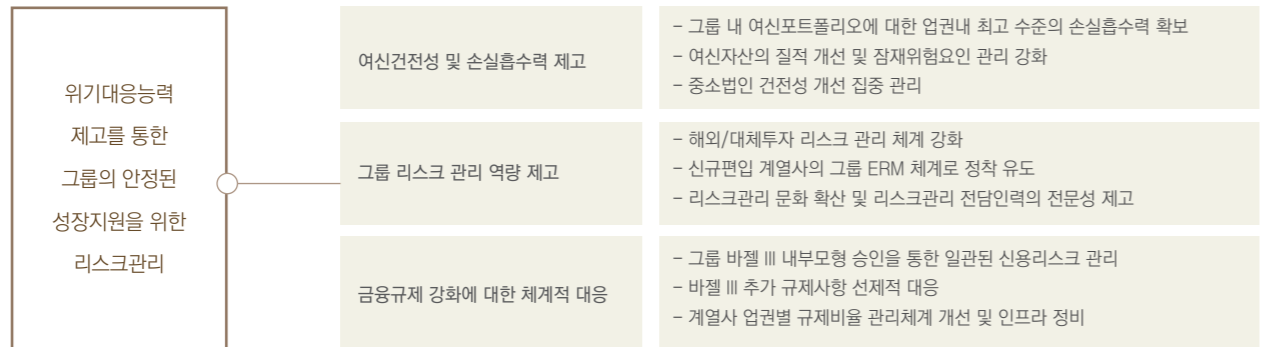
2000년대 이후 변화된 리스크 요인에 대응하고 자본의 효율적 관리를 위해 금융그룹 차원의 통합 리스크 관리 체계 구축의 필요성이 커지고 있습니다. KB금융그룹은 통합 리스크 관리 체계 구축 및 리스크 관리 능력을 제고하기 위해 은행과 카드사 중심으로 적용됐던 리스크 관리 기준을 KB투자증권, KB생명보험, KB저축은행, KB캐피탈 등 계열사로 확대하였습니다. 2015년 말 그룹 단일모형 기반의 바젤Ⅲ 기준 신용리스크 내부등급법 관리체계를 구축하였으며, 2016년에 감독 당국의 승인을 받을 예정입니다. 또한, 금융시장 환경 급변에 따른 리스크 관리와 KB국민은행 신용 포트폴리오 중점 관리, 주요 비은행 계열사 중점 관리를 핵심 리스크 관리 영역으로 분류하여 추진하고 있습니다. KB국민은행은 운영리스크 관리 체계 개선 프로젝트를 추진하여 잠재적 운영리스크에 대한 관리방안을 수립하고 주요위험지표(KRI) 업무 요건을 재정의하였습니다. 2015년 관련 전산개발에 착수하였으며 2016년에는 전 부점에 적용할 예정입니다. 최근에는 부도 및 회수데이터를 개선하고 회수 원천점검 프로세스를 구축하여 LGD/CCF를 재추정하였으며, 그룹 바젤Ⅲ 도입 지원 등을 위한 프로젝트를 수행하여 현재 감독기관의 승인을 요청한 상태입니다. 또한 위험가중자산 측정 개선 관련한 시스템을 재구축하였습니다.

KB국민카드는 그룹 바젤 Ⅲ 자본규제체계 도입을 위한 시스템 및 관리체계를 구축하였습니다. 신용리스크의 경우 소매 신용평가시스템을 전면 재개발하였으며, 전략운영시스템을 재구축하여 신용평가시스템 및 PD 등의 신용리스크 요소를 해당 운영시스템에 반영하였습니다.

KB투자증권은 2009년부터 리스크 관리 전산시스템을 구축하여 일별로 전사 및 Book별 리스크량을 측정하고 한도관리 모니터링을 수행하고 있습니다. 2015년 ELS 평가방법과 관련 전산 시스템을 개선하였으며 기타 장외파생상품 관련 리스크 관리 시스템 및 결제 시스템을 집중적으로 개선하였습니다.

리스크 관리 조직 강화

KB국민은행은 이사회 산하 소위원회로 리스크관리위원회를 설치하여 이사회로부터 리스크 관리 관련 권한을 위임받아 리스크 관리 정책 수립, 위험부담 수준 결정, 리스크 한도 설정, 리스크 관리 정책 및 시스템 적정성 감독업무 등을 수행하고 있습니다. 또한, 리스크관리협의회와 유형별 리스크관리심의회를 설치하였고, 리스크 관리 담당 임원 산하 리스크 관리 관련 부서에 100명 이상의 전문 인력을 배치하였습니다. KB금융은 사업이슈 뿐 아니라 사회책임 이슈가 기업경영에 미치는 중요성을 파악하여 전사 리스크관리 체계에 기후변화, 사회이슈 등을 포함시켜 관리하고 있습니다. 이사회 내에 리스크관리위원회를 통해 총괄하고 있으며 기후변화와 관련된 법적, 평판 리스크를 관리하기 위해 담당 조직을 구성하고 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다.



리스크 관리 방향

미국 금리가 인상되고, 중국 경기침체 우려가 현실이 될 경우, 글로벌 경기 불확실성은 높아질 것으로 예측됩니다. KB금융그룹은 경기침체와 이로 인한 산업의 구조조정 과정에서 우려되는 기존 자산의 부실화와 비우량 자산의 유입에 대비한 선제적 리스크 관리 체계를 운영하여 그룹 포트폴리오를 지속적으로 개선해 나가고자 합니다.

그룹차원의 리스크 관리 강화

KB금융그룹은 당면한 리스크 유형을 정의하여 정책 및 한도, 규제대응, 제도 및 프로세스, 자산 건전성, 관리체계 등을 그룹 중점 리스크 관리 활동으로 선정하여 이행하고 있습니다. 2015년에는 그룹 리스크 관리 정책 및 한도 설정, 그룹 자산 건전성 지표 안정화, 리스크 관리 체계 정교화, 그룹 바젤Ⅲ 자본규제 대비 내부모형관리체계 구축 등의 활동을 수행하였습니다. 특히, 저성장 기조 장기화 및 글로벌 금융 시장 불확실성에 대응하기 위해 그룹 포트폴리오의 질적 개선과 전사 리스크 관리 체계 강화에 노력했습니다.

