

심층분석보고서

26상_신한은행_영업현장체험-서울

마감일: 6월21일10시00분

| 노영우 컨설턴트 & 취업 플랫폼 '룩센트'

Executive Summary

이 리포트는 2026년 상반기 신한은행 '영업현장체험-서울'(2026년 하계 체험형 청년인턴, 영업현장체험 과정)을 준비하는 사람이 산업·기업·직무를 깊이 이해하도록 돕는 분석 문서입니다. 결론을 먼저 제시하면, 이 프로그램이 다루는 '고객 응대·디지털 컨시어지·팀 프로젝트'라는 세 가지 일은, 한국 은행산업이 2026년 현재 통과하고 있는 거대한 전환 (점포 감축, 순이자마진 하락, 이자이익 의존 탈피, 생산적 금융으로의 정책 재편, 인터넷전문은행의 공습)이 영업점이라는 가장 작은 단위에서 어떻게 구현되는지를 보여주는 창(窓)입니다. 따라서 이 직무를 평범한 창구 보조로 이해하면 본질을 놓치게 되며, '은행이 고객 접점을 재설계하는 실험의 최전선'으로 읽어야 정확합니다.

2026년 6월 현재 한국 은행산업은 모순적인 국면에 서 있습니다. 2025년 국내은행 당기순이익은 24조1000억 원으로 역대 최대를 기록했지만, 같은 기간 순이자마진은 1.57 퍼센트에서 1.51퍼센트로 내려앉았습니다. 본업의 마진이 얇아지는 흐름을 자산 규모 확대와 외환·파생 중심의 비이자이익(2025년 7조6000억 원, 전년 대비 26.9퍼센트 증가)으로 메운 결과였습니다. 한국금융연구원은 2026년을 두고 "지표상 양호했던 2025년을 정점으로 하방 압력이 확대되는 구조적 변곡점"이라고 진단했고, 정부는 가계·부동산에 쏠린 자금을 첨단전략산업으로 돌리는 '생산적 금융 대전환'을 국정 과제로 못 박았습니다. 즉 사상 최대 실적이라는 표면 아래에서 수익성·건전성·사회적 역할이라는 세 가지 요구가 동시에 은행을 압박하는 상황입니다.

분석 대상인 신한은행은 이 환경에서 가장 앞선 위치를 점하고 있습니다. 2026년 1분기 신한은행은 당기순이익 1조1571억 원으로 분기 기준 최대 실적을 내며 리딩뱅크(은행 순이익 1위)를 되찾았고, 모회사 신한금융지주도 1조6226억 원의 순이익으로 전년 동기보다 9.0퍼센트 성장했습니다. 다만 여기서 반드시 구분해야 할 점이 있습니다. 분석의 대상은 지주회사가 아니라 은행이며, 시장에서 자주 인용되는 '신한금융 5조 클럽', '리딩금융' 같은 표현은 카드·증권·라이프를 포함한 그룹 전체 숫자이지 은행만의 성과가 아닙니다. 이 리포트는 은행과 지주, 그리고 신한카드·신한투자증권 같은 다른 계열사를 뭉뚱그리지 않고 구분해 서술합니다.

신한은행의 차별화는 세 갈래로 정리됩니다. 첫째, 디지털 플랫폼입니다. 신한금융그룹은 2026년 6월 17일 은행·카드·증권·보험을 하나로 통합한 '신한 슈퍼SOL'을 출시하며, 연말까지 월간 활성 이용자 1300만 명을 내부 목표로 잡았습니다. 이 리포트가 작성되는 시점은 그 출시 바로 전날입니다. 둘째, AI 브랜치와 디지털 영업점입니다. 신한은행은 2024년 업계 처음으로 무인 AI 점포를 열었고, AI 통번역 서비스를 2026년 4월 기준 전국 182개 지점으로 넓혔습니다. 셋째, 글로벌입니다. 신한은행의 2025년 글로벌 순이익 비중은 20.8퍼센트로 베트남·일본을 거점 삼아 국내 은행 가운데 가장 높습니다. 전략의 사령탑에는 2026년 3월 주주총회에서 연임을 확정해 2기 체제(임기 2029년 3월까지)를 연 진옥동 회장과, 임기가 2026년 12월까지 보장된 정상혁 행장이 있으며, 이들은 5년간 110조 원 규모의 생산적·포용적 금융을 핵심 국면 전략으로 내걸었습니다.

동시에 베어 케이스도 분명합니다. 신한은행의 금융사고 적발 건수는 2024년 7건에서 2025년 27건으로 급증했고, 국내 17억 원 횡령과 베트남 법인 37억 원 횡령이 잇따르며 '내부통제 모범생' 이미지에 균열이 생겼습니다. 책무구조도가 2년차에 접어들었음에도 사고가 끊이지 않는 현실은, '고객 신뢰가 곧 자본'인 은행업에서 영업점 한 명 한 명의 정확성과 윤리 의식이 왜 그토록 중요한지를 역설적으로 보여줍니다.

직무로 좁히면, '영업현장체험-서울'은 50명을 뽑아 약 4주간 연수원 교육과 서울 지역 영업점 근무를 거치게 하는 체험형 프로그램이며, 우수 수료자에게는 향후 신입행원 공개채용에서 전형 일부를 면제하는 혜택을 줍니다. 이 직무가 요구하는 역량은 고객 감수성과 신뢰성, 정확성과 윤리 의식, 디지털 적응력, 팀워크와 적극성으로 압축되고, 이는 신한은행 인재상 '따뜻한 가슴을 지닌 창의적인 열정가' 및 그룹 핵심가치 '바르게·빠르게·다르게'와 정확히 대응합니다. 이 리포트는 그 대응 관계를 다섯 개 장에 걸쳐 구체적 수치·사실로 풀어냅니다.

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 은행업의 정의와 가치사슬: 돈을 빌려와 빌려주는 신용중개업

은행업의 본질은 '신용 중개'입니다. 가장 쉬운 비유로 은행은 '돈의 도매상이자 소매상'입니다. 예금자에게 낮은 금리로 돈을 사들이고, 대출자에게 더 높은 금리로 그 돈을 빌려준 뒤, 그 금리 차이를 이익으로 가져갑니다. 이 한 줄 안에 은행이 어떻게 돈을 버는지의 골격이 들어 있습니다.

가치사슬을 풀어 보면 네 개의 마디로 이어집니다. 첫째 마디는 수신(예수금)으로, 보통예금·정기예금·적금 등을 통해 자금을 끌어모읍니다. 둘째 마디는 여신(대출)으로, 가계에는 주택담보대출·신용대출을, 기업에는 운전자금·시설자금 대출을 내주고 이자를 받습니다. 셋째 마디는 수수료수익으로, 외환 환전, 펀드·신탁 판매, 방카슈랑스(은행 창구의 보험 판매) 같은 서비스에서 보수를 챙깁니다. 넷째 마디는 자산관리(WM)로, 일정 규모 이상 자산을 가진 고객의 돈을 운용·관리하며 보수를 받습니다. 이 가운데 첫째와 둘째 마디에서 나오는 이자이익이 한국 은행 수익의 큰 줄기를 이루고, 셋째와 넷째 마디의 비이자이익이 그 위에서 보강하는 구조입니다.

여기서 첫 번째 핵심 용어를 충실히 풀겠습니다. 순이자마진(NIM)이라는 말이 있습니다. 쉽게 정의하면, 은행이 굴리는 이자 버는 자산(대출 등)에서 벌어들인 이자이익을 그 자산의 평균 규모로 나눈 비율입니다. 이 지표가 산업에서 중요한 이유는, 은행이 '본업으로 얼마나 효율적으로 돈을 버는가'를 한 숫자로 보여주기 때문입니다. 대출 잔액이 아무리 커도 마진이 얇으면 남는 게 적고, 마진이 두꺼우면 같은 자산으로도 더 많이 벌니다. 신한은행의 경우 2025년 6월 무렵 순이자마진이 1.55퍼센트 수준이었는데, 이 숫자가 0.01퍼센트만 움직여도 수조 원대 자산에 곱해지면서 손익에 곧바로 영향을 줍니다. 영업현장체험을 하는 사람이 창구에서 예금 금리와 대출 금리를 안내할 때, 그 두 숫자의 간격이 바로 은행 수익의

원천이라는 점을 알고 있으면 일의 의미가 다르게 보입니다.

1-2. 2026년 6월의 은행업: '사상 최대 실적'과 '구조적 변곡점'의 공존

2026년 6월 현재 은행산업을 한 문장으로 요약하면 '최대 실적과 구조적 불안의 동거'입니다. 금융감독원이 집계한 2025년 국내은행 당기순이익은 24조1000억 원으로 전년의 22조2000억 원보다 1조8000억 원(8.2퍼센트) 늘어 역대 최대를 기록했습니다. 표면만 보면 더없이 좋은 성적표입니다.

