

심층분석보고서

26상_KB국민은행_하계체험형인턴-디지털부문

마감일: 6월24일17시00분

| 노영우 컨설턴트 & 취업 플랫폼 '룩센트'

Executive Summary

KB국민은행은 KB금융지주의 핵심 은행 자회사이며, 2026년 6월 현재 그룹 총자산의 약 70%를 책임지는 그룹의 중심입니다. 지주(KB금융지주)는 2008년 9월 포괄적 주식이전으로 세운 순수지주회사이고, 은행은 2001년 11월 구(舊)국민은행과 구(舊)주택은행의 대등합병으로 출범한 법인입니다. 두 법인을 뒤섞으면 기본기가 흔들리므로, 이 보고서는 '지주 아래 은행, 그 옆에 증권·보험·카드 형제 계열사'라는 지도를 먼저 깔고 시작합니다.

2026년 6월 시점에서 KB금융은 2025년 연간 당기순이익 5조8430억원(전년 대비 15.1% 증가)으로 사상 최대 실적과 3년 연속 리딩금융을 달성했고, 그 가운데 KB국민은행이 3조 8620억원(전년 대비 18.8% 증가)을 벌여 2025년 리딩뱅크 자리를 되찾았습니다. 다만 2026년 1분기에는 신한은행이 리딩뱅크를 다시 가져갔으며, KB금융 그룹 순이익은 1조 8924억원(전년 동기 대비 11.5% 증가), 그중 국민은행이 1조1010억원으로 그룹의 57%를 채웠습니다. 비은행 비중이 43%까지 올라 사상 최고를 기록한 점이 2026년 실적의 성격을 압축합니다. 은행 한 축에 기대던 그룹이, 증권·자산운용 수수료라는 두 번째 엔진을 본격 가동했다는 뜻입니다.

산업 환경은 '금리가 멈춘 자리'에 서 있습니다. 한국은행은 2025년 5월 기준금리를 연 2.50%로 내린 뒤 2026년 5월 회의까지 잇따라 동결했고, 이창용 총재는 금리가 중립 수준에 와 있다며 동결 장기화 가능성을 열어 두었습니다. 금리 인하기에 순이자마진이 무너질 것이라는 걱정과 달리, KB국민은행의 NIM은 2026년 1분기 1.77%로 전분기보다 2bp 올랐습니다. 고금리 정기예금 리프라이싱과 핵심예금(저원가성예금) 확대로 조달비용을 눌러 이자이익을 지켜낸 결과입니다. 이자 모델의 한계를 비이자·비은행으로 메우고, 그 엔진을 데이터와 AI로 다시 짜는 흐름이 2026년 은행업의 본질입니다.

바로 이 흐름이 디지털 부문 인턴의 의미를 설명합니다. KB는 KB스타뱅킹을 시중은행 1위 슈퍼앱(2025년 3분기 월간활성이용자수 약 1379만명)으로 키웠고, 2025년 5월 금융권 최초로 에이전틱 AI 기반 'KB GenAI 포털'을 8개 계열사 공동으로 열었습니다. 이어 7월에는 금융권 최초로 'AI 에이전트용 데이터 플랫폼'(에이전트 중심 데이터 현대화) 구축에 나섰습니다. 향후 3년간 그룹 주요 업무 영역에 수십에서 수백 개 AI 에이전트를 단계적으로 배치하고, 2030년 'No.1 디지털 금융 플랫폼'을 목표로 내걸었습니다. 양종희 회장은 "금융 AI 라고 하면 KB를 떠올리게 해야 한다"고 했고, 이환주 행장은 2026년 신년사에서 '확장'과 '전환'을 핵심어로 제시했습니다. 이 인턴의 우대사항이 전부 데이터 자격(빅데이터분석기사·ADsP·DAP·SQLD·SQLP)인 까닭이 여기 있습니다. AI 에이전트가 작동하려면 흩어진 데이터에서 양질의 자료를 골라 정제하고 분석하는 사람이 있어야 하고, 그 출발점이 데이터를 다루는 디지털 인재입니다. 본 보고서는 산업 구조, 경쟁 지형, 회사 심층, 인재상, 직무 순으로 내려가며 2026년 6월 기준의 사실과 해석을 정리합니다.

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 은행업의 본질: 남의 돈을 모아 굴리는 신용 변환 사업

은행업을 한 문장으로 정의하면 '예금이라는 형태로 남의 돈을 모아, 대출이라는 형태로 다른 사람에게 빌려주고, 그 금리 차이로 살아가는 사업'입니다. 제조업이 원재료를 사서 제품을 팔아 마진을 남긴다면, 은행은 '돈'이라는 원재료를 싸게 조달해 비싸게 운용하는 마진 사업입니다. 이 구조를 이해하려면 먼저 두 개념을 풀어야 합니다.

예대마진이라는 말부터 보겠습니다. 글자 그대로 '예금과 대출의 마진'이며, 쉽게 말해 대출금리에서 예금금리를 뺀 차이입니다. 이 차이가 은행 산업에서 결정적인 까닭은, 한국 은행 수익의 절대 비중이 여기서 나오기 때문입니다. 예금자에게 연 2.5%를 주고 받은 돈을 대출자에게 연 4.5%에 빌려주면, 그 2.0%포인트가 은행의 1차 수익원이 됩니다. KB 국민은행처럼 가계·기업 대출 잔액이 거대한 은행에서는, 이 작은 차이가 조 단위 이익으로 불어납니다.

NIM, 곧 순이자마진은 예대마진을 더 정교하게 다듬은 지표입니다. 은행이 이자수익자산(대출과 유가증권 등)을 굴려 번 이자수익에서 조달비용을 뺀 순이자이익을, 그 자산의 평균 규모로 나눈 비율입니다. 예대마진이 '두 금리의 차이'라면, NIM은 '굴리는 자산 전체가 실제로 남기는 수익률'이어서, 증권사 리포트와 IR 자료가 은행 수익성의 대표 신호로 삼습니다. 비유하자면 NIM은 거대한 물탱크의 효율입니다. 들어오는 물(이자수익)과 빠지는 물(이자비용)의 차이를 탱크 크기(자산)로 나눈 값이어서, 탱크가 아무리 커도 효율이 낮으면 남는 물이 적습니다. KB국민은행의 NIM이 2026년 1분기 1.77%라는 말은, 은행이 굴리는 자산 100원당 1.77원의 순이자를 남긴다는 뜻입니다.

1-2. 수익 구조: 이자이익 의존과 비이자이익이라는 두 번째 엔진

은행 수익은 크게 이자이익(예대마진 기반)과 비이자이익(수수료·외환·유가증권 손익 등)으로 나뉩니다. 한국 은행은 오랫동안 이자이익 비중이 압도적으로 높았는데, 이것이 양날의 칼입니다. 금리 상승기에는 막대한 이익을 내지만, 금리 하락기에는 타격을 받고 '이자장사' 비판도 함께 받습니다.

2026년의 그림은 이 약점을 정면으로 보여 줍니다. KB금융의 2026년 1분기 순수수수료이익은 1조3593억원으로 전년 동기 대비 45.5% 늘었고, 비이자이익은 1조6509억원에 달했습니다. 증권·자산운용 등 자본시장 관련 계열사 수수료가 이 성장을 이끌었습니다. 주식시장으로 자금이 옮겨 가는 이른바 '머니무브'를, KB는 위기가 아니라 비이자·비은행 수익을 키우는 기회로 받아 안았습니다. KB금융 재무 담당 임원은 2026년 1분기 실적 설명에서 "전통 은행산업에서는 위기로 보일 수 있는 머니무브의 물결을, 비이자·비은행 부문 수익성을 극대화하는 기회로 활용해 그룹 전체 펀더멘털을 한 단계 끌어올렸다"고 평가했습니다. 2025년 연간 기준으로도 그룹 순수수수료이익은 4조983억원으로 전년 대비 6.5% 늘어, 이자이익(순이자이익 13조731억원, 전년과 유사)이 정체된 자리를 수수료가 메웠습니다.

1-3. 시장 구조: 4대 시중은행 과점과 인터넷전문은행의 균열

한국 은행 시장은 KB국민·신한·하나·우리 4대 시중은행에 NH농협을 더한 큰 은행들이 압도적 점유율을 가진 과점 구조입니다. 여기에 2017년 출범한 인터넷전문은행 3사(카카오뱅크·케이뱅크·토스뱅크)가 균열을 내고 있습니다. 인터넷전문은행의 대출·예금 점유율 합계는 아직 한 자릿수에 머물지만, 지점 없는 모바일 영업과 간편한 사용자 경험으로 성장 속도가 가파릅니다. 카카오뱅크의 대출 잔액 순위가 일부 지방은행을 넘어선 점이 그 상징입니다.

이 구조에서 KB국민은행의 위상은 '총자산 기준 업계 1위'입니다. 다만 '리딩뱅크'(순이익 1위 은행) 자리는 해마다 주인이 바뀝니다. 2023년 하나은행, 2024년 신한은행, 2025년 KB국민은행이 차례로 1위에 올랐고, 2026년 1분기에는 신한은행이 다시 가져갔습니다. 반면 '리딩금융'(순이익 1위 금융지주) 자리는 KB금융이 2023년부터 2025년까지 3년 연속 지켰습니다. 은행 순위는 엇치락뒤치락해도, 증권·보험·카드를 포함한 그룹 단위 종합 체력에서는 KB가 앞선다는 뜻입니다. 양종희 회장이 취임한 2023년 그룹 순이익 4조5948억원에서, 2024년 5조782억원, 2025년 5조8430억원으로 매년 계단을 올라온 흐름이 이를 뒷받침합니다.

1-4. 거시 변수: 멈춘 기준금리, DSR, 예대금리차 공시, 가계부채 규제

은행업은 거시경제 변수에 극도로 민감합니다. 2026년 6월의 핵심 변수는 '금리가 멈췄다'는 사실입니다.