계열사 리스크 관리 가이드라인 수립

계열사 특성에 따른 리스크 유형을 고려해 2016년 그룹 리스크 관리를 위한 계열사별 가이드라인을 수립, 각 전담부서를 통해 관리하고 있습니다. KB국민은행은 차주 상환능력을 고려한 여신운용 체계와 신용손실 관리 체계를 강화하고, KB국민카드는 적정 자산 성장 및 건전성 목표 관리를 통해 신용리스크에 대응하고 있습니다. 또한, KB투자증권, KB생명보험은 사업구조 다변화 및 대체투자 확대에 대비한 사전적 리스크를 관리하고, KB자산운용은 대체펀드 운용 관련 위험관리 체계를 강화해 나가고 있습니다. KB캐피탈과 KB저축은행도 리스크를 고려한 자산 운용체계 확립 및 잠재부실 요인에 대한 선제적 관리 체계의 수준을 높여나가고 있습니다.

| 그룹차원 리스크 유형정의 | 그룹 5대 리스크관리 활동 수행 |
|--|---|
| 신용리스크 거래 상대방의 채무 불이행, 계약 불이행 및 신용도 저하 등으로 인하여 보유하고 있는 자산 포트폴리오로부터 손실을 입을 수 있는 위험 | 자산의 균형 성장을 위한 계열사별 리스크 한도 설정 자본적정성관리를 위해 그룹 경영전략에 부합하는 리스크성향 (RA: Risk Appetite) 결정 |
| 시장리스크 금리, 주가, 환율 등 시장요인의 변동성에 따라 트레이딩 포지션으로부터 손실을 입을 수 있는 위험 | 금융감독원의 바젤Ⅲ 자본 규제 강화 요구 대응 1단계: 그룹 RDM 및 RWA 산출 시스템 구축 완료 2단계: 그룹 내부모형 관리체계 구축 프로젝트 완료 3단계: 그룹 단일기업신용평가 시스템 구축 (승인신청 중) |
| 금리리스크 시장금리가 불리한 방향으로 변동할 때 발생할 수 있는 순이자수입 감소 또는 순자산가치 하락 위험 | 신용평가모델 개선 및 리스크 측정 모수 정교화 은행 소매 익스포져 관련 부도를 측정기준 개선 카드 개인 신용평가모형 개선 |
| 유동성리스크 자금의 조달/운용기간의 불일치 또는 예기치 않은 자금유출 등으로 자금부족사태가 발생하거나, 자금부족을 해소하기 위한 고금리 조달 또는 보유자산의 불리한 매각 등으로 손실을 입을 수 있는 위험 | 자산 건전성 Target 비율 설정 관리 부실채권 사후관리 프로세스 최적화 가계 포트폴리오 신용정책 재정립 및 산업포트폴리오 관리정책 정교화 |
| 운영리스크 부적절하거나 잘못된 내부의 절차, 인력, 시스템 및 외부사건으로부터 손실을 입게 될 위험 | 신규 계열사 리스크관리체계 구축 및 조기 정착 유도 금융권역별 리스크관리 표준화 및 세분화 |
| 지속가능리스크 기후변화, 환경영향, 사회이슈 등의 ESG 요소에 의해 발생할 수 있는 위험 | |

| Key Performance Indicators | 단위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------------|----|------|------|------|------|
| 그룹 리스크관리위원회 개최 횟수(그룹) | 회 | 6 | 5 | 5 | 6 |
| 그룹사 리스크 관련 전담 조직 보유 비율(그룹) | % | 81.8 | 81.8 | 81.8 | 83.3 |
| 리스크 관련 전담인력 수(그룹) | 명 | - | - | 282 | 295 |
| 그룹사 가이드라인 수립 비율(그룹) | % | - | 72.7 | 81.8 | 83.3 |
| 리스크 전문가 양성 교육 이수자 수(그룹) | 명 | 18 | 4 | 126 | 129 |

이해관계자 참여

금융의 이머징 리스크

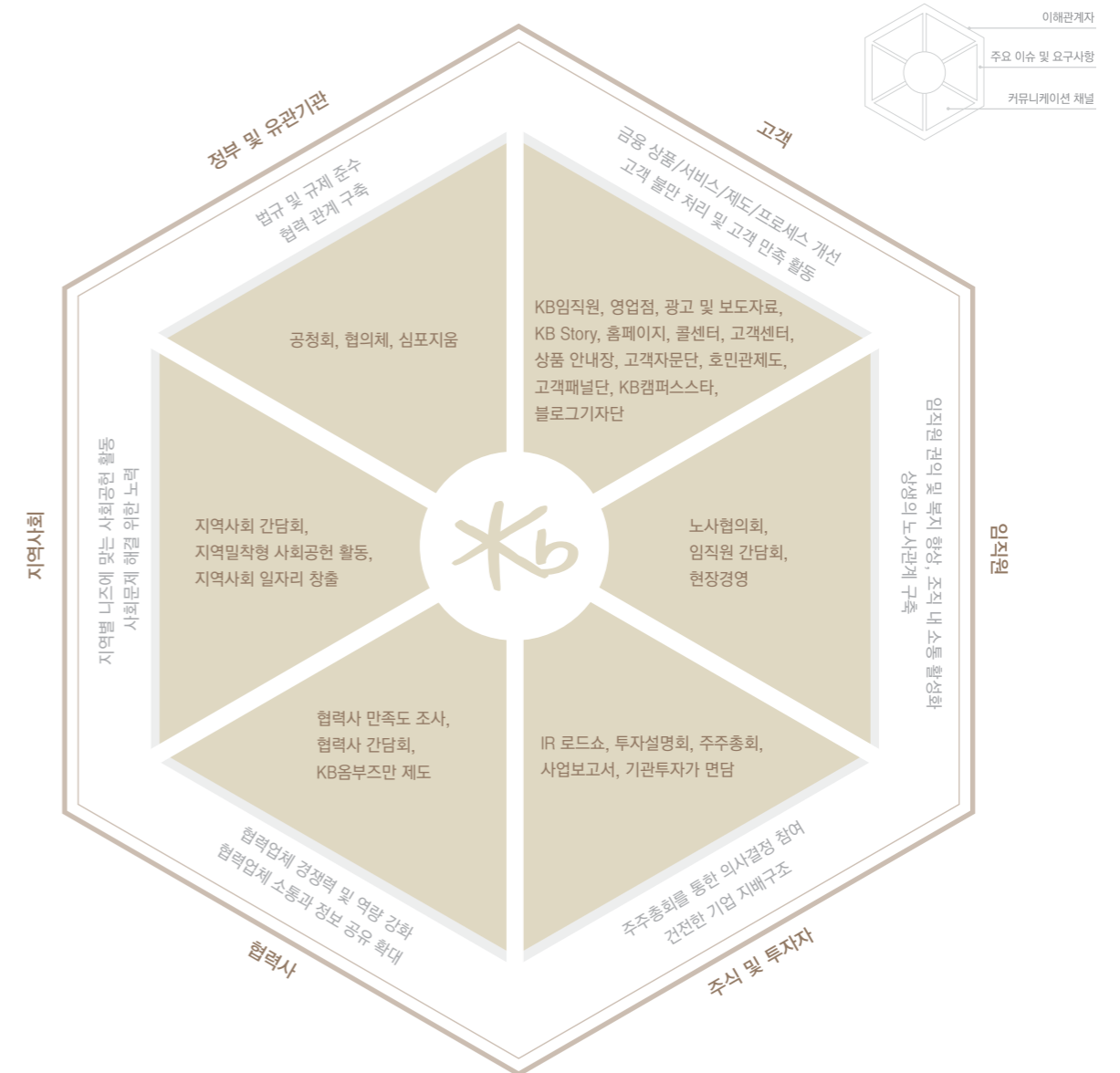
이머징 리스크는 기업의 미래 비즈니스에 중대한 영향을 미칠 수 있는 장기적 잠재 리스크를 의미합니다. 흔히 투자분야에서 관리하는 이머징 마켓 리스크와는 다른 개념입니다. 기업들은 지정학적, 사회적, 경제적, 기술적, 환경적 5가지 관점에서 이러한 리스크를 관리하고 있는데 지정학적 관점의 이머징 리스크는 증가하는 국제테러리즘, 대량 살상무기의 확산, 중동의 불안정한 상황 등을 예로 들 수 있습니다. 사회적 분야의 이머징 리스크는 전염병, 경제적 불평등, 인구통계학적 패턴의 급격한 변화 등입니다. 기술분야 리스크는 통신인프라 및 인터넷 블랙아웃 사태, 클라우드 컴퓨팅의 취약점, 사이버 전쟁과 산업스파이 문제, 새로운 기술의 출현과 관련 위험의 출현 등이며 환경적 리스크는 기후변화, 자연재해, 석유 매장량의 고갈, 산업공해, 생물다양성의 손실 등을 의미합니다. 금융 비즈니스에 영향을 미치는 이머징 리스크는 대부분 경제적 관점의 리스크를 의미하며 유가 충격과 에너지 공급 중단, 세계 경제의 불안정, 인구 통계학적 변화로 인한 재정적 위기, 자산가격과 상품시장의 변동성, 환율변화 등을 포함합니다.