그러나 그 안을 들여다보면 경고등이 켜져 있습니다. 같은 기간 국내은행 순이자마진은 1.57 퍼센트에서 1.51퍼센트로 0.06퍼센트포인트 내려갔습니다. 본업의 효율이 떨어졌다는 뜻입니다. 그런데도 이익이 늘어난 것은, 이자 버는 자산이 3442조 원으로 4.6퍼센트 불어나면서 얇아진 마진을 덩치로 메웠고, 외환·파생 관련 비이자이익이 폭발적으로 늘었기 때문입니다. 한국금융연구원은 2026년 전망에서 "2025년의 양호한 지표는 정점이며, 위험가중자산 하한 규제 강화와 사회적 책임 요구 확대로 하방 압력이 커지는 구조적 약화 가능성이 높다"고 짚었습니다. 같은 기관은 2026년을 "은행산업의 지속 가능한 성장이 시험받는 변곡점"으로 규정했습니다. 사상 최대 실적이 도리어 '이자장사' 비판을 키우고, 그 비판이 규제와 사회적 부담으로 돌아오는 역설이 지금 산업을 감싸고 있습니다.

1-3. NIM과 예대마진: 은행 수익성의 심장과 그 압박

순이자마진과 함께 반드시 알아야 할 개념이 예대마진입니다. 예대마진은 대출금리에서 예금금리를 뺀 차이를 말합니다. 이것이 은행 이자이익의 출발점이며, 정부가 은행을 비판할 때 겨누는 바로 그 지점입니다. 2025년 한 해 이재명 대통령은 은행권을 향해 "손쉬운 주택담보대출 같은 이자놀이에 매달릴 게 아니라 투자 확대에 나서야 한다"는 취지의 발언을 거듭했고, 이는 예대마진에 기대 손쉽게 돈을 버는 관행을 향한 정치적 압박이었습니다.

왜 2026년 들어 마진 압박이 더 커졌는지를 이해하려면 금리 흐름을 봐야 합니다. 기준금리가 내려가는 국면에서는 대출금리가 예금금리보다 빠르게 떨어지는 경향이 있어, 예대마진이 자연스럽게 좁아집니다. 여기에 가계대출 관리 강화로 수익성 좋은 주택담보대출의 성장이 제한되면서, 은행들은 마진을 지키기 위해 기업대출과 비이자 영역으로 무게를 옮기고 있습니다. 신한은행이 2026년 1분기에 '공격적 기업대출로 외형을 키운' 것도 같은 맥락입니다. 결국 마진이라는 심장이 약해지자, 은행은 새로운 혈관을 찾아 나서고 있는 셈입니다.

1-4. 비이자이익의 부상: 본업 정체를 메우는 새로운 성장 동력

비이자이익은 이자가 아닌 곳에서 나오는 모든 수익을 말합니다. 외환 환전·송금 수수료, 펀드·신탁 판매 보수, 보험 판매 수수료, 그리고 외환·파생상품 거래에서 나오는 매매이익 등이 여기에 들어갑니다. 2025년 국내은행 비이자이익이 6조 원에서 7조6000억 원으로 26.9 퍼센트 급증한 사건은 이 항목이 더 이상 겹다리가 아님을 보여줍니다. 특히 환율 변동성을 활용한 외환·파생 이익이 크게 늘었는데, 이는 '본업(이자)보다 부업(비이자)이 더 빨리 큰'

이례적 현상이었습니다.

은행이 비이자에 매달리는 이유는 분명합니다. 마진이 얇아지는 본업만으로는 성장에 한계가 있고, 정부가 이자이익을 곱지 않게 보는 상황에서 비이자는 '이자장사가 아닌 정당한 수익'이라는 명분까지 갖기 때문입니다. 다만 외환·파생 이익은 환율이 안정되면 줄어드는 변동성 큰 수익이라, 은행들은 자산관리·디지털 플랫폼처럼 더 안정적인 비이자 기반을 키우려 애쓰고 있습니다. 신한금융그룹이 2026년 6월 슈퍼SOL을 통합해 보험·증권 상품까지 교차 판매하려는 것도, 결국 비이자 수익의 토대를 넓히려는 시도입니다.

1-5. 디지털 전환과 인터넷전문은행의 공습

지난 5년 산업을 가장 크게 흔든 흐름은 디지털 전환과 인터넷전문은행의 부상입니다. 인터넷전문은행은 오프라인 점포 없이 모바일 앱만으로 영업하는 은행을 말합니다. 카카오뱅크·토스뱅크·케이뱅크 세 곳이 대표 주자입니다. 이들이 산업에서 중요한 이유는, 점포 운영비가 들지 않는 낮은 비용 구조와 뛰어난 앱 사용성으로 시중은행의 리테일 고객, 특히 젊은 세대를 빠르게 흡수하고 있기 때문입니다.

구체적 숫자가 위협의 실체를 말해 줍니다. 카카오뱅크는 2025년 당기순이익 4803억 원, 고객 2670만 명을 기록하며 인터넷은행 1위를 지켰고, 비이자수익은 1조886억 원으로 처음 연 1조 원을 넘어 전체 영업수익의 35퍼센트를 차지했습니다. 토스뱅크는 2025년 순이익 968억 원으로 전년보다 두 배 이상 성장했고, 케이뱅크는 2025년 3월 코스피 상장에 성공했습니다. 시중은행의 모바일 앱이 아무리 좋아져도, 태생부터 모바일로 설계된 인터넷은행의 사용 경험을 따라잡기는 쉽지 않습니다. 신한은행이 6월 슈퍼SOL을 내놓으며 "빅테크에 맞서 비대면 시장 주도권을 되찾겠다"고 선언한 배경에는 이 절박한 경쟁이 깔려 있습니다.

1-6. 점포 축소와 고령층 금융 접근성: 디지털 컨시어지의 탄생 배경

디지털 전환의 그늘에서 점포 축소가 빠르게 진행됐습니다. 2020년부터 2025년 8월까지 KB국민·신한·하나·우리 4대 은행은 약 937곳의 지점을 닫았는데, 이는 당시 현존 점포(2688 곳)의 25.8퍼센트에 해당합니다. 신한은행만 보면 국내 영업점이 2023년 721개에서 2024년 693개, 2025년 650개로 줄었습니다. 점포 한 곳을 닫으면 임대료·인건비가 줄어 비용 효율은 좋아지지만, 그 동네에서 은행을 이용하던 고령층은 갈 곳을 잃습니다.

바로 이 지점에서 '영업현장체험-서울' 직무의 한 기둥인 디지털 컨시어지가 등장합니다. 디지털 컨시어지는 줄어드는 점포 환경에서 고객이 모바일뱅킹·자동화기기·키오스크를 스스로 쓰도록 돕는 사람을 말합니다. 호텔의 컨시어지가 손님의 요청을 알아서 해결해 주듯, 디지털 컨시어지는 기계 앞에서 막막해하는 고객, 특히 어르신 고객의 옆을 지키며 안내합니다. 점포가 사라지는 시대에 고령층의 금융 접근성을 지키는 '인간 접점'이 바로 이 역할이라는 점에서, 이 직무는 산업의 가장 민감한 갈등(효율 대 포용) 위에 서 있습니다.

1-7. 생산적 금융과 포용금융: 2026년 은행업을 재편하는 정책 대전환

2026년 은행산업을 이해하는 열쇠는 '생산적 금융'이라는 정책 키워드입니다. 생산적 금융을 쉽게 정의하면, 부동산 담보나 가계대출처럼 손쉬운 곳이 아니라 반도체·배터리·인공지능·바이오 같은 첨단전략산업과 혁신기업, 지역 산업기반에 돈을 흘려보내는 금융을 말합니다. 정부가 이를 밀어붙이는 논리는 이렇습니다. 가계와 부동산에 자금이 지나치게 쏠려 가계부채는 늘고 실물경제 생산성에 배분될 자금은 부족해졌으니, 금융이 미래 성장동력에 자금을 대는 본래 역할을 되찾아야 한다는 것입니다.

이 정책이 은행 현장을 어떻게 바꾸는지는 구체적입니다. 금융위원회는 2026년 생산적 금융 가이드북에서 R&D 투자, 신제품·신공정 개발, 첨단전략산업 투입 비용, 스마트팩토리 구축, 탄소감축 설비 투자 등을 '생산적' 활동으로 분류했습니다. 은행들은 이에 맞춰 조직과 평가 체계를 손질했습니다. 신한금융은 산업 밸류체인 기반 분석 체계를 세우고 산업연구원과 협업해 산업분석 역량을 키웠으며, 생성형 인공지능 기반 여신심사 지원 시스템을 들여와 기업의 기술력과 시장 경쟁력까지 반영하도록 평가 방식을 바꿨고, 변리사 같은 전문인력도 늘렸습니다. 무엇보다 영업점 직원이 생산적 금융 관련 여신을 취급하면 성과지표(KPI)에 가중치를 주는 식으로 현장의 행동을 유도하고 있습니다. 한편 금융감독원은 2026년 업무계획에서 '따뜻한 금융 실현'을 내걸고 은행권 포용금융 종합평가체계 마련, 중저신용자를 위한 중금리대출 활성화를 예고했습니다. 생산적 금융과 포용금융이라는 두 정책 흐름이 2026년 은행 영업의 방향을 새로 그리고 있는 것입니다.