기준금리는 한국은행 금융통화위원회가 정하는 정책금리로, 시장금리의 출발점입니다. 한국은행은 2025년 5월 기준금리를 연 2.75%에서 2.50%로 내린 뒤, 2025년 7월·8월·10월·11월, 2026년 1월·2월·4월·5월에 이르기까지 잇따라 동결했습니다. 2026년 5월 28일 회의에서도 연 2.50%를 유지했습니다. 이창용 총재는 2025년 11월 회의 직후 "기준금리는 금융안정을 고려할 때 중립금리 수준에 와 있다"며 "추가 인하 가능성과 동결 가능성을 모두 열어둘 필요가 있다"고 밝혔고, 마이너스 아웃풋갭이 빨라야 2026년 말에서 2027년 초에 닫힐 것으로 전망했습니다. 인하 사이클이 끝난 것은 아니지만, 당분간 금리가 한 자리에 머무는 동결 장기화가 2026년 상반기의 기조입니다.

금리가 멈추면 은행에는 양면의 효과가 생깁니다. 추가 인하로 대출금리가 더 떨어질 걱정은 줄지만, 과거 고금리 시절 받아 둔 정기예금이 만기마다 더 낮은 금리로 갈아타는 리프라이징 효과가 조달비용을 눌러 줍니다. KB국민은행이 2026년 1분기 NIM을 1.77%로 끌어올린 동력이 바로 이 리프라이징과 핵심예금 증대입니다. 은행의 핵심예금(이자를 거의 주지 않는 입출금성 예금)은 2025년 3월 156조원에서 2026년 3월 171조원으로 늘었습니다. 고객이 투자상품으로 돈을 옮기는 와중에도 저렴한 자금줄을 키운 셈입니다.

DSR, 곧 총부채원리금상환비율은 차주가 가진 모든 대출의 연간 원리금 상환액을 연소득으로 나눈 비율로, 쉽게 말해 '소득 대비 빚 갚는 부담'을 규제하는 장치입니다. 정부가 가계부채를 잡으려고 DSR 규제를 조이면 은행의 대출 성장이 둔화합니다. 2025년 가을의 '10·15 부동산 대책' 이후 강화된 대출 총량 규제가 대표적이며, KB국민은행의 2026년 3월 말 가계대출 잔액이 전년 말 대비 0.4% 줄어든 데에는 이런 규제 영향이 깔려 있습니다. 같은 시점

원화대출금은 379조원으로, 가계대출은 줄었으나 대기업 대출과 생산적 금융 중심의 기업대출이 늘며 전체를 떠받쳤습니다.

예대금리차 공시 제도는 은행별 예금·대출 금리차를 공개해 가격을 견제하는 정책이고, '이자장사' 여론과 맞물려 은행이 대출금리를 마음대로 올리기가 어렵게 만듭니다. 그 결과 은행들은 수익을 늘리기보다 조달비용을 눌러 마진을 지키는 방어형 전략으로 기울었습니다. KB국민은행이 삼성 모니모와 '매일이자통장' 같은 제휴 상품으로 저원가성예금을 끌어모은 것도 이 방어 전략의 일부입니다.

1-5. 디지털 전환 트렌드 1: 마이데이터, 오픈뱅킹, 슈퍼앱

최근 4~5년 은행업을 바꾼 가장 큰 힘은 디지털 전환입니다. 그 한가운데 마이데이터와 오픈뱅킹이 있습니다.

마이데이터는 흩어진 내 금융정보를 한곳에 모아 관리하는 서비스입니다. 과거에는 내 은행·카드·증권·보험 정보가 회사마다 따로 잠겨 있었는데, 마이데이터 제도가 들어선 뒤 고객이 동의하면 한 화면에서 모든 자산을 모아 볼 수 있게 됐습니다. 이것이 은행에 중요한 까닭은, 고객의 전체 금융 그림을 읽어야 비로소 초개인화 추천이 가능해지기 때문입니다. 내 거래내역만 보던 은행이, 이제 고객의 타사 카드 소비와 증권 잔고까지 읽고 맞춤 상품을 권할 수 있게 된 것입니다. 2025년 가을 기준 마이데이터 누적 가입은 중복 포함 1억7천만 건을 넘었고, 2026년에는 연결 절차를 한 번에 끝내고 연결 가능 기관을 대폭 늘린 이른바 '마이데이터 2.0' 흐름이 자리를 잡았습니다.

오픈뱅킹은 하나의 앱에서 모든 은행 계좌를 조회하고 이체하는 공동 인프라입니다. KB 앱 하나로 신한·하나·우리 계좌까지 옮길 수 있게 만든 제도로, 고객을 한 앱에 묶는 슈퍼앱 경쟁의 토대가 됐습니다. 오픈뱅킹 순등록 계좌는 2025년 10월 기준 2억5천만 좌를 넘었습니다.

슈퍼앱은 하나의 앱 안에 은행·카드·증권·보험은 물론 비금융(쇼핑·통신·여행·부동산) 서비스까지 모아 둔 만능 앱입니다. 쉽게 말해 '금융의 메신저'를 지향하는 전략으로, 고객이 앱 밖으로 나가지 않고 모든 금융과 생활을 해결하게 만들어 락인(가두기) 효과를 노립니다. 한 번 자산을 다 연결하고 인증서까지 깔아 둔 고객은 다른 앱으로 옮기기가 번거로워, 자연스럽게 그 앱에 머뭅니다. 2026년 시중은행 슈퍼앱 경쟁은 KB스타뱅킹이 선두를 지키는 가운데 신한·하나·우리가 그룹 통합앱으로 추격하는 양상입니다.

1-6. 디지털 전환 트렌드 2: 생성형 AI와 에이전틱 AI의 은행 도입

2025년부터 은행업을 흔든 또 하나의 힘은 생성형 AI, 그리고 그 진화형인 에이전틱 AI입니다.

생성형 AI는 텍스트·이미지 등을 새로 만들어 내는 AI입니다. 은행에서는 상담 답변 작성, 투자 리서치 요약, 기업 분석 제안서 초안 작성 같은 일을 사람 대신 처리해 업무 효율을 끌어올립니다. 에이전틱 AI는 여기서 한 발 더 나아갑니다. 사람이 시키는 것만 답하는 비서를

넘어, 스스로 목표를 이해하고 필요한 작업을 계획해 실행하는 자율형 AI입니다. 쉽게 비유하면 '질문에 답하는 비서'에서 '알아서 일을 끝내는 직원'으로의 진화입니다. 금융에서 이 차이가 큰 까닭은, 상담을 넘어 데이터를 찾아 분석하고 제안서를 만들어 내는 고부가 업무까지 AI가 맡을 수 있기 때문입니다.

이 트렌드의 선두에 KB금융이 있습니다. 2025년 5월 KB금융은 금융권 최초로 에이전틱 AI 기반 그룹 공동 생성형 AI 플랫폼 'KB GenAI 포털'을 8개 계열사 공동으로 열었습니다. 미국과 유럽계 금융사가 생성형 AI로 초개인화 서비스를 앞다퉈 내놓고, 아시아에서도 일본 미쓰비시UFJ와 싱가포르 DBS가 AI 드라이브에 속도를 내는 흐름 속에서, 국내에서는 KB가 가장 앞서 움직였습니다. 산업 전체로 보면 신한·하나·우리도 직원용 AI 플랫폼과 상담 AI를 잇따라 도입하며, 2026년 은행권은 인력 효율화와 인공지능 전환을 동시에 추진하는 국면에 들어섰습니다.

1-7. 규제·정책 환경: 생산적 금융, 책무구조도, ELS의 그림자

2026년 은행업의 정책 환경에는 세 가지 색이 섞여 있습니다.

첫째, 생산적 금융입니다. 정부와 금융당국이 가계·부동산으로 쏠린 자금을 국가전략산업과 혁신기업으로 흐르게 하자는 기조를 강하게 밀면서, 은행들도 여기에 보조를 맞추고 있습니다. KB국민은행이 2025년 말 조직개편에서 '성장금융추진본부'를 새로 만들고 여신·심사 조직을 재편한 것이 그 신호입니다. 이한주 행장은 2026년 신년사에서 "국가전략산업과 관련 기업으로 자금 흐름이 전환되도록 노력하자"고 주문했습니다.

둘째, 책무구조도입니다. 임원 각자가 어떤 업무에 책임을 지는지 문서로 명확히 하는 내부통제 제도로, 2025년이 사실상 시행 원년이었습니다. KB는 인사평가에 내부통제 지표를 넣는 등 통제를 강화했고, 이는 금융사고 예방과 신뢰 회복이라는 2026년 화두로 이어집니다.

셋째, 평판 리스크의 그림자입니다. 2024년 홍콩 H지수 주가연계증권(ELS) 불완전판매 사태로 KB국민은행은 대규모 충당부채를 쌓아 그해 실적이 휘청였고, 그 여파(과징금 등)가 2025년 4분기까지 이어졌습니다. 복잡한 파생상품을 고객에게 충분히 설명하지 않고 판매했다는 비판은, 은행이 '상품을 파는 곳'이 아니라 '신뢰를 파는 곳'이어야 한다는 2026년의 경영 화두를 낳았습니다.