KB금융그룹의 관리노력

KB금융그룹의 미래 비즈니스에 가장 중대한 영향을 미칠 이머징 리스크는 가계부채 부실화 가능성과 저성장 리스크입니다. 먼저 경기 침체가 지속되면서 가계부채 부실화에 대한 가능성이 커지고 있으며 이러한 리스크가 발생할 경우 잠재적으로는 국내외 실물경제 침체 등으로 가계부채 주택담보 대출, 신용대출, 소호대출, 카드금융, 자동차금융 등 KB의 주력 비즈니스 영역의 부실이 확산될 것으로 예측됩니다. 가계부채 부실화 가능성에 대한 우려는 가계부채의 총체적인 문제라기 보다는 경기상황에 민감하게 반응하는 고위험군(고 LTV, 저신용자, 다중채무자 등)을 중심으로 전개될 개선성이 높을 것으로 판단됨에 따라, 고위험군 신규 유입 억제 및 연착륙 모니터링을 통해 가계부채 고위험군의 리스크를 선제적으로 관리하고 있습니다.

또한, 2011년부터 '그룹 가계포트폴리오 리스크관리 협의체'를 운영하고 있으며, 가계부채 리스크 핵심 관리지표 등 관련 이슈를 공유하고 대응방안을 모색하고 있습니다. 그리고 국내 주택가격 급락을 가정한 위기상황 시나리오 테스트를 통해 리스크 유형별 손실 발생 예상 규모 및 당기순이익 영향을 분석하고 결과를 리스크관리위원회 및 경영진에게 보고하고 경영의사 결정을 지원하고 있습니다. 낮은 경제성장 이 지속됨에 따라 한계기업 등 고위험자산이 증가하고 있는데 이는 대손비용(Credit Cost)을 증가시켜 은행의 자본 적정성에 악영향을 미치게 됩니다. KB금융그룹은 고위험, 이슈산업 적기 대응체계를 구축하여 고위험자산 산업위험단계 설정 및 실행 계획을 수립하였으며 신용리스크관리실무자협의체(팀장 신설)를 통해 위험단계를 설정하고, 산업포트폴리오관리협의체(부서장)를 통해 실행방안을 확정했습니다. 또한 산업포트폴리오 리스크 통합관리를 위해 신용포트폴리오관리(Credit Portfolio Management, CPM)를 바탕으로 경영계획을 수립하였고, 산업별 신용정책을 반영한 산업별 총위험노출도(Total Exposure) 관리 한도를 설정했으며, 고위험산업 2차 한도(Sub-limit) 설정 및 신규취급 기준을 운영하고 있습니다.

| 이머징 리스크 | 리스크에 대한 설명 | 잠재적 비즈니스 영향 | 리스크 관리 방안 |
|--------------|---|---|--|
| 가계부채 부실화 가능성 | 경기침체 지속 등에 따른 가계부채 부실화 가능성 증대 | 국내의 실물경제 침체 등으로 인한 가계 부문 주택담보대출/신용대출/소호대출/카드금융/자동차금융 등 KB의 주력 비즈니스 영역 부실 확산 | 고위험군 신규 유입 억제 및 연착륙 모니터링 그룹 가계 포트폴리오 리스크관리 협의체 운영 국내주택가격 급락 등 위기 상황 시나리오 테스트 |
| 저성장 리스크 | 낮은 경제성장률 지속에 따른 한계기업 증가 및 은행의 이익기반 훼손 가능성 | 한계기업 등 고위험자산 증가는 Credit Cost를 증가시켜 은행의 자본적정성에 악영향을 미침 | 고위험/이슈산업 적기대응체계구축 산업포트폴리오 리스크 통합관리 |



KB금융그룹은 경영 활동에 직·간접적인 영향을 주고 받는 조직 또는 개인을 이해관계자로 정의하였습니다. 주요 이해관계자를 고객, 임직원, 주주 및 투자자, 협력사, 지역사회, 정부 및 유관기관으로 분류하고 있습니다. 이러한 이해관계자의 지속가능경영 활동에 대한 의견을 듣고 경영 활동에 적극 반영하기 위해 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

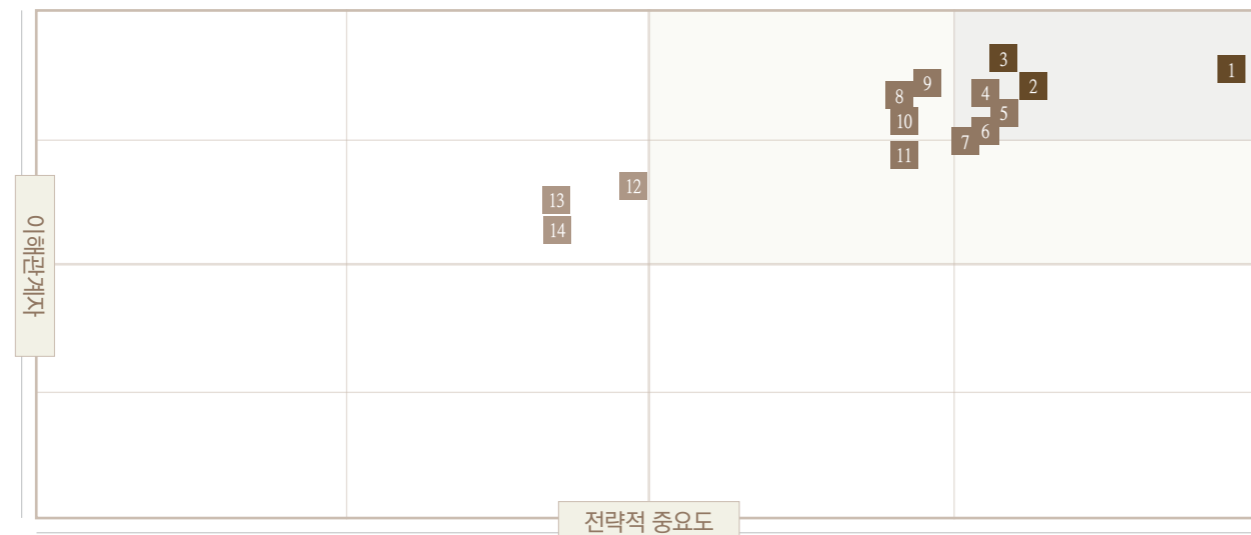
KB금융그룹은 그룹 차원에서 경영공시, 주주총회, 사업보고서, 홈페이지 등을 통해 경영 방향과 성과를 투명하게 공개하고, 계열사별 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 구축하여 이해관계자 니즈와 경영환경 변화에 신속하게 대응하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자와의 적극적인 소통을 통해 지속가능경영을 더욱 내실 있게 다져나갈 것이며, 이러한 이해관계자 참여를 지속가능경영보고서를 통해 매년 공개할 예정입니다.