1-8. 가계부채·DSR·금리: 은행을 둘러싼 거시 변수의 작동 원리

은행 수익은 몇 가지 거시 변수에 따라 출렁입니다. 그 작동 원리를 풀어 보겠습니다. 기준금리가 내려가면 앞서 설명했듯 예대마진이 좁아져 이자이익이 압박을 받습니다. 환율이 오르면 은행이 보유한 외화자산의 원화 환산 위험가중자산이 커져 BIS자기자본비율에 부담을 줍니다. BIS자기자본비율은 위험가중자산 대비 자기자본의 비율로, 은행이 위기에도 버틸 수 있는 체력을 나타내는 국제 기준입니다.

여기서 DSR이라는 규제를 짚어야 합니다. DSR(총부채원리금상환비율)은 한 사람이 한 해에 갚아야 할 모든 대출 원리금을 그 사람의 연소득으로 나눈 비율을 말합니다. 정부는 이 비율에 상한을 두어 과도한 대출을 막는데, DSR 규제가 강해질수록 가계대출은 묶이고 은행은 기업대출·비이자로 활로를 찾아야 합니다. 2026년 국책연구기관 KDB미래전략연구소는 "정부의 가계대출 관리 강화와 첨단전략산업 투자 장려로 기업 시설자금 대출 수요가 늘어날 것"이라고 전망했고, 한국금융연구원도 "가계대출 관리 강화로 은행 간 기업대출 경쟁이 심화될 것"이라고 봤습니다. 거시 변수가 은행을 가계에서 기업으로, 이자에서 비이자로 밀어내고 있는 셈입니다.

1-9. 책무구조도와 ELS 사태: 신뢰 비즈니스의 규율 강화

은행업은 '신뢰가 곧 자본'인 사업입니다. 이 신뢰를 흔든 두 사건이 산업의 규율을 크게 강화했습니다. 첫째는 홍콩 H지수 연계 ELS 사태입니다. ELS(주가연계증권)는 특정 주가지수나 종목 가격의 움직임에 따라 수익과 손실이 결정되는 상품인데, 2024년 홍콩 H지수가

급락하면서 이 지수에 연계된 ELS에서 대규모 원금손실이 났습니다. 은행권 판매 잔액은 KB국민은행 8조1972억 원, 신한은행 2조3701억 원 등이었고, 금융당국은 평균 31.6퍼센트의 자율배상과 함께 5개 은행에 약 1조4000억 원의 과징금을 의결했습니다. 다만 2026년 들어 과징금 완화 기조가 나타나면서, KB국민은행 등은 미리 쌓아둔 총당금 일부가 이익으로 돌아오는 환입 가능성이 거론되고 있습니다. 이 한 사건이 은행의 고위험 상품 판매 관행 전반에 경종을 울렸습니다.

둘째는 책무구조도입니다. 책무구조도는 임원 한 사람 한 사람이 어떤 내부통제 책무를 지는지를 문서로 명확히 해, 금융사고가 나면 책임을 떠넘기지 못하게 한 제도입니다. '금융판 중대재해처벌법'으로 불립니다. 2024년 7월 개정 지배구조법에 따라 금융지주·은행 62개사가 2025년 1월 책무구조도를 도입했습니다. 그런데 제도 시행 첫해인 2025년에도 5대 시중은행의 금융사고 적발 건수가 전년 86건보다 43퍼센트 급증했고, 10억 원 이상 대형 사고만 16건에 952억 원에 달했습니다. 책무구조도가 2년차에 접어들 2026년에도 당국이 직접 이행 실태를 점검하겠다고 나선 이유가 여기에 있습니다. 제도를 갖췄어도 '제대로 작동하는 통제'에 이르지 못한 현실이, 영업점 현장의 정확성과 윤리가 왜 중요한지를 다시 한번 일깨웁니다.

1-10. 산업 분석의 전략적 시사점

산업 차원에서 가장 중요한 해석은, 2026년 은행업이 '실적은 정점, 구조는 전환'이라는 이중 국면에 있다는 점입니다. 사상 최대 이익이라는 표면만 읽으면 산업을 절반만 이해한 것입니다. 마진이 얇아지는 본업, 비이자로의 무게 이동, 점포 감축과 디지털 전환, 생산적·포용 금융으로의 정책 재편, 반복되는 금융사고와 규율 강화라는 다섯 가지 흐름이 한꺼번에 진행되고 있고, 이 모든 흐름이 영업점이라는 현장에서 동시에 부딪칩니다. '영업현장체험'이라는 직무가 다루는 고객 응대·디지털 컨시어지·팀 프로젝트는 바로 이 다섯 흐름이 가장 작은 단위에서 만나는 접점이며, 산업의 거대한 변화가 한 사람의 일상 업무로 번역되는 자리라는 점이 핵심 통찰입니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. KB국민은행: 최대 자산·자산관리 강자, 리딩뱅크 맞수

KB국민은행은 신한은행의 가장 뚜렷한 맞수입니다. 보유 대출 자산 규모가 시중은행 가운데 가장 크고, 가계와 소규모 자영업자(SOHO) 기반이 두터운 리테일 강자입니다. 2026년 1분기 KB국민은행은 이자이익 2조7676억 원, 수수료이익 3730억 원 등 영업이익 자체는 컸으나, 당기순이익은 1조1010억 원으로 신한·하나에 밀려 3위로 내려앉았습니다. 그 배경에는 홍콩 ELS 과징금과 주택담보대출비율(LTV) 담합 과징금 관련 총당금 선반영이 있었습니다. KB국민은행은 2025년 4분기 3330억 원, 2026년 1분기 976억 원을 총당금으로 미리 쌓아 두었습니다.

다만 2026년 들어 ELS 과징금이 완화 쪽으로 기울면서, 미리 쌓은 총당금 일부가 이익으로 돌아오는 환입이 예상돼 상반기 리딩뱅크를 되찾을 가능성이 거론됩니다. 강점은 최대 고객 기반과 자산관리 역량, 그리고 대표 앱 KB스타뱅킹의 압도적 사용자 수(월간 활성 이용자 약 1378만 명으로 시중은행 앱 1위)입니다. 약점은 거대 조직 특유의 무게와 ELS·담합 과징금이라는 일회성 부담이었습니다. 모회사 KB금융지주는 증권·보험·카드 포트폴리오가 탄탄해 2023년부터 '리딩금융'(지주 순이익 1위)을 지키고 있으며, 2026년 1분기에도 시장 예상을 넘는 실적으로 신한금융과의 격차를 벌렸습니다. 은행 1위 자리는 해마다 바뀌지만 지주 1위는 KB가 굳히는, 엇갈린 구도가 이어지고 있습니다.

2-2. 하나은행: 비이자·외환의 강자

하나은행은 비이자이익과 외환에서 강점을 보이는 은행입니다. 2025년 상반기 하나은행은 비이자이익 7406억 원으로 4대 은행 가운데 1위를 기록했고, 순이자마진도 1.48퍼센트로 유일하게 전년 수준을 지켜 냈습니다. 마진 방어와 비이자 강세가 동시에 나타난 드문 성과였습니다. 기업금융과 외환에 오랜 노하우가 있어, 외국인 고객이 많은 점포에 인공지능 통역 솔루션 도입을 검토하는 등 디지털과 글로벌을 엮는 시도에 적극적입니다.

2026년 1분기에도 하나은행은 신한에 이어 2위를 차지하며 리딩뱅크 경쟁의 한 갈래를 형성했습니다. 강점은 외환·기업금융 전문성과 비이자 다변화, 그리고 견조한 마진 관리입니다. 약점으로는 2025년 금융사고가 10건에서 33건으로 늘어 5대 은행 가운데 가장 많은 사고 건수를 기록했다는 점이 꼽힙니다. 내부통제라는 과제를 신한·우리와 함께 안고 있는 셈입니다. 생산적 금융 대응에서는 첨단전략산업 전담 심사팀을 운영하며 업종별 특화 심사 역량을 키우는 방향을 택했습니다.

2-3. 우리은행: 기업금융 특화와 부진한 출발

우리은행은 기업금융과 공급망 금융에 특화된 은행입니다. 원비즈플라자 같은 공급망 금융 플랫폼과 산업단지 거점 채널로 차별화를 꾀해 왔습니다. 다만 2026년 1분기에는 NH농협은행에도 순이익이 뒤지며 5위로 내려앉아 부진한 출발을 보였습니다. 2025년 2분기 순이자마진이 1.45퍼센트로 4대 은행 가운데 가장 낮았던 데서 보듯, 마진 측면의 약세가 이어지고 있습니다.