1-8. 종합 해석: 금리가 멈춘 자리에서 데이터로 승부하는 산업

1장의 분석을 종합하면, 2026년 은행업은 '금리에 끌려다니던 사업'에서 '데이터와 플랫폼으로 차별화하는 사업'으로 무게를 옮기는 한가운데 서 있습니다. 기준금리가 2.50%에 멈춰 이자 모델의 성장 여지가 좁아지자, 은행은 비이자·비은행으로 수익원을 넓히고, 그 엔진을 데이터와 AI로 다시 짭니다. 마이데이터가 고객의 전체 그림을 열어 주고, 슈퍼앱이 고객을 한곳에 묶으며, 에이전틱 AI가 업무 방식을 바꾸는 흐름이 동시에 진행됩니다. 데이터를 읽고 다루는 사람의 가치가 은행에서 커지는 구조적 이유가 여기 있으며, 디지털 부문 인턴이라는 문이 열린 배경도 이 흐름과 정확히 포개집니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. 슈퍼앱과 MAU 경쟁의 지형: 2026년 현재

2026년 은행 경쟁의 무대는 점포가 아니라 화면입니다. 월간활성이용자수(MAU)가 디지털 경쟁력의 대표 지표로 자리 잡으면서, 은행들은 그룹의 모든 금융서비스를 한 앱에 모으는 슈퍼앱 경쟁에 본격적으로 뛰어들었습니다.

KB스타뱅킹은 시중은행 단일 앱 가운데 MAU 1위를 지킵니다. 2023년 1분기 약 1119만명에서 2024년 말 약 1303만명, 2025년 3분기 약 1379만명으로 계단을 올랐습니다. 그룹 합산 MAU 기준으로 KB금융은 금융지주 선두를 지키며, 2024년 합산 3천만명을 처음 넘어선 뒤 신한금융과의 격차를 벌려 왔습니다. 신한금융은 그룹 통합앱 슈퍼SOL과 신한 SOL뱅크로 추격하며 합산 MAU에서 KB를 바짝 뒤쫓습니다. 하나금융과 우리금융은 MAU 대신 주요 앱 가입자 수를 공개하는 방식으로 경쟁에 참여하고, NH농협은행은 'NH스마트뱅킹'과 'NH올원뱅크' 두 앱으로 나뉘어 있어 고객이 앱을 오가야 하는 약점을 안고 있습니다.

KB의 락인 핵심 고리는 두 가지입니다. 하나는 'KB국민인증서'로, 정부24·홈택스·국민연금공단 등 수백 개 사이트 로그인을 떠받치는 인증 인프라이며 누적 가입이 1500만 건을 넘습니다. 다른 하나는 'KB스타뱅킹' 안의 '국민지갑'으로, 모바일 신분 확인부터 여권 재발급·예비군 동원훈련 조화·운전면허 벌점감경 교육 예약까지 생활 기능을 품어 고객을 앱에 머물게 합니다.

2-2. 신한은행: 가장 강한 추격자, 땡겨요와 AI ONE

신한은행은 KB의 가장 위협적인 맞상대입니다. 2025년 신한금융 그룹 순이익은 4조9716억원(전년 대비 11.7% 증가), 그중 신한은행이 3조7748억원을 벌었고, 2026년 1분기에는 리딩뱅크 자리를 되찾았습니다.

신한의 차별화는 배달앱 '땡겨요'를 금융앱에 결합한 것입니다. 은행이 배달 플랫폼을 운영한다는 발상은 처음에는 낯설었지만, 가맹점 수수료를 낮춰 소상공인 고객을 끌어모으고 그들의 매출 데이터를 여신에 활용하는 선순환을 만들었습니다. 땡겨요는 고객과 가맹점, 주문금액 모두 의미 있는 규모로 성장하며 정착했습니다. AI 측면에서 신한은 직원용 통합 플랫폼 'AI ONE'과 무인 'AI 브랜치', 생성형 AI 투자상담 'AI 투자메이트'를 선보이며 실행 속도를 강점으로 내세웁니다. 다만 과거 잦았던 전산장애 이력은 안정성 측면의 약점으로 지적됩니다. KB와 비교하면, 신한은 '속도와 실행력'으로 밀어붙이는 색이 짙습니다.

2-3. 하나은행: 비은행 약점과 기술 내재화 전략

하나은행은 '하나원큐'를 운영하며 개인 리테일에서 탄탄한 기반을 갖췄으나, 증권 등 비은행 계열사의 기능 통합 수준이 낮다는 평가를 받습니다. 2025년 하나금융 그룹 순이익은 4조29억원이었고, 함영주 회장이 비은행 강화를 거듭 강조할 만큼 포트폴리오의 균형이 과제로 남아

있습니다.

하나의 AI 전략 색은 '기술 내재화'입니다. 외부 솔루션에 기대기보다 그룹 관계사 하나금융티아이와 손잡고 자체 생성형 AI를 만들어 직원용 지식 챗봇에 적용했습니다. 데이터 주권을 확보하려는 장기 포석으로, 단기 화제성보다 내부 역량 축적에 무게를 둡니다. 한편 하나은행은 포트폴리오 관리 역량으로 금리 하락 국면에서도 NIM을 비교적 잘 방어해, 수익성 관리의 내공을 보여 주었습니다.

2-4. 우리은행: 후발 통합과 핀포인트 AI

우리은행은 '우리WON뱅킹'을 그룹 슈퍼앱으로 재정비하며 종합금융 강화에 나섰습니다. 2024년 출범한 우리투자증권의 모바일트레이딩시스템을 2025년 우리WON뱅킹 안으로 통합해, 별도 증권앱 없이도 슈퍼앱 안에서 주식 거래가 가능하도록 만들었고, 2026년 상반기에는 해외주식까지 통합 거래를 넓힐 계획을 세웠습니다. 다만 2025년 우리금융 그룹 순이익은 3조 1413억원으로 4대 금융지주 가운데 가장 낮아, 비은행 포트폴리오 보강이 가장 시급한 곳입니다.

우리의 AI 색은 '핀포인트 실용주의'입니다. 전방위 플랫폼을 먼저 까는 대신, 대출 상담처럼 난도 높고 효과가 분명한 특정 업무를 AI로 푸는 데 집중합니다. 정진완 행장이 2026년 'AI 강화'를 내걸고 본사 엔지니어·기획 인력을 늘리기로 한 점은, 후발 주자가 선택과 집중으로 따라잡으려는 전략을 보여 줍니다.

2-5. NH농협은행: 두 앱의 딜레마

NH농협은행은 'NH스마트뱅킹'과 'NH올원뱅크'라는 두 앱을 함께 운영합니다. 2025년 12월 기준 올원뱅크 MAU는 약 516만명, 스마트뱅킹 MAU는 약 700만명 수준으로, 기능이 두 앱에 나뉘어 있어 고객이 목적에 따라 앱을 오가야 하는 구조적 불편을 안고 있습니다. 슈퍼앱의 핵심이 '한 화면에 모으는 통합'이라는 점에서, 앱 단일화가 농협의 디지털 과제로 남아 있습니다. 농협은 전국 단위의 두꺼운 점포망과 농촌·지역 기반이라는 강점을 가졌지만, 디지털 통합도에서는 4대 시중은행에 뒤처진다는 평가를 받습니다.

2-6. 인터넷전문은행 3사: 챌린저뱅크의 도전

챌린저뱅크는 기존 대형은행에 도전하는 신생 디지털 전업 은행을 뜻합니다. 점포 없이 모바일로만 영업해 비용을 낮추고, 간편한 사용자 경험과 혁신 상품으로 고객을 끌어모읍니다. 한국의 카카오·토스·케이뱅크가 대표 주자입니다.

카카오뱅크는 메신저 생태계를 등에 업고 대출비교·광고·투자 플랫폼을 키워, 2025년 비이자수익이 처음으로 1조원을 넘고 연간 순이익도 역대 최대를 기록했습니다. 고객 수는 2천만명대 중반으로, 젊은 세대 사이에서 '첫 은행'으로 자리 잡았습니다. 토스뱅크는 주택담보대출 없이 비이자이익 중심으로 체질을 바꿔, 2025년 순이익이 전년의 두 배를 넘으며 2년 연속 흑자를 냈습니다. 주담대가 없다는 점이 가계대출 총량 규제의 영향을 덜 받게 해, 규제 국면에서 오히려 유리하게 작용한 측면도 있습니다. 케이뱅크는 2025년 초 코스피

상장에 성공했으나, 가상자산 거래소 의존을 줄이고 플랫폼 정체성을 세우는 일이 과제로 남아, 서비스형 은행과 스테이블코인 같은 새 성장축을 모색하고 있습니다.

인터넷전문은행이 KB에 주는 위협은 '규모'가 아니라 '경험의 기준'입니다. 고객이 카카오톡의 매끄러운 사용자 경험에 익숙해지면, 시중은행 앱에 거는 기대치도 그만큼 높아집니다. KB가 KB스타뱅킹을 끊임없이 손보는 까닭이 여기 있습니다.

2-7. 비은행이라는 더 큰 위협: 삼성금융네트웍스

2026년 들어 은행권이 새삼 긴장하는 상대는 뜻밖에도 '은행이 없는' 금융그룹입니다. 삼성생명·삼성화재·삼성증권·삼성카드·삼성자산운용을 묶은 삼성금융네트웍스의 2025년 합산 당기순이익은 6조1080억원으로, 같은 해 KB금융(5조8430억원)을 2650억원 앞섰습니다. 은행 계열사 없이도 1위 금융지주를 웃돈 성적입니다. 이 수치 하나가, 왜 지금 금융권이 비은행을 다시 보게 됐는지 압축해 보여 줍니다. KB가 비은행 비중을 끌어올리고 보험·증권·카드의 시너지를 강조하는 전략은, 이런 구조 변화에 대한 응답이기도 합니다.

2-8. 대상 회사 포지셔닝: 1위의 자산과 1위의 딜레마

KB국민은행의 포지셔닝은 '압도적 1위'이면서 동시에 추격당하는 자'입니다. 강점은 분명합니다. 국내 최대 고객기반과 점포망, 시중은행 1위 슈퍼앱 MAU, 국가고객만족도(NCSI) 은행권 최다 18회 1위라는 신뢰 자산, 그리고 증권·보험·카드와 묶이는 그룹 시너지입니다. KB의 전략은 '1등 비금융 기업과 손잡는' 임베디드 금융 확장으로, 가상자산 거래소·삼성모니모·스타벅스·이커머스 등과 제휴해 비금융 접점에 금융을 끼워 넣습니다.