보고 내용의 결정

KB금융그룹은 KB금융그룹의 비즈니스와 직·간접적으로 영향을 주고 받는 잠재 이슈를 탐색하고 도출된 이슈 중 지속가능경영보고서의 보고 내용을 결정하였습니다. 이를 위해 경제, 환경, 사회 각 분야에서 장기적 관점에서 다뤄야 할 이슈를 선별하고, 이해관계자가 가장 관심을 갖는 요소를 파악하기 위해 중대성 평가를 시행하였습니다.



중대성 평가 결과



| Material Aspects | 전략적 중요도 | 이해관계자 | 연관 측면 |
|-----------------------|---------|-------|--|
| 1 경제 성과와 사업 전략 | 95.8 | 80 | p.10 핀테크와 사업 역량 강화 (Economic Issue No. 1) |
| 2 핀테크 | 87.5 | 79.1 | p.16 브랜드 가치 관리 |
| 3 고객 정보 보호 | 83.3 | 81.1 | p.22 고객 중심 경영 |
| 4 브랜드 관리 | 81.9 | 75.7 | p.30 환경·사회 책임 금융 (Environment Issue No. 1) |
| 5 리스크 관리 | 81.9 | 75.1 | p.36 함께하는 금융 (Social Issue No. 1) |
| 6 제품 포트폴리오(환경·사회책임금융) | 80.6 | 74 | p.54 지배구조 |
| 7 지배구조 | 79.2 | 70.2 | p.56 리스크 관리 |
| 8 고객 만족 | 66.7 | 77.3 | p.62 경제 성과 |
| 9 고령화 | 69.4 | 74 | p.64 환경 성과 |
| 10 고용 | 68.1 | 71.5 | p.66 사회 성과 |
| 11 지역사회(금융포용, 사회공헌) | 68.1 | 69.9 | |
| 12 에너지 사용 | 44.4 | 61.5 | |
| 13 원재료 사용 | 31.9 | 60.7 | |
| 14 온실가스 배출 | 31.9 | 58.7 | |

Performance Summary

별도의 각주가 없는 한 모든 값은 전 그룹사 연결 데이터를 기준으로 합니다.
KB캐피탈은 2014년, KB손해보험은 2015년 인수하였으므로 그룹 편입연도부터 해당 데이터를 합산하였습니다.

경제 성과

재무 성과

| | | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------|-------------------|-----|------|------|------|------|
| 총 자산 | | 조 원 | 286 | 292 | 308 | 329 |
| 당기순이익 | | 조 원 | 1.7 | 1.3 | 1.4 | 1.7 |
| 신용등급 | Moody's | 등급 | A1 | A1 | A1 | A1 |
| | Standard & Poor's | 등급 | A | A | A | A |

* 신용등급은 KB국민은행 장기신용등급 기준, 이외 재무 성과는 전 그룹사 연결 데이터 기준

경제적 가치 배분

| | 단 위 | 2015 |
|-----------------|------|-----------|
| 고객: 예금 이자 | 백만 원 | 3,035,425 |
| 주주 및 투자자: 배당 | 백만 원 | 378,625 |
| 종업원: 급여, 복리후생비 | 백만 원 | 3,126,267 |
| 지역사회: 총 사회공헌 투자 | 백만 원 | 47,932 |
| 협력회사: 구매, 용역비 | 백만 원 | 94,348 |
| 정부: 법인세 | 백만 원 | 437,389 |
| 합 계 | 백만 원 | 7,119,986 |

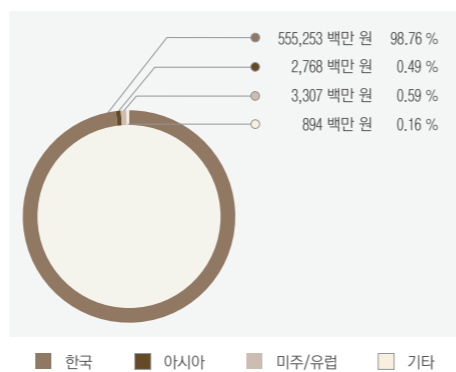
조세 정보

KB금융그룹의 매출 대부분은 국내에서 발생하므로 조세공과금의 대부분도 국내에서 발생하며 중국, 미국 등 국외에서 발생하는 금액은 미미합니다. KB금융그룹의 2015년 법인세 유효세율은 20.21%이며 이는 법정세율인 24.2%보다 낮습니다. 이러한 차이는 회계기준(K-IFRS)과 세법상 손익 인식 기준의 차이에 기인하며 주요 차이 내역은 연결감사보고서 주석 33에서 자세히 공개하고 있습니다.

국가별 조세 공과 현황

| | 단 위 | 영업 수익 | 영업 이익 | 법인세 비용 |
|-------|------|------------|-----------|---------|
| 국 내 | 백만 원 | 22,107,558 | 1,751,653 | 431,866 |
| 중 국 | 백만 원 | 56,798 | 25,882 | 910 |
| 미 국 | 백만 원 | 20,081 | 11,847 | 2,251 |
| 일 본 | 백만 원 | 16,105 | 10,709 | 235 |
| 뉴질랜드 | 백만 원 | 11,687 | 5,143 | 855 |
| 영 국 | 백만 원 | 10,756 | 7,602 | 869 |
| 국외 기타 | 백만 원 | 10,291 | 8,298 | 403 |
| 합 계 | 백만 원 | 22,233,276 | 1,821,134 | 437,389 |

지역별 조세 공과 현황



* 국외 기타 해당 국가: 베트남, 캄보디아

고객만족

| | | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------|--------------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| KB국민은행 | NCSI ¹⁾ | 순위 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| | 영업점 고객만족도 | 점 | 93.76 | 94.56 | 92.96 | 94.53 |
| KB손해보험 | NCSI | 순위 | - | - | - | 2 |
| | 영업점 고객만족도 | 점 | - | - | - | 93.4 |

주 1) NCSI(National Customer Satisfaction Index): 국가고객만족도, 한국생산성본부 주관

윤리경영

KB금융그룹은 계열사 준법감시인 및 실무자 협의회 등을 중심으로 반부패 교육을 실시하고 있으며 윤리 실천 문화를 확산하기 위해 표준 윤리강령, 협력회사 윤리행동 기준을 제정하여 그룹사 전 임직원 서약을 실시하고 있습니다. KB국민은행은 매월 부점장 주관 하에 소속 직원을 대상으로 법규준수 및 윤리경영 관련 교육을 실시하고 있으며, 인재개발부 직무연수 과정 중에도 법규준수 및 윤리경영 관련 교육을 실시하고 있습니다. 금융사고 및 내부통제 인식제고를 위해 매년 내부통제책임자를 대상으로 집합교육을 하고 있으며 2015년에는 금융 사고 근절을 위한 준법감시인 특별방송(KBN)을 실시하였습니다. 또한, 범죄행위, 부패, 윤리강령 위배 사항 등은 내부고발제도인 '올바른 제보제도'에 의해 안심하고 제보할 수 있는 다양한 채널을 두고 있으며 각 본부 부서별로 내부통제 위험을 진단하여 지속적으로 관리하고 있습니다.

| | | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------|-------|-----|------|------|------|------|
| 윤리경영 1인당 교육 시간 | 시간 | | 39.4 | 45.7 | 74.2 | 82.6 |
| 행동강령 및 반부패 정책 위반 | 비리 제보 | 건 | 0 | 2 | 6 | 7 |
| | 금품 수수 | 건 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | 기타 위반 | 건 | 133 | 145 | 36 | 47 |
| | 합 계 | 건 | 133 | 148 | 42 | 54 |
| 행동강령 및 반부패 정책 위반에 대한 조치 | 감봉 | 건 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | 면책 | 건 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | 기타 | 건 | 133 | 147 | 41 | 33 |
| | 합 계 | 건 | 133 | 149 | 41 | 33 |

* 윤리경영 1인당 교육 시간은 전 그룹사 기준이며 특히 KB투자증권에서 자금세탁 방지 교육을 확대함으로써 평균 교육 시간도 대폭 증가하였습니다. 정책 위반 및 조치 건수는 KB금융지주, KB투자증권, KB생명보험, KB자산운용, KB부동산신탁, KB신용정보, KB데이터시스템의 데이터를 포함합니다. 이 중 대부분의 해당 사례가 임직원 투자 규정상 매매 횡수 기준과 관련한 것으로 자본시장법규의 위반이 아닌 엄격한 사내 규정에 의한 것이며 지속적인 직원 교육으로 위반 및 조치 건수는 대폭 감소하였습니다(KB투자증권). 이외의 위반 사유는 대외 활동 시 복무 담당 부서장의 사전 승인 미준수, 경비 예산의 부적절한 사용, 영업 중의 허위 명함 사용 등이며 위반자에 대해서는 각 계열사 인사위원회와 영업윤리심의회 심의를 통해 견책, 해촉, 경고 등의 조치가 이루어졌습니다. 위반 건수와 조치 건수의 합계가 일치하지 않는 이유는 일부 제보가 동일인으로 추정되는 익명의 제보자에 의해 이루어졌으나 제보 대상자도 불특정하고 특별한 위반 사유도 발견되지 않아 제재 조치가 이루어지지 않았기 때문입니다.

환경 성과

KB금융그룹은 2014년까지는 은행의 환경데이터만을 집계, 보고하여 왔으나 2015년부터 체계적인 환경경영 추진을 위해 그룹 전 계열사 데이터를 집계, 관리하고 있습니다. 이에 따라 지난 4개년의 데이터를 커버리지 100%로 모두 재산출하였으므로 지난 해까지 표기해 온 값과는 다소 차이가 있을 수 있습니다. 또한 2015년에는 KB손해보험의 그룹 계열사 편입에 따라 항목별 수치가 증가하였습니다.

| 환경 효율성 | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------|------------------------|----------|----------|----------|----------|
| 물 사용량 | Million m ³ | 1,2935 | 1,1895 | 1,1994 | 1,6135 |
| 폐기물 처리량 | Metric ton | 2,310.10 | 3,107.04 | 2,760.87 | 2,986.74 |

* 폐기물 처리량에는 종량제 봉투 사용에 따른 폐기물 처리량을 무게 단위로 환산한 값이 포함되어 있습니다.

| 종이 사용 | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------|-----|---------|---------|---------|---------|
| 종이 사용량 | ton | 1,186.9 | 1,217.1 | 1,403.5 | 1,540.6 |

* 2012년 KB자산운용의 데이터는 집계되지 않았으며 KB손해보험의 데이터도 집계에서 제외되었습니다. KB손해보험은 2015년 중순부터 프린트 출력 관리 솔루션을 적용하여 2016년부터 정확한 종이 사용량을 집계할 수 있게 되었습니다. KB국민은행은 2014년 2월까지 영업점의 종이 사용량만을 관리하다가 2014년 3월부터 전사 종이사용량을 관리하고 있습니다.

온실가스 배출 및 에너지 사용

전력은 KB국민은행 온실가스 배출량의 약 90%를 차지하는 주요 온실가스 배출원입니다. KB국민은행은 사무실 전력 사용에 가장 큰 영향을 미치는 조명 효율을 향상시키기 위해 전 영업점을 대상으로 고효율 LED 조명을 순차 도입하고 있습니다. 2013년부터 2015년까지 총 349개 영업점에 LED 조명을 도입하였으며 이에 따라 총 8,708 MWh의 전력과 9.1억 원의 비용을 절감하고 4,060 ton의 온실가스 배출을 저감한 것으로 추정하고 있습니다.

한국에너지공단이 주관하는 '에너지 효율 시장' 시범 사업에도 참여하였는데 이는 LED 조명 교체를 약정하고 교체 후 절감 성과를 보상받는 사업입니다. 해당 시범 사업에 따라 KB국민은행은 소유 건물 소재 5개 영업점의 조명을 전면 LED로 교체하였으며 136 MWh의 전력과 1천 4백만 원의 비용을 절감하였습니다. 또한 2015년 7월 대형 소유 건물을 중심으로 경유에서 LNG 가스로 난방 연료를 교체함으로써 연간 8백 만원의 비용을 절감할 것으로 예상됩니다.

KB국민은행의 에너지 절감은 사회공헌으로도 이어집니다. 2015년에는 한국에너지공단과 '금융기관과 함께하는 절전 캠페인' 및 에너지 나눔 사회공헌 활동을 실시하여 영업점 객장 정수기에 타이머 콘센트를 부착하는 등의 방법으로 불필요한 운전과 대기 전력을 차단함으로써 전기 153 MWh, 비용 1천 백만 원을 절감하였습니다. 절감된 금액은 밀알학교와 다에다문화학교의 LED 조명 교체, 신재생에너지 관련 교보재 지원 등에 사용하였습니다.

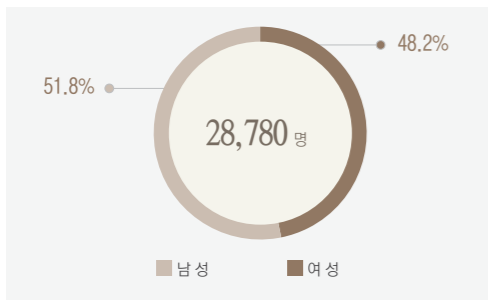
| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | |
|-----------|------------|--------------------|------------|------------|------------|------------|
| 온실가스 배출 | 직접 온실가스 배출 | tCO ₂ e | 19,448.97 | 18,588 | 17,299.94 | 23,560.67 |
| | 간접 온실가스 배출 | tCO ₂ e | 119,659.74 | 117,771.76 | 113,606.13 | 152,693.15 |
| 에너지사용량 | MWh | 774,312.03 | 760,809.93 | 730,173 | 983,900.91 | |
| 에너지 소비 비용 | 백만 원 | 80,838.18 | 79,428.56 | 76,230.06 | 102,719.25 | |

| 출장 | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | |
|----------------|-----------|---------------------|------------|------------|------------|------------|
| 출장거리 | 항공 | km | 12,401,085 | 11,390,498 | 11,171,778 | 10,343,157 |
| | 철도 | km | 6,110,192 | 5,466,401 | 5,221,317 | 7,001,465 |
| | 승용차 | km | 48,583,663 | 47,956,163 | 45,320,914 | 40,399,663 |
| | 버스 | km | 2,176,726 | 1,641,438 | 1,684,945 | 1,838,505 |
| | 총 출장거리 | km | 69,271,666 | 66,454,500 | 63,398,954 | 59,582,790 |
| 출장에 따른 온실가스 배출 | 항공 | kgCO ₂ e | 1,860,163 | 1,708,575 | 1,675,767 | 1,551,474 |
| | 철도 | kgCO ₂ e | 183,306 | 163,992 | 156,640 | 210,044 |
| | 승용차 | kgCO ₂ e | 10,202,569 | 10,070,794 | 9,517,392 | 8,483,929 |
| | 버스 | kgCO ₂ e | 60,295 | 45,468 | 46,673 | 50,927 |
| | 총 온실가스 배출 | kgCO ₂ e | 12,306,333 | 11,988,829 | 11,396,471 | 10,296,373 |