우리은행은 디지털전략 조직을 'AX혁신그룹'으로 개편하며 고객경험 혁신에 무게를 실었고, 2026년 6월에는 효성의 첨단전략산업에 2조 원 규모 생산적 금융을 지원한다고 밝히는 등 정책 흐름에 발 빠르게 올라탔습니다. 강점은 기업금융·공급망 금융의 전문성과 산업 거점 네트워크이고, 약점은 낮은 마진과 2025년 금융사고 증가(14건에서 23건), 그리고 리테일·디지털에서의 상대적 열세입니다.

2-4. NH농협은행: 범농협 네트워크와 정책금융

NH농협은행은 협동조합에 뿌리를 둔 은행으로, 전국 방방곡곡에 퍼진 점포망과 정책금융 연계가 강점입니다. 농촌·지역 기반이 두터워 다른 시중은행이 닿기 어려운 고객층을 보유하고

있습니다. 2026년 1분기에는 우리은행을 제치고 4위로 올라서며 존재감을 보였습니다. 강태영 농협은행장은 2026년 신년사에서 '에이전틱 AI 뱅크로의 전환'을 강조했고, 2026년 6월에는 런던 금융특구 시장과 협력을 논의하며 유럽·중동·아프리카(EMEA) 금융망 확대를 모색했습니다.

강점은 전국 단위 점포망과 정책금융·서민금융에서의 입지이며, 약점은 홍콩 ELS 판매 잔액 (2조1310억 원)에 따른 배상 부담과 범농협 지배구조 특유의 의사결정 복잡성입니다. 2025년 금융사고 건수가 전년 대비 감소한 점은 KB국민은행과 함께 내부통제에서 상대적으로 나은 흐름을 보였다는 신호입니다.

2-5. 카카오뱅크: 플랫폼 1위 인터넷은행의 위협

카카오뱅크는 시중은행이 가장 경계하는 인터넷전문은행입니다. 2025년 당기순이익 4803억 원(전년 대비 9.1퍼센트 증가), 고객 2670만 명, 4분기 월간 활성 이용자 2000만 명을 기록하며 인터넷은행 1위를 지켰습니다. 무엇보다 비이자수익이 1조886억 원으로 처음 연 1조 원을 넘어 전체 영업수익(3조863억 원)의 35퍼센트를 차지한 점이 의미심장합니다. 플랫폼 자체가 수익을 내는 구조로 진화했다는 뜻이기 때문입니다.

카카오뱅크의 강점은 압도적 사용자 기반과 카카오 생태계 연계, 그리고 모바일 네이티브 사용자 경험입니다. 약점은 시중은행에 비해 좁은 기업금융·자산관리 범위와, 인터넷은행에 대한 규제·자본 제약입니다. 그럼에도 젊은 세대의 첫 은행 경험이 카카오뱅크에서 시작되는 흐름은, 시중은행의 미래 고객 기반을 잠식하는 구조적 위협으로 남아 있습니다. 신한은행이 슈퍼SOL로 비대면 주도권 탈환을 외치는 것은 이 위협에 대한 응답입니다.

2-6. 토스뱅크·케이뱅크: 슈퍼앱과 상장 인터넷은행

토스뱅크는 금융 슈퍼앱 '토스'를 기반으로 한 인터넷은행입니다. 2025년 순이익 968억 원으로 전년의 457억 원에서 두 배 이상 성장했고, 흑자 기조를 이어 갔습니다. 토스라는 하나의 앱 안에서 송금·결제·투자·대출·보험이 끊김 없이 이어지는 사용 경험이 강점이며, 이는 신한금융이 슈퍼SOL에서 구현하려는 '유니버설 बैं킹'의 원형이기도 합니다. 케이뱅크는 2025년 3월 코스피 상장에 성공하며 자본을 확충했고, 상장사로서의 재무 투명성과 성장 여력을 갖췄습니다.

이 두 인터넷은행의 존재는, 비대면 시장이 더 이상 '시중은행 앱 대 시중은행 앱'의 경쟁이 아니라 '시중은행 대 빅테크 플랫폼'의 경쟁으로 바뀌었음을 보여줍니다. 영업현장체험 직무가 다루는 디지털 컨시어지가 중요한 또 다른 이유가 여기 있습니다. 비대면이 빅테크에 잠식되는 와중에, 점포라는 대면 접점에서 제공하는 사람 중심의 서비스 경험이 시중은행의 차별화 무기로 남기 때문입니다.

2-7. 신한은행의 포지셔닝: 리딩뱅크·디지털·글로벌 선도

이런 경쟁 지형에서 신한은행의 좌표는 비교적 또렷합니다. 첫째, 신한은행은 리딩뱅크 1 위권입니다. 리딩뱅크 타이틀은 2023년 하나은행, 2024년 신한은행, 2025년 KB국민은행,

그리고 2026년 1분기 다시 신한은행으로 해마다 주인이 바뀌는데, 신한은행은 그 선두 다툼의 중심에 늘 서 있습니다. 2026년 1분기 당기순이익 1조1571억 원은 분기 기준 신한은행 역대 최대 실적이었습니다.

둘째, 신한은행은 디지털 전환을 선도합니다. 모바일 플랫폼 SOL을 일찍 키웠고, 2024년 업계 처음으로 무인 AI 점포를 열었으며, 2026년 6월 그룹 통합 슈퍼SOL 출시로 빅테크에 정면 대응합니다. 셋째, 신한은행은 글로벌에서 가장 앞서 있습니다. 2025년 글로벌 순이익 비중 20.8퍼센트는 국내 은행 가운데 최고 수준으로, 베트남·일본이라는 두 거점에서 안정적 수익을 냅니다. 이를 종합하면 신한은행의 위치는 "디지털과 글로벌에서 가장 앞서가되, 리딩뱅크 타이틀은 KB와 해마다 엇치락뒤치락하는 선두 주자"로 규정됩니다.

2-8. 베어 케이스: 신한은행을 향한 비판적 시각

균형을 위해 비판적 시각을 분명히 짚겠습니다. 첫째, 이자이익 의존입니다. 비이자 다변화에 힘쓰고 있지만, 은행 수익의 큰 줄기는 여전히 대출에서 나옵니다. 둘째, 점포·인력 감축에 따른 포용성 논란입니다. 신한은행은 2025년 1분기에 35개 점포를 줄여 4대 은행 가운데 가장 많이 감축했고, 고령 고객을 위한 시니어 특화 점포(학이재)는 4곳에 그쳐 고령층 소외 비판을 받았습니다. 셋째, 가장 뼈아픈 금융사고와 내부통제 문제입니다. 신한은행의 금융사고 적발 건수는 2024년 7건에서 2025년 27건으로 급증했고, 2025년 한 해에만 외부인 사기 19억9800만 원, 직원 횡령 약 17억 원, 베트남 법인 직원 횡령 37억4880만 원(2023년 3월부터 2025년 7월까지 적발 지연)이 잇따랐습니다. 책무구조도를 금융권에서 먼저 도입했다고 자부했던 은행에서 사고가 이어지자 '제도가 무용지물'이라는 비판까지 나왔습니다.

넷째, 빅테크 위협입니다. 카카오뱅크·토스뱅크가 비대면 시장을 잠식하는 흐름은 시중은행의 미래 수익 기반을 위협합니다. 다섯째, 인구구조와 저성장입니다. 고령화와 저성장은 대출 수요 둔화와 건전성 부담으로 이어집니다. 이 비판 요인들은 신한은행만의 문제라기보다 산업 공통의 과제이지만, '디지털·내부통제 모범생'을 자처해 온 신한은행에는 특히 평판 측면에서 무겁게 작용합니다.

2-9. 경쟁 구도 분석의 전략적 시사점

경쟁 분석의 핵심 해석은, 은행 간 경쟁의 전선이 '누가 이자를 더 버느냐'에서 '누가 비대면 플랫폼과 대면 서비스 경험을 함께 잡느냐'로 옮겨가고 있다는 점입니다. 신한은행은 디지털·글로벌이라는 무기를 앞세워 선두 다툼을 벌이지만, 점포 감축에 따른 포용성과 반복되는 금융사고라는 그늘을 동시에 안고 있습니다. 영업현장체험 직무는 바로 이 그늘을 메우는 자리, 즉 디지털 전환의 효율과 대면 서비스의 온기를 영업점 현장에서 잇는 역할이라는 점에서 경쟁 전략상 의미가 큼니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

3-1. 신한은행과 신한금융지주: 반드시 구분해야 할 두 실체

신한은행을 분석할 때 가장 먼저 바로잡아야 할 혼동이 있습니다. 신한은행과 신한금융지주는 다른 실체라는 점입니다. 신한금융지주는 은행·카드·증권·라이프(보험)·저축은행 등 여러 자회사를 거느린 지주회사이고, 신한은행은 그 가운데 가장 큰 자회사입니다. 시장에서 자주 들리는 '신한금융 5조 클럽 진입', '리딩금융' 같은 표현은 카드·증권을 포함한 그룹 전체의 숫자이지 은행만의 실적이 아닙니다. 이 직무가 속한 곳은 은행이므로, 이 리포트는 은행과 지주를 섞지 않고 구분해 서술합니다.