동시에 1위의 딜레마도 있습니다. 가장 큰 고객기반과 점포망은 가장 무거운 비용 구조이기도 합니다. 신한이 추격, 인터넷은행이 만든 높은 경험 기대치, 비은행 강자들의 부상 속에서, KB는 '큰 덩치를 가볍게 만드는' 디지털·데이터 무장이 절실한 위치에 있습니다.

2-9. 베어 케이스: 이 시장과 KB에 대한 비관적 시각

균형을 위해 비관적 시각도 짚습니다. 첫째, 이자이익 의존 구조가 여전히 큼니다. 비이자가 늘었다지만 그 상당분이 주식시장 호황에 기댄 수수료여서, 자본시장이 식으면 자산관리 수익이 함께 줄어드는 경기 순환 위험을 안고 있습니다. 둘째, 가계부채와 부동산 프로젝트파이낸싱(PF) 리스크입니다. 한국은행은 금리 동결 장기화와 경기 둔화 속에서 가계 상환부담과 일부 취약 차주·업권의 위험 누적에 유의해야 한다고 경고했고, 부동산 PF는 자기자본비율 기준 강화 같은 건전성 제도 변화가 예고돼 중기적 부담으로 남습니다. 셋째, 평판 리스크입니다. ELS 불완전판매로 드러난 판매 관행 문제는 신뢰 회복이라는 비용을 남겼습니다. 넷째, 비용·인력 구조입니다. 거대한 점포망과 인력은 디지털 시대에 효율화 압박을 받으며, AI 전환이 인력 구조 조정과 맞물려 조직 내 긴장을 낳을 수 있습니다.

2-10. 종합 해석: 종합 체력으로 버티고, 디지털로 격차를 벌리는 구도

2장을 종합하면, KB는 은행 단위 순위 경쟁에서는 신한과 엇치락뒤치락하지만 그룹 단위 종합

체력에서는 3년 연속 1위를 지킨, '폭넓은 포트폴리오로 버티는 강자'입니다. 슈퍼앱 MAU와 인증서 생태계라는 디지털 1위 자산을 가졌고, 에이전틱 AI에서 금융권 가장 앞서 움직였습니다. 경쟁의 본질이 '금리 경쟁'에서 '플랫폼·데이터·AI 경쟁'으로 옮겨 갈수록, 가장 두꺼운 고객 데이터를 가진 KB가 그 데이터를 잘 활용할 수만 있다면 격차를 벌릴 여지가 큼니다. '잘 활용할 수만 있다면'이라는 조건을 채우는 일이, 바로 데이터·디지털 인재가 맡는 몫입니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

본 장은 KB국민은행 고유의 비공개 전략과 조직 세부에 관한 공개 자료가 제한적인 영역이 있어, 확인 가능한 실적 발표·뉴스룸·CEO 메시지·증권사 리포트를 근거로 서술하고, 모자란 부분은 산업·경쟁 맥락의 해석으로 메웁니다.

3-1. 지주와 은행: 법인 구조의 정확한 이해

KB금융지주는 2008년 9월 KB국민은행을 비롯한 계열사의 포괄적 주식이전으로 세운 순수지주회사로, 같은 해 한국거래소와 뉴욕증권거래소에 상장했습니다. 지주가 은행을 자회사로 거느리는 구조이며, 그룹 총자산에서 국민은행이 차지하는 비중이 약 70%에 이르고 다수 경영진이 국민은행 출신이거나 임원을 겸직해 통합도가 높습니다. 지주의 별도 수익 대부분은 자회사에서 받는 배당이며, 이를 비은행 자회사 투자와 신규 인수에 씁니다.

이 구분이 중요한 까닭은, KB금융지주(지주)와 KB국민은행(은행)을 섞으면 회사를 잘못 이해하기 때문입니다. 본 인턴은 KB국민은행이라는 은행 법인의 채용이고, 그 위에 지주가 있으며 옆에 KB증권·KB손해보험·KB국민카드·KB라이프생명·KB자산운용 등 형제 계열사가 있습니다. 이 지도를 정확히 그려야 회사의 의사결정 구조와 시너지 전략이 보입니다.

3-2. 연혁과 전환점: 합병으로 빚어진 리딩뱅크

KB국민은행의 뿌리는 두 갈래입니다. 구(舊)국민은행은 1963년 서민금융 전담 국책은행으로 출발했고, 구(舊)주택은행은 1967년 주택금융 전담 기관으로 세워졌습니다. 외환위기를 지나며 구국민은행은 대동은행과 한국장기신용은행을, 구주택은행은 동남은행을 각각 합병하며 몸집을 키웠습니다. 그리고 2001년 11월 두 은행이 대등합병해 통합 KB국민은행이 출범했고, 2008년 KB금융지주 자회사로 편입됐습니다.

이 합병의 유산이 오늘의 강점으로 이어집니다. 구주택은행에서 온 주택금융·개인 리테일 강점과, 구국민은행의 서민금융·폭넓은 고객기반이 결합해, KB는 국내 최대 개인 고객기반과 주택담보대출 강자라는 정체성을 갖게 됐습니다. 사명과 법인이 바뀐 이력이 있으므로, 과거 법인의 자료를 현재 KB국민은행의 사실로 단정하지 않는 신중함이 필요합니다.

3-3. 사업 구조와 이익 비중: 2025년과 2026년 1분기

2025년 연간 기준으로 KB금융 그룹의 계열사별 순이익은 KB국민은행 3조8620억원, KB

손해보험 7782억원, KB증권 6739억원, KB국민카드 약 3300억원, KB라이프생명 순으로 짜였습니다. 은행을 중심에 두고 보험·증권·카드가 떠받치는 구조이며, 비은행 기여도는 2025년 37%로 전년 40%보다 낮아졌습니다. 비은행이 약해진 것이 아니라, 2025년 은행 이익이 워낙 크게 늘어 상대 비중이 줄어든 결과입니다.

2026년 1분기에는 그림이 또 한 번 바뀌었습니다. 그룹 순이익 1조8924억원 가운데 KB국민은행이 1조1010억원(그룹의 57%)을 채웠고, 비은행 부문이 7910억원으로 사상 최고 기여(43%)를 기록했습니다. 비은행을 이끈 주역은 KB증권으로, 2026년 1분기 순이익 3478억원에 자기자본이익률 19.21%를 달성하며 전년 동기 대비 93.3% 급증했습니다. 주식시장 활황이 증권 수수료를 밀어 올린 덕입니다. KB국민카드도 1075억원으로 전년 대비 27.2% 늘며 자산 건전성을 개선했습니다. 은행이 안정적으로 버티는 사이 비은행이 폭발한, 균형 잡힌 분기였습니다.

3-4. 재무 건전성과 주주환원: 자사주 소각과 배당

2026년 KB의 또 다른 키워드는 주주환원입니다. KB금융은 2026년 1분기 실적과 함께 발행주식총수의 약 3.8%(약 1426만 주)에 달하는 보유 자기주식을 전량 소각한다고 발표했습니다. 금액으로는 2조원을 웃도는 규모이며, 2026년 총 주주환원율이 50%를 넘을 것으로 전망했습니다. 2025년 연간 배당성향도 역대 최고 수준인 27%로, 고배당 기업 기준을 넘어섰습니다.

건전성 지표도 견고합니다. 2026년 3월 말 보통주자본(CET1)비율은 13.63%, BIS 자기자본비율은 15.75%, 고정이하여신(NPL)비율은 0.73%, NPL 커버리지비율은 127.1%였습니다. 여기서 CET1 비율은 은행이 위기를 견디는 자본 체력을 보여 주는 핵심 지표로, 이 비율이 높을수록 주주환원과 위험 흡수에 쓸 여력이 큼니다. KB가 공격적 자사주 소각과 고배당을 이어 갈 수 있는 바탕에는 이 두툼한 자본 체력이 깔려 있습니다.

3-5. 디지털 핵심 자산 총정리

KB의 디지털 자산은 여러 겹으로 쌓여 있습니다.

KB스타뱅킹은 KB금융 계열사 80여 개의 금융·비금융 서비스를 한곳에 모은 슈퍼앱으로, 시중은행 MAU 1위를 지킵니다. 카드 결제·보험 가입·증권계좌 개설·공과금 납부를 한 번에 처리하고, 자산관리 메뉴를 개편해 '디지털 프라이빗뱅크(PB)'가 자산 분석·진단·맞춤 추천·사후관리를 제공합니다. KB는 고객 리뷰 7천 건을 분석해 사용자 경험을 손보고, 외국인이 점포 방문 없이 가입하도록 비대면 절차를 신설하며, 로그인 없이 알림을 확인하는 빠른로그인을 더하는 식으로 앱을 끊임없이 다듬습니다.

리브Next(리브넥스트)는 Z세대와 10대를 겨냥한 금융 플랫폼입니다. 신분증·계좌 없이 쓰는 선불수단 '리브포켓', 음성 뱅킹, 리워드형 콘텐츠로 미래 고객을 미리 확보하는 장기 포석입니다. 지금 당장 큰 수익을 내기보다, 첫 금융 경험을 KB로 만들어 평생 고객으로 이어 가려는 씨앗 전략입니다.

KB국민인증서는 전자서명·본인확인을 넘어 수백 개 공공·민간 사이트 로그인을 떠맡치는 인증 인프라로, 누적 가입 1500만 건을 넘겼습니다. 고객을 KB 생태계에 묶는 디지털 신분증 역할을 합니다. KB마이데이터(자산관리 서비스)는 은행·카드·증권·보험은 물론 비금융 자산까지 한 화면에 모아 또래 비교와 현금흐름 분석, 맞춤 추천을 제공하며, 18가지 자산관리 유형 기반 제안과 디지털 PB의 AI 포트폴리오 제안을 더했습니다.