KB금융그룹의 2015년 총 출장거리는 59,582,790km였으며 온실가스 배출량은 10,296,373kgCO₂e였습니다. 2015년 KB손해보험 인수(2015년 6월)로 인해 2014년 대비 측정대상 기업 수가 증가하였으나 전 계열사 출장거리 관리 및 캠페인 실시 등 온실가스 저감을 위한 그룹차원의 시스템적인 노력을 기울인 결과, 총 출장거리와 이에 따른 온실가스 배출량은 감소하였습니다.

사회 성과

인력 비율



KB금융그룹의 전체 직원은 28,780명이며 그 중 48.2%인 13,872명이 여성입니다. 2014년 대비 총 여성 직원 비율은 46.5%에서 48.2%로 증가하였으며 관리직 여성 비율은 23.8%에서 26.5%로 증가했습니다. 또한 중간관리직 여성 비율도 23.9%에서 26.6%로 증가하였습니다. KB금융그룹은 여성 승격에 대한 제한을 두지 않으며, 현재 관리직 후보군이 되는 L0 및 L1 직급의 여성비율이 81.04%까지 증가하여 향후 여성 중간관리직은 더욱 많아질 것으로 예상됩니다.

고용

| | | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------|-----|-----|------|------|------|-------|
| 신규 채용 | 여 성 | 정규 | 207 | 124 | 135 | 122 |
| | | 비정규 | 66 | 257 | 228 | 319 |
| | | 합 계 | 273 | 381 | 363 | 441 |
| | 남 성 | 정규 | 244 | 245 | 282 | 308 |
| | | 비정규 | 50 | 107 | 99 | 150 |
| | | 합 계 | 294 | 352 | 381 | 458 |
| 합 계 | 정규 | 451 | 369 | 417 | 430 | |
| | 비정규 | 116 | 364 | 327 | 469 | |
| | 합 계 | 567 | 733 | 744 | 899 | |
| 이직 | 합 계 | 명 | 371 | 397 | 432 | 1,443 |

* 2015년 이직 인원에는 희망퇴직 인원 1,122명이 포함되었습니다.

노동 관행

| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| 단체 협약의 적용을 받는 직원 비율 | % | 90.98 | 91.12 | 91.86 | 94.96 |
| 임직원 고충 처리 해결 | 건 | 33 | 18 | 19 | 553 |

* 단체 협약의 적용을 받는 직원 비율은 노동조합이 운영되고 있는 KB국민은행, KB손해보험, KB국민카드, KB캐피탈, KB부동산신탁, KB신용정보의 데이터를 포함합니다. KB금융그룹은 결사의 자유를 보장하고 있지만 임직원이 노동조합을 구성하지 않을 경우에는 노동과 관련한 임직원의 권리를 보장하기 위해 노사협의회를 운영하고 있습니다. KB손해보험이 조직문화 계서판을 통한 임직원 고충 처리를 활성화하면서 2015년 고충 처리 해결 건 수가 급증하였습니다.

임직원 만족

KB금융그룹은 2012, 2013년 두 해 동안 잠시 보류하였던 임직원 만족도 조사를 2014년부터 재개하였습니다.

| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------|-----|------|------|------|------|
| 임직원 만족도 | 점 | - | - | 69.3 | 71.0 |

임직원 보건·안전과 웰빙

KB금융그룹은 임직원 건강과 웰빙 증진을 위하여 업무·비업무와 관련한 종합 건강 관리 프로그램을 운영하고 있습니다. KB국민은행은 2009년부터 맞춤형 개인 건강 관리 플랫폼인 에버헬스를 통해 건강 검진/평가, 헬스 케어, 웰니스 솔루션, 상담/커뮤니티, 에버헬스 샵 등 다섯 가지 영역에서 콘텐츠와 서비스를 제공하고 있으며 꾸준히 온라인 건강 서비스의 양과 질을 개선하고 있습니다. 이외에도 일부 계열사에서는 유연근무제를 시행하여 고령자, 산모와 육아중인 임직원을 포함한 많은 임직원들이 건강은 물론이고 일과 삶의 균형을 유지할 수 있도록 노력하고 있습니다.

사회공헌

KB금융그룹은 기부나 자원 봉사 등의 사회공헌 이외에도 경제 금융 교육 활성화를 위해 특히 노력하고 있으며 매년 수혜 인원은 금융권 최고 수준인 십만 명을 목표로 합니다. 향후 금융 교육 부문에서 양적인 확대 보다는 질적인 차별화에 집중할 계획입니다.

| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------|-----|--------|--------|---------|---------|
| 기부금 | 억 원 | 711 | 598 | 521 | 479 |
| 정치 기부금 | 억 원 | - | - | - | - |
| 임직원 1인당 사회공헌 활동 시간 | 시간 | 13.8 | 13.6 | 14 | 14.1 |
| 경제·금융 교육 수혜 인원(오프라인) | 명 | 44,952 | 88,534 | 111,161 | 147,413 |
| 경제·금융 교육 수혜 인원(온라인) | 명 | 27,599 | 30,739 | 31,988 | 45,136 |

지속가능한 공급망

KB국민은행의 공급망은 시설공사, 일반 구매, 용역, IT, 기타 컨설팅 및 유지 보수 등의 부문으로 구분되며 이외 계열사도 유사한 공급망 구조를 관리하고 있습니다. 정기적인 기술평가 등의 검증 절차를 통해 거래 요건에 부합하지 않는 기업은 거래 대상 협력회사에서 제외하고 있으며 재무상태, 이직률 뿐 아니라 평판, 지속가능성 등 재무적, 비재무적 요소를 종합적으로 고려하여 안정적인 공급망 관리를 진행하고 있습니다. KB금융그룹은 지속가능한 공급망 관리를 위해 2015년, 협력회사 윤리 행동 기준을 마련하였으며 KB국민은행은 거래업체 행동준칙에 따라 협력회사 지속가능경영의 정도를 평가할 수 있도록 자가진단 체크 리스트를 공개하였습니다. 2015년 KB국민은행은 시설공사 부문의 협력회사에 대해 지속가능성 자가 평가를 100% 완료하였으며 이후 IT, 일반 구매와 전 계열사로 이를 확대할 예정입니다.

| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------|-----|------|------|------|------|
| 협력회사 만족도 | 점 | 97.4 | 98.3 | 98.5 | 99.2 |
| 협력회사 지속가능성 자가 평가 기업 수 | 개 | - | - | - | 153 |
| 협력회사 지속가능성 자가 평가 기업 비율 | % | - | - | - | 46 |

금융 포용

| | 단 위 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------------------|-----|--------|--------|--------|--------|
| 저소득/저신용 서민금융 여신상품 규모 ¹⁾ | 억 원 | 6,661 | 7,379 | 8,113 | 8,670 |
| 저소득/저신용 서민금융 수신상품 규모 ¹⁾ | 억 원 | 51 | 4,668 | 9,106 | 16,064 |
| KB히든스타 500 여신 규모 | 억 원 | 14,785 | 19,035 | 16,800 | 13,175 |
| KB미소금융 지원 규모 | 억 원 | 165 | 123 | 169 | 226 |
| KB굿잡 구직등록 개인회원 수(누적) | 명 | 30,969 | 38,085 | 44,144 | 47,975 |
| 고령 고객 우대 상품 규모 ²⁾ | 억 원 | 1,898 | 2,006 | 40,814 | 45,279 |
| 퇴직연금 적립금 증가액 | 억 원 | 22,270 | 14,586 | 16,919 | 18,445 |

주 1) KB국민은행, KB캐피탈, KB저축은행, KB부동산신탁, KB손해보험 포함. 2) KB골드라이프 연금 우대 통장·적금·예금 실적

제3자 검증의견서

2015 KB금융그룹 지속가능경영보고서 독자 귀중

서문 한국능률협회인증원(KMAR)은 2015 KB금융그룹 지속가능경영보고서(이하 "보고서")의 검증을 요청 받았습니다. 보고서의 작성 책임은 KB금융그룹 경영자에게 있으며, 본 한국능률협회인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 데이터와 정보에 대한 검증의견서를 발급하는데 있습니다.

검증 범위 및 기준 KB금융그룹은 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 검증기준으로 AA1000AS(2008)를 적용하였으며, Type 2, Moderate Level의 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality) 및 대응성(Responsiveness) 원칙의 준수여부를 평가하였으며, 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다. 또한 보고 내용이 GRI G4 Guideline 기준을 준수하였는지 확인하였으며, 보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, KB금융그룹의 협력회사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증업무 한국능률협회인증원의 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같은 업무를 수행하였습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중요성 평가 절차 및 방법에 대한 검토
- 지속가능경영 전략 및 목표에 대한 검토
- 이해관계자 참여활동에 대한 검토
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 보증수준: 제한적 보증수준 (Limited Assurance)

검증결과 및 의견 검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 KB금융그룹과 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, 본 검증팀은 KB금융그룹의 지속가능경영보고서에서 아래 기재된 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 또한 검증범위에 포함된 상기 데이터가 적절하게 기술되지 않았다는 증거는 발견되지 않았습니다.

- **포괄성** 포괄성이란 지속가능성에 대해 책임 있고 전략적인 대응 방안을 개발하고 달성해 나가는 과정에 이해관계자를 참여토록 하는 것입니다.
 - KB금융그룹은 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 유지하고 있으며, 검증팀은 이 과정에서 누락된 중요한 이해관계자 그룹이 있음을 발견하지 못하였습니다.
- **중요성** 중요성이란 조직과 그 이해관계자에 대해 어떤 이슈가 갖는 관련성과 중대성을 판단하는 것으로서, 이러한 맥락에서 중요한 이슈란 조직 혹은 이해관계자들의 의사결정, 행동 및 성과에 영향을 줄 수 있는 이슈를 말합니다.
 - KB금융그룹은 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통해 파악된 이슈들의 중요성을 고유의 중대성 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.
- **대응성** 대응성이란 조직의 지속가능성 성과에 영향을 미치는 이해관계자 이슈에 대한 조직의 대응을 의미하며, 이해관계자와의 커뮤니케이션뿐만 아니라 조직의 의사결정, 활동 및 성과를 통해 실현됩니다.
 - 검증팀은 중요한 이해관계자 이슈에 대해서 KB금융그룹의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

또한 본 검증팀은, 보고서가 GRI G4의 핵심적 방식(Core Option)의 요구사항을 준수하지 않았다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

개선을 위한 제언

한국능률협회인증원은 KB금융그룹이 발간한 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

- 조직은 성과정보를 일관성 있게 선정, 편집, 보고해야 합니다. KB금융그룹은 일관성 개선을 위한 내부지침 및 관리체계 수립 그리고 운영을 통해 구체적인 데이터에 근거된 보고서 작성을 권고합니다.
- 또한, GRI에서 요구하는 핵심(중대)이슈를 포함한 정량지표 관리 및 보고 강화를 지속적으로 추진하시기를 권고합니다.

검증의 독립성

한국능률협회인증원은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 KB금융그룹의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않고 있으며 독립성을 유지하고 있습니다.

2016. 06. 24

K. H. Park

능률협회인증원 대표이사 박기호



GRI Content Index

| no, | 구분 | 지표 | 페이지 |
|--------|-----------------|---|-------------------|
| 일반표준공시 | | | |
| G4-1 | 전략과 분석 | 조직 최고이사결정자가 지속가능성을 위한 전략 등에 대해 밝힌 성명서 | 2-3 |
| G4-2 | | 핵심영향, 위험과 기회 | 3 |
| G4-3 | | 조직명칭 | 4 |
| G4-4 | | 대표브랜드, 상품 및 서비스 | 4-5 |
| G4-5 | | 본사 위치 | 4 |
| G4-6 | | 보고조직이 영업 중 이거나 주요 사업장이 있는 국가 수 | 4-5 |
| G4-7 | | 소유구조 특성 및 법적 형태 | 4-5 |
| G4-8 | | 대상시장(지역별구분, 사업분야, 고객/수익자유형) | 4-5 |
| G4-9 | 조직 프로파일 | 보고조직 규모 | 4-5 |
| G4-10 | | 고용유형, 고용계약 및 지역별 인력현황 | 42-53, 66 |
| G4-11 | | 단체교섭 적용대상 직원 비율 | 66 |
| G4-12 | | 보고조직 주요활동, 상품, 서비스 관련 공급망의 주요특징 | 4-5 |
| G4-13 | | 보고기간 중 규모, 구조 또는 소유구조상 중대한 변화 | 4-5 |
| G4-14 | | 사전예방원칙과 접근방법 채택여부 및 채택방식에 대한 설명 | 56-58 |
| G4-15 | | 경제환경사회적 헌장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브 | 72 |
| G4-16 | | 협회, 국가, 국제적 정책기구 멤버십 획득 현황 | 72 |
| G4-17 | | 주요사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사를 비롯한 조직구조 | 4-5 |
| G4-18 | | 보고서 내용과 측면경계 결정과정 | 60-61 |
| G4-19 | 중대이슈 및 보고 경계 도출 | 보고내용 정의 프로세스에서 확인된 중요성 측면 | 60-61 |
| G4-20 | | 내부보고경계(예: 국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체) | 60-61 |
| G4-21 | | 외부보고경계(예: 국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체) | 60-61 |
| G4-22 | | 이전 보고서에 제시된 정보의 재기술로 인한 효과 및 재기술 사유 | 재기술사항 없음 |
| G4-23 | | 이전 보고기간 대비 보고서 범위, 경계 또는 측정방식상의 큰변화 | 변화없음 |
| G4-24 | | 참여한 이해관계자 그룹 목록 | 59 |
| G4-25 | 이해관계자 참여 | 참여할 이해관계자 식별 및 선정기준 | 59 |
| G4-26 | | 참여유형, 이해관계자 그룹별 참여빈도 등 이해관계자 참여방식현황 | 59 |
| G4-27 | | 이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심주제와 관심사, 이에 대한 대처방식 | 59 |
| G4-28 | | 보고대상기간 | About this report |
| G4-29 | | 가장 최근보고서 일자 | About this report |
| G4-30 | 보고서 프로파일 | 보고주기(매년, 격년 등) | About this report |
| G4-31 | | 보고서 및 관련내용에 대한 문의처 제공 | 75 |
| G4-32 | | 보고서 내에서 표준공시사항의 위치를 나타내는 표 | 70-72 |
| G4-33 | | 제3자의 검증에 대한 정책과 최근 관행 | 69 |