규모를 비교하면 이렇습니다. 신한금융지주는 2025년 3분기 누적 당기순이익 약 4조4600억 원, 총자산 약 782조 원 규모로 연간 5조 원 클럽 가입을 앞두고 있었습니다. 반면 신한은행 단독으로는 2024년 당기순이익 3조6954억 원, 2026년 1분기 1조1571억 원입니다. 그룹 순이익에서 은행이 차지하는 비중이 여전히 가장 크지만, 신한금융은 증권·카드 등 비은행 비중을 키우는 전략을 펴고 있어 그룹과 은행의 성장 궤적이 조금씩 갈라지고 있습니다. 2026년 1분기 그룹 실적에서는 증권이 끌고 은행이 받치는 모습이 뚜렷했는데, 이는 은행만 보던 시각으로는 포착되지 않는 구도입니다.

3-2. 사업 구조: 이자이익 중심, 기업대출로 외형 성장

신한은행의 사업 구조는 가계·기업 여신에서 나오는 이자이익이 큰 줄기를 이루고, 외환·수수료·자산관리 등 비이자이익이 보강하는 형태입니다. 2026년 1분기 신한은행이 보여준 특징은 '공격적 기업대출을 통한 외형 성장'이었습니다. 가계대출이 규제로 묶인 환경에서 기업대출을 늘려 이자이익 기반을 키운 것입니다. 같은 분기 신한금융그룹 차원의 비이자이익은 전년 동기 대비 26.5퍼센트 늘었는데, 이는 증시 거래대금 증가에 따른 증권 수탁수수료 확대와 유가증권 관련 손익 회복이 고르게 반영된 결과로, 은행보다 증권의 기여가 컸습니다.

그룹은 중장기적으로 비은행·비이자 비중을 키우는 방향을 분명히 하고 있습니다. 신한금융의 비은행 순익 비중은 2025년 약 23퍼센트 수준이었으나 2026년 1분기 들어 약진했고, 중장기적으로 35~40퍼센트까지 끌어올리는 목표를 세웠습니다. 은행이 벌어들인 안정적 수익을 토대로 증권업을 키우고, 그 성과를 다시 그룹 전반의 체력 강화에 쓰겠다는 구상입니다. 영업현장체험 직무가 속한 은행은 이 그림에서 '그룹 전체를 떠받치는 안정적 수익 기반'의 위치에 있습니다.

3-3. 2026년 1분기 실적 해부: 리딩뱅크 탈환의 내용

2026년 1분기 신한은행은 당기순이익 1조1571억 원으로 은행권 1위에 올라 리딩뱅크를 되찾았습니다. 이 숫자가 갖는 의미를 풀면, 이는 전년 동기보다 2.6퍼센트 늘어난 규모이자 신한은행의 한 분기 기준 역대 최대 실적입니다. 기존 분기 최대 실적은 2025년 2분기의 1조 1388억 원, 2025년 1분기의 1조1281억 원이었는데, 이를 모두 넘어선 것입니다.

같은 분기 경쟁 은행과 비교하면 구도가 또렷합니다. 하나은행이 2위, KB국민은행이 1조1010억

원으로 3위, 그리고 우리은행은 NH농협은행에도 밀려 5위로 내려앉았습니다. 신한은행이 1위를 차지한 동력은 기업대출을 통한 이자이익 확대였고, KB국민은행은 자산관리 수익 확장에 집중했으나 ELS·담합 과징금 총당금 부담이 발목을 잡았습니다. 다만 앞서 짚었듯 ELS 과징금 완화로 KB국민은행의 총당금 환입이 예상돼, 상반기 누적 기준으로는 리딩뱅크 순위가 다시 뒤집힐 가능성이 열려 있습니다. 리딩뱅크 다툼이 '본업 영업력 대 일회성 비용'의 줄다리기로 전개되고 있는 셈입니다.

3-4. 전략 방향: 진옥동 회장 2기와 정상혁 행장의 '가속력'

신한은행의 전략을 이끄는 두 사람을 짚겠습니다. 진옥동 신한금융 회장은 2026년 3월 26일 정기 주주총회에서 연임을 확정해 2기 체제(임기 2029년 3월까지)를 열었습니다. 국민연금이 반대표를 던졌으나 글로벌 의결권 자문사 ISS와 글래스루이스의 찬성으로 안건이 통과됐고, 역대 최대 실적과 기업가치 제고(밸류업) 노력이 높은 평가를 받았습니다. 진 회장은 1986년 신한은행에 입행해 일본 SBJ은행 설립을 이끌고 신한은행장을 거친 정통 '신한맨'으로, 1기에는 '고객 중심'과 '일류 신한' 가치, 내부통제 강화와 내실 경영에 집중했고, 2기에는 소비자 보호 중심 정책 기조 아래 재무 성과를 넘어선 '질적 성장'을 내걸었습니다.

정상혁 신한은행장은 임기가 진 회장보다 긴 2026년 12월까지 보장돼 조직 안정의 한 기동 역할을 합니다. 정 행장은 2026년 신년사에서 전략 목표로 '미래를 위한 금융, 탁월한 실행, 함께 만드는 변화'를 제시하고, 핵심 키워드로 '가속력(加速力): Race to the Future'를 내걸었습니다. 그는 생산적 금융 활성화, 고객 중심 솔루션 체계 완성, 실효적인 인공지능·디지털 전환 추진, 전사적 혁신 모멘텀 강화, 지속 가능한 신뢰 확립이라는 다섯 가지 방향을 제시하며 "예금·대출·외환이라는 은행 고유 영역마저 전혀 다른 형태의 서비스로 바뀌고 있다"고 진단했습니다. 또한 '진성위지(盡誠爲之, 마땅히 해야 할 일에 정성을 다한다)'를 인용하며 신뢰와 내부통제를 거듭 강조했는데, 이는 2025년 잇따른 금융사고에 대한 응답으로 읽힙니다.

3-5. 110조 생산적·포용 금융과 밸류업 2.0

진옥동 회장 2기 체제의 간판 전략은 생산적·포용적 금융입니다. 진 회장은 2025년 11월 '신한 K-성장, K-금융 프로젝트'를 발표하며 2030년까지 5년간 총 110조 원 규모의 생산적·포용적 금융을 공급하겠다고 밝혔습니다. 그는 "부동산 중심의 금융구조를 혁신하고 금융의 본질을 강화해 산업 전환과 지속 가능한 성장을 이끌겠다"고 강조했습니다. 이는 정부의 생산적 금융 대전환 기조에 정면으로 호응하는 동시에, 이자장사 비판에서 벗어나려는 명분 확보의 의미도 지닙니다.

또 하나의 축은 주주환원 정책 개편입니다. 신한금융은 2026년 1분기 실적과 함께 '밸류업 2.0' 계획을 내놓았습니다. 기존의 목표형 주주환원에서 벗어나 성장률과 목표 자기자본이익률(ROE)을 연계한 산식을 도입한 것이 핵심으로, 2026년 결산부터 3년간 비과세 배당을 시행하고 주당배당금을 연 10퍼센트 이상 늘리며 자사주 매입·소각을 병행한다는 내용입니다. 다만 이 체계는 ROE 개선을 전제로 작동하므로, 비은행 부문의 수익성 회복이

관건으로 남습니다. 생산적 금융으로 사회적 명분을 쌓고 밸류업으로 주주 신뢰를 다지는, 두 갈래 전략이 2기 체제의 골격입니다.

3-6. 차별화 1: 신한 슈퍼SOL과 디지털 플랫폼 패권 경쟁

신한은행 차별화의 첫 번째 기둥은 디지털 플랫폼입니다. 신한은행은 2018년 6개 앱을 하나로 합친 'SOL'을 선보였고, 은행 앱 'SOL뱅크'의 월간 활성 이용자는 2025년 3분기 약 1016만 명으로 KB스타뱅킹에 이은 시중은행 2위 수준입니다. 그리고 2026년 6월 17일, 신한금융그룹은 그룹 통합 플랫폼 '신한 슈퍼SOL(뉴 슈퍼SOL)'을 출시합니다. 이 리포트가 작성되는 시점은 출시 바로 전날로, 신한카드는 출시에 맞춰 '쓸플랜 플러스카드'와 시니어 특화 'SOL메이트 플러스카드'를 함께 내놓았습니다.