3-6. AI 전략의 심장: KB GenAI 포털과 에이전트용 데이터 플랫폼

2026년 KB를 이해하는 가장 중요한 키워드가 AI 전략입니다. 2025년 5월 KB금융은 금융권 최초로 에이전트 AI 기반 그룹 공동 생성형 AI 플랫폼 'KB GenAI 포털'을 KB금융지주와 8개 계열사 공동으로 열었습니다. 직원이 자신에게 맞는 에이전트를 골라 업무를 지시하면, 그 에이전트가 일을 계획하고 수행까지 합니다. KB는 영업 현장 수요를 고려해 금융상담·PB·기업금융전담역(RM) 에이전트(은행), 자산관리·상담지원 에이전트(증권), 보험상담 에이전트(손보), 카드상담 에이전트(카드)를 우선 개발했고, 투자리서치·시황분석 요약과 기업 분석·맞춤 제안서 작성 같은 고부가 업무를 에이전트가 자동으로 처리하도록 설계했습니다. KB는 이 에이전트들을 향후 3년에 걸쳐 그룹 주요 업무 영역에 단계적으로 늘려 가, 전 직원이 AI를 업무 파트너(Co-Agent)로 쓰는 체계를 갖추겠다는 로드맵을 세웠습니다.

그리고 디지털·데이터 인턴에게 가장 의미 있는 대목이 2025년 7월 등장했습니다. KB 국민은행이 금융권 최초로 'AI 에이전트용 데이터 플랫폼' 구축에 나선 것입니다. 이름은 '에이전트 중심 데이터 현대화' 프로젝트로, 전산 시스템 곳곳에 흩어진 자료 가운데 양질의 데이터를 골라 융합하고, AI가 실시간으로 활용하도록 공급하는 기반을 만드는 일입니다. 이 한 줄이 인턴의 우대사항을 설명합니다. 아무리 똑똑한 AI 에이전트도 양질의 데이터라는 연료가 없으면 헛돕니다. 데이터를 골라내고(추출), 정리하며(정제·표준화), 분석해(통계·인사이트) 그 연료를 만드는 사람이 필요하고, 그 일이 바로 데이터를 다루는 디지털 인재의 몫입니다.

3-7. CEO 메시지: 양종희 회장과 이환주 행장의 2026년

전략 방향은 최고경영진의 말에 압축돼 있습니다. 양종희 KB금융 회장은 "금융 AI라고 하면 KB를 떠올릴 수 있어야 한다", "KB에 가야 금융 AI를 할 수 있다는 말을 들을 수 있어야 한다"며 AI 투자 확대를 공언했고, "AI 대전환의 시대는 위기인 동시에 KB금융이 부가가치를 더 키울 새 기회"라고 규정했습니다. 그는 중·장기 로드맵으로 2030년 'No.1 디지털 금융 플랫폼' 달성을 목표로 제시하고, 2025년을 '디지털 기술 기반 구축의 원년', 2026년부터 이어지는 중기를 '디지털 인프라 최적화와 전사 AI 업무 적용'의 시기로 설정했습니다. 또한 빅테크·플랫폼 기업을 경쟁자가 아니라 함께 생태계를 만드는 파트너로 보고, 임베디드 금융으로 공동의 생태계를 키우겠다는 협력 기조를 밝혔습니다.

이환주 KB국민은행장은 2025년 취임하며 "상품을 파는 은행을 넘어 신뢰를 파는 은행이 돼야 한다", "AI와 빅데이터를 활용한 맞춤형 금융서비스를 강화하고 KB스타뱅킹 밸류업으로 플랫폼 생태계를 넓히겠다"고 밝혔습니다. 그는 KB금융에서 계열사 대표(KB라이프생명) 출신으로

은행장에 오른 첫 사례이며, 씨 과실은 먹지 않고 다음 농사의 씨앗으로 남긴다는 '석과불식(碩果不食)'을 경영철학으로 내세워 미래를 위한 투자를 강조합니다. 2026년 신년사에서 '확장'과 '전환'을 핵심어로 내걸고, 고객 수 늘리기를 넘어 '전략적 지향점'을 바꾸는 혁신을 주문했습니다. 중점 방향으로 고객 신뢰 강화와 사회적 가치 창출을 통한 경영 지향점 확장, 영업 방식의 발전적 전환, 차별화된 역량과 실행력의 원천 구축을 제시했습니다.

3-8. 조직 동향: AI·DT그룹, 금융AI센터, 성장금융추진본부

전략은 조직 개편으로 모습을 드러냅니다. KB는 2025년 조직개편에서 정도영업·슬림화·AI 활용을 키워드로 본부와 부서 수를 줄이면서도 AI 조직은 키웠습니다. 디지털전환(DT) 추진 조직과 AI·데이터 혁신 조직을 'AI·DT추진그룹'으로 묶고, 금융AI센터를 둘로 나눠 한쪽은 AI 기반 금융서비스 개발과 데이터 관리·분석을, 다른 쪽은 생성형 AI와 머신러닝 모델 사업 개발을 맡겼습니다. 지주 차원에서는 AI본부와 DT본부를 합친 'AI·디지털본부'와 '디지털혁신부'를 운영하며, 디지털·IT 부문장이 총괄합니다. 외부 AI 전문가를 임원으로 영입하고 비교적 젊은 세대를 경영진으로 등용한 점도, AI 경쟁력 강화와 세대교체라는 두 신호를 함께 보냅니다. 2025년 말에는 생산적 금융 전담 '성장금융추진본부'를 새로 만들어, 국가전략산업으로 자금을 흐르게 하라는 정책 기조에 보조를 맞췄습니다. 인프라 측면에서는 김포 통합IT센터와 여의도 전산센터 체제를 넘어, AI·빅데이터 수요를 감당할 제2데이터센터 건립을 추진합니다.

3-9. 차별화 포인트와 리스크 요인

KB의 차별화는 네 가지로 정리됩니다. 국내 최대 고객기반과 점포·채널, 시중은행 1위 슈퍼앱과 인증서 생태계, 금융권에서 가장 앞선 그룹 공동 AI 인프라, 그리고 오랜 1위가 쌓은 'KB' 브랜드 신뢰입니다.

리스크 요인은 여러 갈래입니다. 규제 측면에서는 가계대출 총량규제·DSR·예대금리차 공시·대출금리 인상 억제가 성장과 가격을 제약합니다. 재무·평판 측면에서는 ELS 불완전판매가 남긴 과징금과 신뢰 회복 비용이 부담입니다. 경쟁 측면에서는 신한·추격, 인터넷은행과 빅테크의 플랫폼 위협, 비은행 강자의 부상도 동시에 다가옵니다. 기술·인력 측면에서는 전산 안정성과 AI 전문 인력 확보 경쟁이 과제이며, 건전성 측면에서는 가계부채와 부동산 PF 위험이 남아 있습니다. 각 리스크는 '무엇이, 왜, 얼마나 일어날 수 있고, 어떤 영향을 주는가'로 풀어 보면, 대부분 '큰 덩치에서 오는 비용·평판·규제 부담'과 '추격자가 만든 변화 속도'라는 두 뿌리로 모입니다.

3-10. 종합 해석: 1위의 자산을 데이터와 AI로 다시 무장하는 회사

3장을 종합하면, KB국민은행은 '1위가 쌓아 온 고객·채널·브랜드라는 자산을, 데이터와 AI로 다시 무장하려는 회사'입니다. 2025년 사상 최대 실적과 3년 연속 리딩금융이라는 성취 위에서, 이자 모델의 한계를 비이자·비은행으로 메우고, 그 엔진을 에이전틱 AI와 에이전트용 데이터 플랫폼으로 다시 짭니다. 양종희 회장의 '2030 No.1 디지털 플랫폼', 이환주 행장의 '신뢰·확장·전환'이라는 말은 모두 같은 곳을 가리킵니다. 디지털 부문 인턴이 들어갈 자리는 이

거대한 전환의 톱니 가운데 '데이터라는 연료를 만드는' 출발점에 놓여 있습니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 공식 인재상과 핵심가치: 2026년 현재 기준 검증

KB국민은행의 공식 인재상은 2026년 6월 현재 "창의적인 사고와 행동으로 변화를 선도하며 고객가치를 향상시키는 프로금융인"입니다. 핵심가치는 고객중심, 전문성, 혁신주도, 신뢰정직, 동반성장의 다섯 가지입니다. 이 문구는 KB금융 공식 채용 채널과 2026년 자료에서 일관되게 확인되며, 과거의 '아시아 금융을 선도하는 글로벌 뱅크' 같은 옛 비전 표현과는 구분되는 현재형 인재상입니다. 인재상은 시즌마다 미묘하게 바뀔 수 있어 옛 키워드를 그대로 쓰면 오정보가 되므로, 위 다섯 가치가 2026년 기준 최신임을 교차 확인해 두는 일이 중요합니다.

함께 보아야 할 비전은 "최고의 인재와 담대한 혁신으로 가장 신뢰받는 평생 금융파트너"이고, KB는 자사를 "국내 최대 고객기반과 점포망을 갖춘 대한민국의 리딩뱅크, 국가고객만족도 은행권 최다 18회 1위"로 소개합니다. 인재상의 첫머리가 '창의적인 사고'와 '변화 선도'라는 점, 그리고 '프로금융인'이라는 단어로 닫힌다는 점은, KB가 원하는 인재가 '시키는 일을 하는 사람'이 아니라 '변화를 만들고 전문성으로 증명하는 사람'임을 보여 줍니다.