| no, | 구분 | 지표 | 페이지 |
|--------------------------|----------------|---|--|
| G4-34 | | 조직의 지배구조 | 54 |
| G4-38 | | 이사회 및 위원회의 구성 | 54 |
| G4-39 | | 이사회 의장의 임원겸직여부 | 54 |
| G4-40 | 지배구조 | 최고 지배구조 기구 및 산하위원회의 임명과 선정 절차, 최고 지배구조 기구구성원의 임명 및 선정기준 | 54 |
| G4-41 | | 최고 지배구조 기구가 이해관계상충을 방지하고 관리하는 프로세스 | 54-55 |
| G4-43 | | 경제환경사회적 쟁점에 대한 최고이사결정기구의 관리역량을 강화하고 향상시키기 위한 조치 | 54-55 |
| G4-51 | | 이사회구성원, 고위관리자, 임원등에 대한 보상과 조직의 성과 | 54-55 |
| G4-56 | | 조직의 가치, 원칙, 표준 그리고 행동강령, 윤리강령 등의 행동규범 | 63 |
| G4-57 | 윤리 및 청렴성 | 윤리 및 법규 준수 행위와 조직의 청렴성 문제에 대한 내외부의 자문 메커니즘(안내, 상담서비스 등) | 63 |
| G4-58 | | 비윤리적이거나 불법적인 행위, 조직의 청렴성 문제 등을 신고할 수 있는 조직의 내외부 제도 | 63 |
| 특정표준공시 - 경제 | | | |
| EC1 | 경제적 성과 | 직접적인 경제가치 발생과 배분 | 62 |
| EC2 | | 기후변화가 조직활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회 | 30-31, 64-65 |
| EC7 | 간접경제 효과 | 사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향 | 30-33 |
| EC8 | | 영향 규모 등 중요한 간접 경제효과 | 36-38 |
| 특정표준공시 - 환경 | | | |
| EN3 | 에너지 | 조직 내부의 에너지 소비량 | 64 |
| EN6 | | 에너지 소비 감축량 | 64 |
| EN8 | 수자원 | 수원별 총 취수량 | 64 |
| EN15 | 배출 | 직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1) | 64 |
| EN16 | | 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2) | 64 |
| EN19 | | 온실가스(GHG) 배출 감축 | 64 |
| EN23 | | 유형 및 처리방법별 총 폐기물 중량 | 64 |
| EN30 | | 물류 | 사업 운영을 위한 상품, 기타 재화, 재료의 운송과 인력 구성원 수송이 환경에 미치는 중요한 영향 |
| 특정표준공시 - 사회 (노동관행 및 노동권) | | | |
| LA1 | 고용 | 연령/성별/지역에 따른 신규채용근로자와 이직근로자의 인원 수 및 비율 | 66 |
| LA9 | 훈련 및 교육 | 연령/성별/지역에 따른 근로자 1인당 한 해에 받는 평균교육시간 | 7, 40 |
| 특정표준공시 - 사회(인권) | | | |
| HR2 | 투자 | 사업 관련 인권정책 및 절차에 관한 근로자교육시간 및 교육을 받은 근로자의 비율 | 40 |
| HR4 | 단체교섭의 자유 및 단결권 | 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장과 일반 공급자 | 66 |
| HR12 | 인권 고충처리 메커니즘 | 인권과 관련하여 제기된 불만 건수 보고 | 66 |

| no, | 구분 | 지표 | 페이지 |
|-------------------|--------------|--|-----------|
| 특정표준공시 - 사회(사회) | | | |
| SO1 | 지역사회 | 지역사회에 참여하고 영향평가, 개발프로그램을 수행하는 사업장의 비율 | 15 |
| SO4 | 반부패 | 반부패정책 및 절차에 관한 공지와 교육 | 63 |
| SO5 | | 확인된 부패사례와 이에 대한 조치 | 63 |
| SO8 | 제재 | 법률 및 규정위반에 대한 중대한 벌금 액수와 비금전적 제재 횟수 | 해당사항 없음 |
| SO11 | 사회 고충처리 메커니즘 | 공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 사회에 미치는 영향에 관한 고충건수 | 26 |
| 특정표준공시 - 사회(상품책임) | | | |
| PR5 | 상품 및 서비스 라벨링 | 고객만족도 평가 설문 결과 | 63 |
| PR7 | 마케팅 | 광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수 | 없음 |
| PR8 | 고객 정보보호 규제 | 고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만건수 | 없음 |
| DMA | | 금융 상품 및 서비스의 공정한 설계 및 판매에 대한 정책 | 26-29 |
| FS7 | 상품 포트폴리오 | 사회적 가치를 제공하는 금융상품의 유형별 가치 | 30-33, 68 |
| FS8 | | 환경적 가치를 제공하는 금융상품의 유형별 가치 | 30-31 |
| FS13 | 지역 공동체 | 인구 저밀도 혹은 경제적 낙후 지역에 대한 접근성 | 31 |
| FS14 | | 장애인을 위한 금융서비스 접근성 강화 조치 | 31 |

주요 가입 단체 및 원칙 참여

주요 가입 단체

| | |
|----------------|----------|
| 21세기금융비전포럼 | 한국연금학회 |
| 전경련 국제경영원(IMI) | 전국은행연합회 |
| 국가경영전략연구원 | 전국경제인연합회 |
| 서울이코노미스트클럽 | 한국경영자총협회 |
| 서울파이낸셜포럼 | 금융투자협회 |
| 세계경제연구원 | 한국무역협회 |
| 인간개발연구원 | 한국능률협회 |
| 한일경제협회 | 생명보험협회 |
| 대한상공회의소 | 대한주택건설협회 |
| 글로벌금융학회 | 한국리츠협회 |
| 한국국제금융학회 | 여신금융협회 |

원칙 참여

UN Global Compact

오른길로
향하다

2015 KB금융그룹 지속가능경영보고서

본 보고서는 KB금융그룹 홈페이지 내에서 PDF파일로도 제공되어 열람 및 다운로드가 가능합니다.

서울특별시 영등포구 국제금융로8길 26
KB금융지주 홍보부
T 02-2073-7822 F 02-2073-0639



본 보고서는 제작 과정에서 발생하는 환경 영향을 최소화하기 위하여
별색과 코팅 공정을 지양하고 공기름 잉크를 사용하였습니다.