신한 슈퍼SOL의 핵심은 은행·카드·증권·보험을 하나의 앱에서 끊임 없이 쓰게 만드는 '유니버설 banking'의 구현입니다. 총사업 예산 약 156억 원이 투입됐고, 생성형 인공지능 기반 에이전트 서비스가 함께 제공됩니다. 신한금융은 2026년 1분기 기존 슈퍼SOL의 월간 활성 이용자 184만 명을 연말까지 1300만 명으로 끌어올리는 내부 목표를 세웠는데, 이는 이용자 기반이 큰 은행 앱 SOL뱅크를 슈퍼SOL로 흡수·전환하는 전략을 전제로 합니다. 반려동물 가족까지 포괄하는 '패밀리 적금', 자녀 계좌 개설 간소화 같은 생활 밀착형 기능도 더해, 빅테크 플랫폼에 맞설 무기로 버리고 있습니다. 영업현장체험에서 디지털 컨시어지가 고객에게 안내하게 될 핵심 도구가 바로 이 슈퍼SOL 생태계라는 점에서, 직무와의 연결성이 큼니다.

3-7. 차별화 2: AI 브랜치와 디지털 영업점 생태계

두 번째 기둥은 인공지능을 입은 디지털 영업점입니다. 신한은행은 2024년 11월 업계 처음으로 인공지능 은행원이 응대하는 무인 점포 'AI 브랜치'(서소문 지점)를 열었습니다. 인공지능 은행원은 전국 150여 개 영업점의 디지털데스크에서 64개 업무를 처리하며, 실시간 인공지능 통번역 서비스는 2026년 4월 기준 전국 182개 지점으로 확대돼 10개 언어로 80여 개 업무를 지원하고 하루 평균 외국인 고객 30여 명이 이용합니다. 신한은행은 이 서비스로 한국어가 서툰 외국인 고객의 업무 소요 시간이 최대 절반까지 줄어드는 효과가 있다고 설명합니다.

여기서 디지털 영업점을 구성하는 장치들을 정리해 두면 직무 이해에 도움이 됩니다. 스마트라운지(SmartLounge)는 화상 인증과 손바닥 정맥 같은 생체 인증으로 고객이 스스로 업무를 처리하는 '디지털 셀프 banking' 창구이고, 디지털데스크는 화상 상담으로 영업점 직원이나 인공지능과 연결되는 장치이며, 스마트키오스크는 통장 정리·이체·발급 등을 무인으로 처리하는 기기입니다. 디지털 컨시어지는 이 장치들 앞에서 고객을 안내하는 사람입니다. 점포 수는 줄지만 한 점포 안의 디지털 장치는 늘어나는 흐름 속에서, 기계와 사람 사이를 잇는 안내자의 가치가 커지고 있습니다.

3-8. 차별화 3: 글로벌 사업, 베트남·일본의 두 거점

세 번째 기둥은 글로벌입니다. 신한은행의 2025년 글로벌 순이익은 7834억 원으로, 신한은행

전체 순이익(3조7748억 원)에서 글로벌이 차지하는 비중은 20.8퍼센트에 이르러 당초 목표였던 20퍼센트를 넘어섰습니다. 이는 국내 은행 가운데 가장 높은 수준입니다. 두 거점이 이를 떠받칩니다. 베트남에서는 신한베트남은행이 2591억 원의 순이익으로 외국계 은행 1위를 지키고 있고, 일본에서는 SBJ은행이 1792억 원을 벌어들입니다. 그룹은 2030년까지 글로벌 비중을 30퍼센트로 끌어올리는 목표를 제시했습니다.

글로벌이 중요한 이유는 국내 시장의 한계 때문입니다. 인구가 줄고 성장이 둔해지는 국내에서는 은행의 성장 여력이 제한적이라, 베트남처럼 인구가 젊고 성장이 빠른 시장에서 새 수익원을 찾는 것이 필수가 됩니다. 신한은행이 일본 SBJ은행을 처음부터 세워 키운 경험은, 진옥동 회장의 이력과도 닿아 있어 그룹의 글로벌 DNA를 보여주는 사례로 자주 인용됩니다. 다만 글로벌 사업은 현지 법인의 내부통제라는 숙제를 동반하는데, 2025년 베트남 법인의 37억 원 횡령 사고는 글로벌 확장의 그늘을 드러낸 일이었습니다.

3-9. 연혁과 전환점: 1982년 창립과 2006년 조흥은행 합병의 구분

신한은행의 역사를 다룰 때 반드시 구분해야 할 대목이 있습니다. 신한은행은 1982년 7월 재일동포 341명의 자본으로 세워진 한국 최초의 순수 민간자본 은행으로, '금융보국(금융으로 나라에 보답한다)'의 이념을 내걸고 출범했습니다. 그런데 법인 연혁상 중요한 전환이 있습니다. 2006년 4월 조흥은행과 합병할 때 존속 법인은 조흥은행(1897년 세워진 한성은행이 전신)이었고, 옛 신한은행 법인은 소멸했습니다. 그 결과 현재 신한은행의 법적 설립 연도는 1897년으로 거슬러 올라가지만, 신한은행은 공식 창립 기념을 1982년 설립일 기준으로 운영합니다. 이 합병으로 신한은행은 '한국에서 가장 오래된 은행'이라는 정통성과 '최초의 순수 민간 은행'이라는 정체성을 동시에 갖게 됐습니다.

이후 2010년에는 경영진 갈등인 이른바 '신한사태'를 겪었으나 봉합됐습니다. 연혁을 다룰 때 옛 조흥은행이나 옛 신한은행 법인의 자료를 현재 신한은행의 사실로 단정하지 않도록 유의해야 하며, 사명 변경·합병의 시점을 구분해 이해하는 태도가 중요합니다. 이 역사적 뿌리는 신한은행의 글로벌 DNA(재일동포 자본에서 출발)와 일본 사업의 강세를 설명하는 배경이기도 합니다.

3-10. 리스크 요인: 금융사고·규제·경쟁·인력

신한은행이 직면한 리스크를 무엇이·왜·발생 가능성·영향도의 틀로 풀겠습니다. 첫째는 금융사고와 내부통제 리스크입니다. 무엇이 문제냐면, 2025년 신한은행의 금융사고 적발 건수가 27건으로 전년 7건에서 급증했고 국내·베트남에서 대형 횡령이 잇따랐습니다. 왜 발생하냐면, 수만 명 임직원 가운데 소수의 일탈을 완벽히 막기 어렵고 서류 위조형 횡령은 적발에 시간이 걸리기 때문입니다. 발생 가능성은 이미 현실화돼 있어 높고, 책무구조도 시행으로 경영진 제재까지 결부될 수 있어 영향도가 큼니다.

둘째는 규제 리스크입니다. 정부의 생산적·포용 금융 압박과 추가 상생금융 요구가 강해지고 있는데, 이는 사상 최대 실적이 부른 '이자장사' 비판에서 비롯됩니다. 발생 가능성은 진행형으로 매우 높고, 영향도는 수익성을 곧바로 깎는다는 점에서 큼니다. 셋째는 경쟁

리스크로, 인터넷은행·빅테크의 비대면 잠식이 가속화되며 미래 고객 기반을 약화시킵니다. 중장기 영향도가 큼. 넷째는 인력·평판 리스크로, 점포·인력 감축과 고령층 소외 비판이 누적되고, 디지털 전환 과정에서 영업점 직원의 역할 재정의라는 과제가 따릅니다. 영업현장체험 직무가 다루는 디지털 컨시어지는 바로 이 인력·평판 리스크를 완화하는 현장의 장치이기도 합니다.

3-11. 시나리오별 전략 옵션

신한은행 전략 담당자의 시선으로 세 가지 국면을 가정해 보겠습니다. 낙관 국면(금리 안정과 규제 완화)이 펼쳐지면, 신한은행은 글로벌과 비이자 다변화에 공격적으로 투자하고 슈퍼SOL로 빅테크에 정면 대응하며 연간 리딩뱅크 탈환과 그룹 5조 클럽 안착을 노릴 것입니다. 기본 국면(현 추세 지속)에서는 110조 원 생산적 금융 약속을 이행하며 정부와 보조를 맞추되, AI 브랜치와 디지털 컨시어지로 비용 효율과 고객 접근성을 함께 잡는 균형 전략을 택할 것입니다. 영업점은 줄이되 한 점포의 디지털 역량과 사람의 응대 품질을 함께 끌어올리는 방향입니다.

비관 국면(저성장·규제 강화·금융사고 재발)이 오면, 신한은행은 내부통제를 최우선으로 재정비하고 자본·건전성 관리에 집중하며 밸류업 2.0에 따른 주주환원으로 신뢰를 방어할 것입니다. 어느 국면에서든 공통으로 작동하는 전략은 '디지털 전환을 통한 비용 효율화'와 '신뢰 회복을 위한 내부통제 강화'이며, 이 두 흐름이 영업점 현장의 일하는 방식을 바꾸는 동력이 됩니다.