4-2. 핵심가치를 디지털·데이터 언어로 번역하기

다섯 핵심가치를 디지털·데이터 직무의 언어로 옮기면 인재 요건이 뚜렷해집니다. 고객중심은 데이터 직무에서 '고객 데이터를 읽어 불편 지점을 찾고 초개인화 서비스로 잇는 능력'으로 번역됩니다. 전문성은 'SQL과 통계, 금융 도메인 지식을 갖춘 데이터 문해력'입니다. 혁신주도는 '기존 업무 과정을 데이터와 AI로 다시 설계하려는 문제 정의 능력'입니다. 신뢰정직은 'AI 거버넌스와 데이터 보안, 금융소비자 보호를 몸에 새긴 태도'로, KB가 AI 윤리 체계를 세운 맥락과 정확히 포개집니다. 동반성장은 '현업·정보기술·외부 핀테크와 함께 일하는 협업 역량'입니다. 다섯 가치를 따로 외우기보다, 데이터를 다루는 사람의 일상으로 옮겨 이해하면 KB가 무엇을 보고 싶어 하는지가 분명해집니다.

4-3. 비전과 방향: 2030년 No.1 디지털 금융 플랫폼

KB의 인재상은 회사의 미래 방향과 한 몸입니다. 양종희 회장이 내건 2030년 'No.1 디지털 금융 플랫폼' 목표는, 앞으로 KB가 뽑고 키우려는 사람의 결을 규정합니다. 디지털 역량이 미래 리딩금융 경쟁의 핵심이라는 회장의 판단은, 데이터와 AI를 다룰 줄 아는 사람에 대한 수요로 곧장 이어집니다. 이환주 행장이 2026년 신년사에서 '확장과 전환'을 말하며 미래 핵심 직무로 기업금융(RM)과 자산관리(PB)를 꼽고, 직무전환(Reskill)과 역량 개발(Upskill)을 위한 장기 지원 체계를 강조한 대목도 같은 맥락입니다. KB는 '한 직무에 머무는 사람'보다 '바뀌는 환경에 맞춰 역량을 새로 익히는 사람'을 원합니다.

4-4. 조직문화: 신뢰, 정도영업, 세대교체

이환주 행장 체제의 조직문화 키워드는 신뢰와 정도영업입니다. 책무구조도 시행과 맞물려 내부통제를 강화했고, 인사평가에 내부통제 지표를 넣었습니다. 금융사고를 막고 신뢰를 회복하는 일이 ELS 사태 이후 가장 큰 화두가 됐기 때문입니다. 동시에 KB는 비교적 젊은 세대를 경영진으로 등용하고 외부 AI 전문가를 영입하며 '젊고 역동적인 조직'을 표방합니다. 이런 변화는 디지털·데이터 인턴에게 의미가 큼니다. 연차보다 역량과 실행력이 평가받는 환경이 강해지고, 데이터로 문제를 풀어내는 사람의 자리가 넓어진다는 신호이기 때문입니다. 이환주 행장은 또한 경험 많은 선배와 젊은 후배가 서로의 부족함을 채우는 세대 간 균형, 그리고 고객가치와 협업 중심의 '시스템 영업'을 강조해, 개인기보다 협업과 데이터에 기반한 일하기 방식을 지향합니다.

4-5. AI 거버넌스와 윤리: 신뢰정직 가치의 실체

KB가 신뢰정직을 말로만 내거는 것이 아님은 AI 거버넌스에서 드러납니다. KB국민은행은 2022년부터 3년간 준비해 2025년 3월 AI 거버넌스를 세웠습니다. AI 윤리기준, 위험평가 방법, 단계별 위험관리, 고객 보호를 핵심으로 삼아, 믿을 수 있고 투명한 AI 서비스를 만들겠다는 체계입니다. AI가 정확한지, 개인정보를 침해하지 않는지, 투명한지를 종합 점검하는 구조로, 기술이 사회에 줄 영향을 미리 살펴 대비책을 마련하는 선제적 접근이라는 평가를 받습니다. 데이터를 다루는 사람에게 이 대목은 곧 '역량의 일부'입니다. 금융데이터는 민감정보여서, 정확성과 함께 보안·윤리·규정 준수를 고려하는 태도가 신뢰의 바탕이 되기 때문입니다.

4-6. 데이터 자격을 우대하는 이유: 산업·직무 맥락에서

인턴 우대사항이 전부 데이터 자격(빅데이터분석기사·ADsP·DAP·SQLD·SQLP)이고 데이터 관련 학과가 함께 적힌 것은 우연이 아닙니다. 은행은 가장 방대하고 정형화된 고객 데이터를 가진 산업입니다. 거래내역·자산·신용·소비패턴이 모두 데이터이며, 마이데이터와 오픈뱅킹으로 그 양이 폭증했습니다. 여기에 AI 에이전트가 작동하려면 이 데이터를 골라 정제하고 분석해 인사이트로 바꾸는 사람이 있어야 합니다. 데이터 자격은 그 역량의 기본 소양을 증명하는 표지입니다. 자격 하나로 합격이 정해지지는 않지만, '데이터를 거부감 없이 다룰 수 있는 사람'이라는 신호를 줍니다. KB가 에이전트용 데이터 플랫폼을 금융권 최초로 짓는 회사라는 점을 떠올리면, 이 우대사항이 회사의 미래 전략과 정확히 포개진다는 사실이 보입니다.

4-7. 성과를 내는 데이터·디지털 인재의 특성

업무 특성에서 자연스럽게 도출되는 '성과를 내는 사람'의 특징은 몇 가지로 모입니다. 첫째, 문제를 데이터로 정의하는 사고입니다. "느낌상 이탈이 늘었다"가 아니라 "최근 석 달 30대 고객 이탈률이 몇 퍼센트 올랐고 원인은 무엇"이라고 말합니다. 둘째, 현업 언어와 데이터 언어를 통역하는 능력입니다. 마케팅팀의 모호한 요청을 SQL 질의로 옮기고, 분석 결과를 비전문가가 알아듣는 보고서로 되웁니다. 셋째, 집요함입니다. 데이터 이상을 끝까지 추적해 정합성을 확보합니다. 넷째, 금융 도메인 이해입니다. NIM·예대마진·여신·수신의 뜻을 알아야

데이터의 맥락이 읽힙니다. 다섯째, 보안과 윤리 의식입니다. 금융데이터는 민감정보여서, 규정을 지키는 일이 곧 신뢰를 쌓는 일입니다.

4-8. Reskill과 Upskill: 평생 배우는 조직의 인재관

KB의 인재관에서 빼놓을 수 없는 키워드가 Reskill(직무전환)과 Upskill(역량 향상)입니다. 이환주 행장은 미래 핵심 직무에서 최고 전문가를 키우고, 환경 변화에 맞춰 사람의 역량을 새로 갖추도록 장기 지원하겠다고 밝혔습니다. AI 전환이 일하는 방식을 바꾸는 시대에, 한번 배운 기술에 머무는 사람보다 끊임없이 새 역량을 익히는 사람을 KB가 더 높이 본다는 뜻입니다. 디지털·데이터 인턴에게 이 메시지는 분명합니다. 지금 가진 자격이나 도구가 전부 아니라, 새로운 기술과 금융 환경을 빠르게 배우려는 태도가 길게 평가받습니다.

4-9. 종합 해석: 변화를 만들고 전문성으로 증명하는 사람

4장을 종합하면, KB가 2026년에 원하는 인재는 다섯 핵심가치를 데이터의 언어로 실천하는 사람입니다. 고객 데이터를 읽어 불편을 찾고, 전문성으로 풀어내며, 기존 방식을 다시 설계하고, 보안·윤리를 지키며, 현업과 협업하는 사람입니다. 인재상의 첫머리인 '창의적인 사고와 변화 선도', 그리고 '프로금융인'이라는 마무리는, 데이터·디지털 직무에서 '문제를 새롭게 정의하고 결과로 증명하는 사람'으로 번역됩니다. 회사가 AI 거버넌스를 세우고 Reskill·Upskill을 강조하는 모습은, '정확하고 책임감 있게, 그리고 끊임없이 배우며 데이터를 다루는 사람'이 KB의 미래 인재상임을 보여 줍니다.

5장: 직무 분석

5-1. 세 부문의 구분: 디지털, IT, AI·플랫폼개발

이 직무 분석에서 가장 먼저 짚어야 할 것은, 2026년 하계 체험형 인턴이 디지털·IT·AI·플랫폼개발이라는 세 부문으로 나뉘어 모집되고, 그 가운데 대상이 '디지털' 부문이라는 사실입니다. 세 부문을 뭉뚱그리면 직무를 잘못 이해하므로, 결을 또렷이 구분합니다.

디지털 부문은 '사업과 데이터를 향한 디지털'입니다. KB스타뱅킹 같은 디지털 채널과 플랫폼을 기획·운영하고, 고객·서비스 데이터를 분석해 의사결정을 돕고, 마이데이터·임베디드 금융 같은 디지털 금융 서비스와 제휴 신사업을 설계하는 일이 여기 속합니다. 우대사항이 데이터 분석·관리 자격으로 채워진 까닭이 이 결에 있습니다. 디지털 부문은 코드를 짜는 일보다 '데이터로 사업 문제를 푸는 일'에 가깝습니다.

IT 부문은 '시스템과 인프라를 향한 정보기술'입니다. 코어뱅킹 같은 핵심 전산 시스템을 개발·운영하고, 서버·네트워크 인프라와 정보보안을 책임지는 일입니다. 은행이라는 거대한 기계가 멈추지 않고 돌게 만드는, 안정성 중심의 영역입니다.

AI·플랫폼개발 부문은 'AI 모델과 플랫폼 엔지니어링을 향한 개발'입니다. 머신러닝·생성형 AI 모델을 만들고, 그 모델을 안정적으로 운영하는 플랫폼을 엔지니어링하는 일입니다. KB

GenAI 포털과 AI 에이전트를 떠받치는 기술 영역에 가깝습니다.

세 부문은 한 회사의 디지털 전환을 함께 떠받치지만, 디지털 부문이 '데이터로 사업을 푸는 기획·분석'이라면, IT는 '시스템을 떠받치는 운영', AI·플랫폼개발은 'AI를 만드는 엔지니어링'이라는 차이가 있습니다. 데이터 자격이 우대되는 디지털 부문은, 셋 가운데 데이터 분석과 디지털 금융 기획에 가장 가깝습니다.

5-2. 디지털 부문이 실제로 하는 일

디지털 부문의 일을 한 묶음으로 그리면, '고객의 디지털 경험을 설계하고, 데이터로 그 경험을 개선하며, 새로운 디지털 금융을 기획하는 일'입니다. 구체적으로는 KB스타뱅크의 특정 기능 이용 데이터를 분석해 개선안을 만들고, 경쟁사 슈퍼앱을 살펴 새 서비스 아이디어를 내며, 마이데이터·임베디드 금융 같은 디지털 서비스의 기획과 운영을 돕고, 디지털 마케팅 캠페인의 성과를 데이터로 검증하는 일들이 포함됩니다. 이 모든 일의 공통 바탕이 '데이터로 묻고 답하는' 능력이며, 그래서 SQL과 데이터 분석이 디지털 부문의 기본 도구가 됩니다.

5-3. 체험형 인턴 JD 해석: 프로젝트, 직무연수, 멘토링

본 인턴의 수행업무는 프로젝트 수행, 직무연수, 멘토링 프로그램입니다. 이를 산업·직무 맥락에서 풀면 이렇습니다.

프로젝트 수행은 '디지털 금융의 실제 문제를 데이터와 기획으로 푸는 축소판 실무'입니다. 과제가 주어지면 개인 또는 팀 단위로 결과물을 만들어 발표하는데, 이때 문제 정의부터 데이터 수집·분석, 인사이트 도출, 발표까지 한 흐름을 경험합니다. 직무연수는 '디지털 금융을 이해하는 토대 쌓기'로, 역량강화 교육과 실무교육을 통해 은행 업무와 디지털 금융의 기본 개념을 익힙니다. 멘토링 프로그램은 '현직 전문가에게 일하는 법을 배우는 통로'로, 현업 멘토가 데이터 도구와 금융 도메인, 일하는 방식을 곁에서 코칭합니다. 이 셋은 따로 노는 것이 아니라, 프로젝트라는 실전을 연수와 멘토링이 떠받치는 한 묶음으로 돌아갑니다. 인턴십 수료자 전원에게 신입행원 공채 서류전형 면제 혜택이 주어지고, 우수·최우수 수료자에게는 필기전형 면제 같은 추가 혜택이 더해진다는 점에서, 이 인턴은 미래 채용으로 이어지는 의미 있는 관문이기도 합니다.

5-4. 핵심 역할의 시간 단위: 하루, 한 달, 인턴 기간

디지털 부문 너머의 정규 데이터·디지털 직무가 시간 단위로 무엇을 하는지 알면, 인턴 기간의 의미가 또렷해집니다.

하루 단위로 보면, 데이터를 다루는 직무의 가장 일상적인 일은 유관부서가 요청한 데이터를 SQL로 꺼내고, 그 데이터로 대시보드를 만들고, 인사이트를 주는 분석을 수행하는 것입니다. 오전에는 마케팅·상품 부서의 요청을 받아 질의를 작성하고, 오후에는 꺼낸 데이터로 탐색적 분석과 시각화를 하며, 결과를 보고서로 정리합니다.

한 달 단위로 보면, 정기 지표를 모니터링하고(대시보드 운영), 특정 캠페인의 효과를

검증하며, 데이터 정합성을 점검하는 일이 반복됩니다. 여기서 A/B 테스트라는 방법이 자주 쓰입니다. A/B 테스트는 두 가지 안을 일부 고객에게 무작위로 보여 주고 어느 쪽 성과가 좋은지 데이터로 가리는 실험입니다. 쉽게 말해 '감이 아니라 실험으로 결정하는' 방법으로, 앱 화면이나 상품 추천, 알림 문구를 개선할 때 씁니다. KB가 고객 리뷰 7천 건을 분석해 KB 스타뱅킹 사용자 경험을 손본 것도 이런 데이터 기반 의사결정의 한 사례입니다.

인턴 기간(약 6주) 단위로 보면, 하나의 프로젝트를 처음부터 끝까지 경험합니다. 문제를 정의하고, 데이터를 모아 꺼내고, 분석해 인사이트를 뽑고, 발표로 마무리하는 한 사이클입니다. 이 과정에서 현직 멘토가 SQL과 분석 방법, 금융 도메인을 곁에서 코칭합니다. 2026년 인턴은 7월 20일부터 약 6주간 본부 부서에서 근무하며 이 사이클을 돌립니다.

5-5. 핵심 개념: ETL, 데이터 파이프라인, 데이터 거버넌스

데이터 직무를 이해하려면 ETL이라는 말을 알아야 합니다. ETL은 데이터를 꺼내고(Extract), 가공하고(Transform), 적재하는(Load) 과정입니다. 쉽게 비유하면 '원유를 정제소로 보내 휘발유로 만드는' 작업입니다. 은행에서 이 일이 중요한 까닭은, 앱 로그·거래내역·외부 데이터가 제각각 흩어져 있어, 이를 한곳(데이터 웨어하우스)에 정리해야 비로소 분석과 AI가 가능해지기 때문입니다. 데이터 엔지니어가 이 정제 흐름(파이프라인)을 설계·운영하면, 데이터 분석가는 그 정제된 데이터를 SQL로 꺼내 씁니다. KB국민은행이 추진하는 에이전트용 데이터 플랫폼이 바로 이 정제·공급 흐름을 AI 시대에 맞게 새로 짜는 일입니다.

함께 알아야 할 개념이 데이터 거버넌스입니다. 데이터의 품질·표준·보안·계보를 관리하는 체계로, 쉽게 말해 '데이터를 믿을 수 있게, 규정에 맞게 관리하는 규칙'입니다. 금융데이터는 민감정보여서, 누가 어떤 데이터를 어떻게 쓸 수 있는지 정하고, 데이터가 어디서 와서 어디로 흐르는지 추적하는 일이 신뢰의 바탕이 됩니다. 디지털 부문이 데이터를 다룰 때 정확성만큼이나 거버넌스를 챙겨야 하는 이유입니다.

5-6. 이해관계자 맵: 누구와 어떤 일로 협업하는가

디지털·데이터 직무는 혼자 분석하는 일이 아니라 협업의 허브입니다. 내부에서는 현업 부서(마케팅·상품·여신)가 데이터 요청과 인사이트의 수요자이고, 정보기술·테크 조직이 시스템과 인프라 협업 상대이며, 데이터기획 부서와 금융AI센터가 데이터 표준·AI 모델 협업 상대입니다. 외부에서는 핀테크·AI 스타트업이 제휴 대상이고, 금융결제원·신용정보원이 오픈뱅킹·마이데이터 인프라를 함께 운영하는 상대이며, 클라우드·AI 솔루션 공급사가 기술 파트너입니다. 신입에게 가장 중요한 협업 역량은 '현업의 모호한 요청을 데이터 질문으로 옮기는 일'입니다. "고객 반응이 안 좋은 것 같다"는 말을 "어느 연령대의 어떤 기능에서 이탈률이 얼마나 높은가"라는 질의로 바꿀 줄 알아야, 비로소 데이터가 답을 내놓습니다.

5-7. 필요 역량: 기술, 지식, 소프트스킬

필요 역량은 세 묶음으로 나뉩니다. 기술 역량으로는 데이터 추출의 기본인 SQL이 가장

중요하고, 데이터 가공·분석을 위한 Python이나 R, 시각화와 대시보드 도구, 그리고 가설검정과 A/B 테스트로 대표되는 통계적 사고가 필요합니다. 지식 역량으로는 금융 도메인 이해(NIM·예대마진·여신·수신·자본비율의 뜻), 데이터 거버넌스(품질·표준·보안·계보), 마이데이터와 오픈뱅킹 제도 이해가 요구됩니다. 소프트스킬로는 현업과의 소통, 문제를 데이터로 정의하는 능력, 데이터 이상을 끝까지 추적하는 집요함, 그리고 분석 결과를 비전문가에게 풀어 설명하는 이야기 구성력이 필요합니다. 디지털 부문은 코드를 많이 짜는 자리가 아니라, 이 세 묶음을 고루 갖춰 '데이터로 사업을 푸는' 자리에 가깝습니다.

5-8. 데이터 자격증 풀이: 각각이 무엇이고 왜 우대되는가

우대 자격을 하나씩 풀면 직무의 결이 더 분명해집니다. 모두 한국데이터산업진흥원이 주관합니다.

SQLD(SQL 개발자)는 데이터베이스와 데이터 모델링 지식을 바탕으로 정확한 SQL을 짜는 능력을 검증합니다. 비전공자도 한두 달 준비로 도전할 만하며, 현업에서 기본 소양으로 통합니다. 데이터 추출이 모든 분석의 출발점이어서, 디지털 부문의 핵심 자격입니다.

SQLP(SQL 전문가)는 SQLD의 상위 자격으로, SQL 튜닝과 성능 최적화, 데이터베이스 설계까지 다룹니다. 현직자도 한 번에 붙기 어려운 고난도 자격으로, 대용량 금융 데이터를 다루는 환경에서 가치가 큼니다.

ADsP(데이터분석 준전문가)는 데이터 분석 기초와 통계, 데이터 기획·분석을 다루는 입문 자격으로 필기만 치릅니다. 비전공자가 데이터 문해력을 증명하는 입문용으로 알맞습니다.

빅데이터분석기사는 빅데이터의 수집·저장·처리·분석·시각화를 검증하는 국가기술자격으로, 필기와 실기로 구성됩니다. ADsP보다 깊고, 프로젝트 단위 분석 보고서를 만드는 역량을 보여 줍니다.

DAP(데이터아키텍처 전문가)는 데이터 요건 분석·모델링·데이터베이스 설계 등 데이터 아키텍처 역량을 검증합니다. 데이터 표준과 거버넌스를 다루는 일에서 가치가 있습니다.