3-12. 회사 분석의 전략적 시사점

회사 분석의 핵심 해석은, 신한은행이 '가장 앞서가는 선두 주자'와 '신뢰를 시험받는 모범생'이라는 두 얼굴을 동시에 지녔다는 점입니다. 디지털·글로벌·실적에서 선두를 다투는 한편, 반복되는 금융사고로 내부통제라는 본질을 다시 다잡아야 하는 국면에 있습니다. 진옥동 회장 2기의 생산적 금융과 밸류업, 정상혁 행장의 가속력과 신뢰 강조는 이 두 얼굴을 하나로 묶으려는 시도입니다. 영업현장체험 직무는 이 큰 전략이 영업점에서 실제로 구현되는 가장 작은 단위라는 점에서, 회사의 방향성과 곧바로 이어집니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 신한금융 가치체계: 미션과 핵심가치 '바르게·빠르게·다르게'

신한은행의 인재상을 이해하려면 모회사 신한금융그룹의 가치체계부터 봐야 합니다. 신한금융그룹의 미션은 "금융으로 세상을 이롭게 한다"이며, 브랜드 차원에서는 "미래를 함께 하는 따뜻한 금융"이라는 슬로건을 함께 씁니다. 그룹의 핵심가치는 "바르게, 빠르게, 다르게"로 정리됩니다. '바르게'는 고객과 미래를 기준으로 바른 길을 택한다는 뜻이고, '빠르게'는 끊임없이 배우며 실행의 속도를 높인다는 의미이며, '다르게'는 서로의 다름을 존중하면서 남다른 결과를 만든다는 가치입니다.

이 세 가치가 은행 영업 현장에서 어떻게 읽히는지 중요합니다. '바르게'는 불완전판매를 하지 않고 고객에게 정직하게 안내하는 태도, 내부통제를 지키는 윤리로 연결됩니다. 2025년 잇따른 금융사고 이후 이 가치의 무게는 한층 커졌습니다. '빠르게'는 변화하는 디지털 환경에 발맞춰 새 도구를 익히고 실행하는 자세로 이어지고, '다르게'는 정해진 매뉴얼을 넘어 고객의 상황에 맞는 해법을 찾는 창의로 나타납니다. 다만 그룹 계열사 사이트에는 'One Shinhan'이나 '고객 중심' 같은 과거 가치 표현이 일부 남아 있으므로, 그룹 본사 기준 '바르게·빠르게·다르게'를 현행으로 보는 것이 정확합니다.

4-2. 신한은행 인재상: '따뜻한 가슴을 지닌 창의적인 열정가'의 해부

신한은행이 공식적으로 내건 인재상은 "따뜻한 가슴을 지닌 창의적인 열정가"입니다. 2026년 현재 신한은행 채용 페이지에서 확인되는 현행 인재상으로, 과거의 표현이 아니라 지금도 유효한 키워드입니다. 신한은행은 스스로를 '완성형 인재가 아니라, 신한이 문화 속에서 프로 금융인으로 성장할 가능성이 무궁무진한 성장형 인재'를 키우는 조직으로 규정합니다. 영업현장체험처럼 경험을 쌓아 가는 프로그램의 취지와도 맞닿는 자기 정의입니다.

세 키워드를 풀면 이렇습니다. '따뜻한 가슴'은 정직과 신뢰를 바탕으로 나 혼자가 아니라 모든 구성원을 생각하고, 팀워크를 통해 목표 달성에 헌신하는 사람을 가리킵니다. '창의'는 자신의 꿈을 위해 늘 고민하며 유연하고 열린 사고를 갖춘 사람, 급변하는 환경에서 다양한 의견을 받아들이고 부단히 자기개발에 힘쓰는 사람을 뜻합니다. '열정가'는 조직과 자신의 발전을 위해 도전 목표를 향해 강력하고 신속하게 실행하는 사람, 매사에 밝고 긍정적으로 생각하며 실행력을 앞세우는 사람을 말합니다. 이 셋이 합쳐져 '따뜻함(신뢰·협업) + 창의(유연·학습) + 열정(실행)'이라는 인재의 윤곽을 이룹니다.

4-3. 2026년 채용 기조: 디지털·AI·리스크 관리·고객중심

2026년 은행권 채용에서 강조되는 인재 특성은 과거의 성실·책임감 중심에서 옮겨가고 있습니다. 시장에서는 2026년 은행권 공통 인재상을 '디지털 이해도, 리스크 관리 역량, 고객 중심 사고'로 요약합니다. 디지털 전환과 인공지능 도입이 가속화되는 환경에서 실무형·디지털 역량을 갖춘 인재를 찾는 흐름입니다.

신한은행도 이 흐름의 한가운데 있습니다. 신한은행은 디지털·정보통신기술(ICT) 분야 수시채용을 통해 생성형 인공지능 같은 신기술 기반의 혁신을 추진하고 있고, 신입직원 연수 과정도 현장 중심으로 개편했습니다. 디지털 역량과 인공지능 활용 역량, 협업·커뮤니케이션 역량을 키우는 실습형 교육을 늘리고 현업 멘토링을 확대하는 방향입니다. 영업현장체험 청년인턴 프로그램이 디지털 컨시어지와 팀 프로젝트를 핵심에 둔 것도 이 채용·육성 기조와 결을 같이합니다. 즉 회사가 키우려는 인재의 모습이 이 프로그램의 설계에 그대로 반영돼 있습니다.

4-4. 조직문화: One Shinhan, 정도경영, 그리고 내부통제 재정비

신한금융의 조직문화는 오랫동안 'One Shinhan'(그룹 계열사 간 협업)과 '정도경영'(바른 길을

걷는 경영)이라는 말로 표현돼 왔습니다. 계열사가 따로 움직이지 않고 그룹 전체가 하나의 팀처럼 시너지를 내자는 지향입니다. 그러나 2026년 현재 신한은 조직문화에서 가장 강조되는 화두는 내부통제와 신뢰 회복입니다. 2025년 금융사고 급증 이후 정상혁 행장은 "사고를 미리 막는 예방 시스템을 강화해 소비자의 자산을 보호하자"며 내부통제를 조직문화의 핵심으로 거듭 내세웠습니다.

이 변화는 영업점 현장에 곧바로 와닿습니다. 정확한 절차 준수, 고객 자산을 다루는 윤리, 이상 거래를 알아채는 감각이 어느 때보다 중시됩니다. 영업현장체험을 하는 사람이 익혀야 할 가장 중요한 태도 가운데 하나가 '돈을 다루는 일의 무거움'을 이해하는 것인 이유가 여기 있습니다. 작은 실수도 사고로 이어질 수 있는 환경에서, 정직과 정확성은 선택이 아니라 기본 조건이 됩니다.

4-5. 리테일·영업점 도메인이 선호하는 인재 특성과 그 이유

은행의 리테일 영업과 영업점 직무가 일반적으로 선호하는 인재 특성을, 그 이유와 함께 풀어 보겠습니다. 첫째는 고객 감수성입니다. 고객의 말 뒤에 숨은 진짜 필요와 감정을 읽는 능력으로, 같은 상품을 안내해도 고객의 상황을 헤아리는 사람과 그렇지 않은 사람의 결과가 다르기 때문에 중요합니다. 둘째는 신뢰성과 정확성입니다. 은행은 돈을 다루므로 작은 실수도 사고로 이어지며, 고객의 신뢰가 곧 은행의 자본이라 정확한 일 처리가 생명입니다. 셋째는 영업 마인드입니다. 고객에게 맞는 상품·서비스를 권하는 적극성으로, 은행 수익이 결국 고객과의 거래에서 나오기 때문입니다.

넷째는 디지털 적응력입니다. 점포가 디지털 영업점으로 바뀌는 환경에서 새 도구를 빠르게 익혀 고객에게 안내해야 하므로 필수입니다. 다섯째는 윤리 의식입니다. 불완전판매와 금융사고를 막는 준법 감각으로, ELS 사태와 횡령 사고가 보여주듯 한 번의 신뢰 훼손이 막대한 평판·재무 손실로 이어지기 때문입니다. 이 다섯 특성을 한 줄로 묶으면 "고객을 헤아리며, 정확하고 정직하게, 새 도구에 빠르게 적응하는 사람"이 됩니다. 이는 앞서 본 신한은행 인재상의 세 키워드와 거의 그대로 겹칩니다.

4-6. JD가 보내는 인재 신호의 해석

이 직무의 모집 내용에 적힌 '고객 응대, 디지털 컨시어지 활동, 팀 프로젝트'라는 세 가지는 회사가 어떤 인재를 원하는지에 대한 신호입니다. 고객 응대라는 과업은 '따뜻한 가슴'과 고객 감수성을 요구하는 신호입니다. 영업점 최전선에서 다양한 고객을 만나며 신뢰를 쌓는 일이기 때문입니다. 디지털 컨시어지 활동은 '창의'와 디지털 적응력을 요구하는 신호입니다. 고객이 막막해하는 디지털 환경을 고객의 눈높이에 맞춰 풀어 주는 일이기 때문입니다.