이 자격들이 우대되는 이유는, 은행의 데이터 일이 'SQL로 꺼내고(SQLD·SQLP), 분석하고(ADsP·빅데이터분석기사), 구조를 설계·관리하는(DAP)' 한 흐름으로 이뤄지기 때문입니다. 자격은 그 흐름의 각 단계 역량을 증명하는 공통 언어인 셈입니다.

5-9. 성과 지표와 평가 포인트: 가능한 범위의 추론

체험형 인턴의 평가 기준은 공개되지 않았으므로 단정하지 않되, 직무 특성에 비추어 추론하면 몇 가지로 모입니다. 프로젝트 결과물의 완성도(문제 정의에서 분석, 제안으로 이어지는 논리), 디지털·데이터 이해도, 협업과 소통, 직무연수를 흡수하는 학습 태도, 그리고 발표 역량이 핵심 평가 결이 될 가능성이 큼니다. 정규 데이터 직무라면 분석의 정확성과 정합성, 인사이트가 사업에 준 효과, 대시보드의 활용도 같은 것들이 성과 지표가 됩니다.

5-10. 가상의 하루 워크플로우

인턴 3주 차 화요일의 하루를 그려 봅니다. 오전 9시, 멘토가 "KB스타뱅킹 자산관리 메뉴의 20·30대 이용 데이터를 살펴보자"는 작은 과제를 줍니다. 데이터기획 부서에서 받은 권한으로 SQL을 짜, 최근 석 달 연령대별 메뉴 진입·체류·이탈 데이터를 꺼냅니다. 오전 11시, 꺼낸 데이터를 시각화하니 20대 초반의 자산관리 메뉴 진입은 높는데 마이데이터 연결 단계에서 이탈률이 치솟는 모습이 보입니다. 오후 2시, 멘토와 함께 가설을 세웁니다. "연결 절차가 번거로워 떠나는 것은 아닐까." 마이데이터 2.0이 연결 절차를 한 번에 끝내고 연결 가능 기관을 크게 늘린 흐름을 배우며, 연결 단계를 줄이고 리브넥스트와 잇는 개선 아이디어를 떠올립니다. 오후 4시, 팀원들과 결과를 나누고 발표 자료 초안을 만듭니다. 이 하루 안에 SQL 추출, 시각화, 가설검정, 금융 도메인 학습, 협업, 기획이 모두 압축돼 있습니다. 디지털 부문의 일이 '데이터로 묻고 사업으로 답하는' 일이라는 사실이, 이 하루에 그대로 담깁니다.

5-11. 종합 해석: 데이터로 묻고 사업으로 답하는 자리

5장을 종합하면, 디지털 부문 체험형 인턴은 'SQL로 데이터를 다루고, 금융 문제를 데이터로 정의하며, 협업과 협업해 결과를 발표하는' 디지털 금융 실무의 축소판입니다. 이 부문은 IT의 시스템 운영이나 AI·플랫폼개발의 모델 엔지니어링과 결이 다르며, '데이터로 사업을 푸는 기획·분석'에 가장 가깝습니다. KB가 에이전트용 데이터 플랫폼을 금융권 최초로 짓고 2030년 No.1 디지털 플랫폼을 목표로 삼은 회사라는 점을 떠올리면, 이 인턴 자리는 거대한 디지털 전환의 출발점, 곧 '데이터라는 연료를 만드는' 곳에 놓여 있습니다. 데이터 자격이 우대되는 이유, 그리고 이 직무가 KB의 미래와 포개지는 이유가 모두 여기서 만납니다.

핵심 용어·개념 정리 (Glossary)

예대마진 — 대출금리에서 예금금리를 뺀 차이. 한국 은행 수익의 절대 기반이어서 모든 수익성 논의의 출발점입니다.

NIM(순이자마진) — 순이자이익을 이자수익자산으로 나눈 비율. 은행 수익성의 대표 지표로 증권사와 IR이 가장 주목합니다.

비이자이익 — 수수료·외환·유가증권 손익 등 이자 밖 수익. 금리 동결 국면에서 은행의 생존을 좌우하는 확대 과제입니다.

기준금리 — 한국은행이 정하는 정책금리. 2026년 6월 현재 연 2.50%로 동결 장기화 중이며 은행 실적을 좌우합니다.

리프라이싱 — 만기 도래한 예금·대출이 새 금리로 갈아타는 현상. 고금리 예금이 낮은 금리로 바뀌며 조달비용을 눌러 NIM을 떠받칩니다.

핵심예금(저원가성예금) — 이자를 거의 주지 않는 입출금성 예금. 조달비용을 낮춰 마진을 지키는 핵심 수단입니다.

DSR(총부채원리금상환비율) — 소득 대비 빚 상환부담을 규제하는 장치. 강화되면 은행

대출 성장이 둔화합니다.

마이데이터 — 흩어진 내 금융정보를 한곳에 모아 관리하는 서비스. 고객의 전체 그림을 열어 초개인화의 토대가 됩니다.

오픈뱅킹 — 한 앱에서 모든 은행 계좌를 조회·이체하는 공동 인프라. 슈퍼앱 경쟁과 핀테크 혁신의 바탕입니다.

슈퍼앱 — 금융과 비금융을 한 앱에 모은 만능 앱. 고객 락인과 비이자수익의 플랫폼 기반입니다.

락인 — 고객을 한 생태계에 묶어 이탈을 막는 효과. 슈퍼앱과 인증서 전략의 목표입니다.

임베디드 금융 — 비금융 플랫폼에 금융을 끼워 넣는 모델. KB의 제휴 확장 전략의 핵심입니다.

챌린저뱅크 — 점포 없이 모바일로 영업하는 신생 디지털 은행. 카카오·토스·케이뱅크가 시중은행을 위협합니다.

생성형 AI — 텍스트·이미지 등을 만들어 내는 AI. 상담·리서치·제안서 작성 등 은행 업무 효율화의 동력입니다.

에이전틱 AI — 스스로 목표를 이해하고 계획·실행하는 자율형 AI. KB가 금융권 최초 도입해 업무 방식을 바꾸고 있습니다.

ETL·데이터 파이프라인 — 데이터를 꺼내·가공·적재하는 흐름. 분석과 AI의 연료를 만드는 기반 작업입니다.

SQL — 데이터베이스에서 데이터를 꺼내고 다루는 언어. 디지털·데이터 직무의 가장 기본적이고 필수적인 도구입니다.

A/B 테스트 — 두 안을 실험해 성과를 데이터로 가리는 방법. 감이 아닌 실험으로 결정하게 해 주는 도구입니다.

데이터 거버넌스 — 데이터의 품질·표준·보안·계보를 관리하는 체계. 금융데이터의 신뢰성과 규정 준수의 핵심입니다.

CET1 비율(보통주자본비율) — 은행이 위기를 견디는 자본 체력을 보여 주는 지표. 주주환원과 위험 흡수 여력을 가늠하는 척도입니다.

참고 레퍼런스 (References)

KB금융 2026년 1분기 실적(수수료 이익·순이익 11.5%↑) —

<https://kr.investing.com/news/company-news/article-93CH-1936072X>

심층분석보고서: 26상_KB국민은행_하계체험형인턴-디지털부문

KB금융 1Q 순익 1조8924억·자사주 소각 — <https://zdnet.co.kr/view/?no=20260423153557X>

KB국민은행 1분기 순이익 1조1010억·NIM 1.77% — <https://news.nate.com/view/20260423n29455X>

KB금융 2026 1분기 실적·비은행 43% — <https://www.inthenews.co.kr/news/article.html?no=86009X>

KB금융 2025년 순익 5.8조 사상 최대(인사이트코리아) — <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=240681X>

KB금융 2025 연간 실적·배당성향 27%(천지일보) — <https://www.newscj.com/news/articleView.html?idxno=3371874X>

리딩뱅크 경쟁·비은행 43%(다음/서울경제) — <https://v.daum.net/v/20260511083353544X>

비은행 선두·삼성금융네트웍스 비교(스트레이트뉴스) — <https://www.straightnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=299884X>

금융지주 슈퍼앱 경쟁·KB스타뱅킹 MAU(스트레이트뉴스) — <https://www.straightnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=291791X>

KB GenAI 포털·에이전틱 AI(인공지능신문) — <https://www.aitimes.kr/news/articleView.html?idxno=34959X>

KB국민은행 AI 에이전트용 데이터 플랫폼(전자신문) — <https://www.etnews.com/20250725000161X>

KB AI 전환·2030 No.1 디지털 플랫폼(핸드메이커) — <https://www.handmk.com/news/articleView.html?idxno=31479X>

이환주 KB국민은행장 2026 신년사 '확장·전환'(CEOSCOREDAILY) — <https://m.ceoscoredaily.com/page/view/2026010210475409271X>

KB국민은행 2026 경영전략·성장금융추진본부(데일리e뉴스) — <https://www.dailyenews.co.kr/news/articleView.html?idxno=48657X>

이환주 행장 2026 신년사 전문(인더뉴스) — <https://www.inthenews.co.kr/news/article.html?no=81510X>

KB국민은행 2026 하계 체험형 인턴 채용(파이낸셜뉴스) — <https://www.fnnews.com/news/202606161028102221X>

2026 하계 체험형 인턴·디지털/IT/AI 3부문(뉴스프리존) —

<https://www.newsfreezone.co.kr/news/articleView.html?idxno=694647>X

한국은행 기준금리 동결 장기화(한국금융경제신문) —

<https://www.kfenews.co.kr/news/articleView.html?idxno=649992>X

2026 기준금리 일정·연 2.50% 동결(토스뱅크) —

<https://www.tossbank.com/articles/baserate2601>X

KB 인재상·핵심가치 등 채용 정보(KB Careers) — <https://careers.kbfg.com/>X