팀 프로젝트는 '열정가'의 실행력과 협업 역량을 요구하는 신호입니다. 동료와 함께 과제를 정의하고 해법을 만들어 발표하는 과정에서 적극성과 팀워크가 드러나기 때문입니다. 세 신호를 종합하면, 이 프로그램은 신한은행이 미래 영업 현장에 두고 싶은 인재의 모습, 즉 '고객을 헤아리고(따뜻함), 디지털을 다루며(창의), 함께 실행하는(열정) 사람'을 압축해 담고 있습니다. 모집 내용 자체가 회사의 인재 철학을 요약한 셈입니다.

4-7. 인재상 분석의 전략적 시사점

인재상 분석의 핵심 해석은, 신한은행이 원하는 인재의 모습과 이 직무가 다루는 일, 그리고 2026년 은행산업이 요구하는 역량이 하나의 그림으로 수렴한다는 점입니다. 산업은 디지털 적응력과 고객 중심, 리스크 관리를 요구하고, 회사 인재상은 따뜻함·창의·열정을 내걸며, 직무는 고객 응대·디지털 컨시어지·팀 프로젝트를 다룹니다. 이 셋이 같은 방향을 가리킨다는 사실은, 이 프로그램이 회사 전략과 산업 흐름을 영업점이라는 현장에 압축해 담은 설계물임을 보여줍니다.

5장: 직무 분석

5-1. '영업현장체험-서울'의 정확한 좌표: 2026 하계 체험형 청년인턴

이 직무의 정체부터 정확히 규정하겠습니다. '영업현장체험-서울'은 신한은행이 2026년 6월 12일부터 21일까지 모집한 '2026년 하계 체험형 청년인턴' 50명 가운데 서울 지역에서 근무하는 영업현장체험 과정입니다. 채용 형태는 채용을 보장하는 정식 입사가 아니라 금융권 실무 경험과 진로 탐색의 기회를 제공하는 체험형 프로그램이며, 우수 수료자에게는 향후 일반직 신입행원 공개채용 지원 시 전형 일부를 면제하는 혜택이 주어집니다. 즉 '경험 중심에 채용 우대가 결합된' 성격으로, 채용연계형 인턴과는 결이 다릅니다.

여기서 직무를 원론 수준의 '은행 영업직'으로 뭉뚱그리면 본질을 놓칩니다. 이 프로그램은 정규 행원의 여신 심사나 자산관리 상담 같은 전문 업무를 맡는 자리가 아니라, 영업 현장을 경험하며 은행 업무 전반에 대한 이해를 넓히는 데 목적이 있습니다. '서울'이라는 지역 표시는 근무지가 서울권 영업점이라는 뜻이며, 신한은행은 이 프로그램을 수도권뿐 아니라 지역 청년에게도 열어 다양한 지역 인재를 발굴하겠다는 취지를 밝혔습니다. 따라서 이 직무의 정확한 좌표는 '서울권 영업점에서 4주간 은행 영업 현장을 경험하는 체험형 청년인턴'입니다.

5-2. 프로그램 구조: 4주, 연수원 교육과 영업점 근무

프로그램은 약 4주간 신한은행 연수원 교육과 영업점 근무로 구성됩니다. 시기 흐름으로 풀면, 초반에는 연수원에서 은행 업무의 기초와 금융상품, 그리고 고객 자산을 다루는 데 필요한 준법·윤리를 배웁니다. 신한은행이 신입직원 연수를 현장 중심으로 개편하며 디지털 역량과 인공지능 활용, 협업·커뮤니케이션 역량을 키우는 실습형 교육을 늘린 흐름을 감안하면, 체험형 인턴 교육도 강의 듣기에 그치지 않고 실습과 멘토링이 섞인 형태일 가능성이 큼니다.

중반에는 서울권 영업점에 배치돼 실제 현장을 경험합니다. 고객 응대를 곁에서 익히고, 디지털 컨시어지 활동으로 디지털 기기 사용을 안내하며, 영업점의 하루가 어떻게 돌아가는지를 몸으로 이해합니다. 후반에는 동료들과 팀 프로젝트를 수행하고 그 결과를 정리·발표합니다. 4주라는 짧은 기간에 교육과 현장, 그리고 협업 과제가 모두 담긴 압축적 설계로, 은행 영업의 큰 그림을 빠르게 조망하도록 짜여 있습니다.

5-3. 고객 응대: 영업점 최전선의 일

첫 번째 기둥인 고객 응대를 구체적으로 풀겠습니다. 영업점을 찾는 고객은 매우 다양합니다. 통장을 만들러 온 사회 초년생, 적금을 들러 온 직장인, 송금 방법을 몰라 막막해하는 어르신, 환전이 필요한 여행객, 한국어가 서툰 외국인까지 한자리에서 만납니다. 고객 응대는 이들을 맞이해 번호표 발급을 돕고, 필요한 서류 작성을 안내하며, 대기 중인 고객의 궁금증에 답하고, 상황에 맞는 창구나 담당자로 연결하는 일입니다.

이 일이 보기보다 어려운 이유는, 고객마다 필요와 감정이 다르기 때문입니다. 급한 고객에게는 빠른 안내가, 불안한 고객에게는 차분한 설명이, 어르신 고객에게는 인내심 있는 눈높이 응대가 필요합니다. 같은 안내라도 고객의 상황을 헤아리는 태도가 신뢰를 만들고, 그 신뢰가 은행에 대한 인상으로 남습니다. 체험형 인턴이 이 과정에서 익히는 것은 '고객을 헤아리는 감각'이며, 이는 어떤 매뉴얼로도 완전히 가르칠 수 없어 현장 경험으로 길러야 하는 역량입니다.

5-4. 디지털 컨시어지: 기계와 사람 사이의 통역

두 번째 기둥인 디지털 컨시어지는 이 직무의 가장 시대적인 부분입니다. 앞서 산업·회사장에서 보았듯, 점포는 줄고 한 점포 안의 디지털 장치는 늘어나는 흐름 속에서, 고객이 모바일뱅킹·자동화기기·스마트키오스크·디지털데스크를 스스로 쓰도록 돕는 안내자의 역할이 커지고 있습니다. 디지털 컨시어지는 바로 그 안내자입니다. 기계 앞에서 어쩔 줄 모르는 고객, 특히 디지털이 낯선 어르신 고객의 옆을 지키며, 화면을 함께 짚어 가며 따라 하게 돕습니다. 비유하자면 '기계의 언어와 사람의 언어 사이를 옮겨 주는 통역'입니다.

구체적으로는 신한 SOL뱅크나 새로 출시된 신한 슈퍼SOL 앱에서 계좌를 조회하고 이체하는 법을 알려 주고, 스마트키오스크로 통장을 정리하거나 증명서를 발급받게 돕고, 자동화기기 이용을 안내합니다. 외국인 고객에게는 인공지능 통번역 디지털데스크로 연결해 언어 장벽을 낮춥니다. 이 일이 중요한 이유는 두 갈래입니다. 하나는 디지털 전환의 효율을 실제로 작동하게 만든다는 점이고, 다른 하나는 디지털에서 소외되기 쉬운 고객을 끌어안아 포용금융을 현장에서 구현한다는 점입니다. 효율과 포용이라는, 자칫 충돌하는 두 가치를 한 사람의 손길로 잇는 자리가 디지털 컨시어지입니다.

5-5. 팀 프로젝트: 협업과 문제해결 역량의 무대

세 번째 기둥인 팀 프로젝트는 협업과 문제해결 역량이 드러나는 무대입니다. 체험형 인턴들은 동료와 팀을 이뤄 주어진 과제를 정의하고, 자료를 모아 해법을 설계하고, 그 결과를 정리해 발표합니다. 과제 주제는 공개돼 있지 않으나, 은행이 당면한 현장의 화두를 감안하면 '고령층의 디지털 금융 이용을 높이는 방안', '영업점 고객 경험 개선', '청년 고객 유치 아이디어' 같은 주제가 다뤄질 만합니다.

팀 프로젝트가 프로그램에 들어간 이유는 분명합니다. 은행 업무는 혼자 완결되지 않고 여러 사람·부서가 협업해 이뤄지기 때문에, 함께 일하며 결과를 만드는 역량이 중요합니다. 또한 신한은행이 신입 육성에서 협업·커뮤니케이션 역량을 강조하는 흐름과도 맞습니다. 이 과정에서

한 사람은 자료 분석에, 다른 사람은 아이디어 발상에, 또 다른 사람은 발표에 기여하며 각자의 강점을 살리고 서로의 빈자리를 메웁니다. 짧은 기간이지만 '함께 실행하는 경험'을 압축해 담은 부분입니다.

5-6. 이해관계자 지형: 누구와 어떻게 일하는가

이 직무가 일하며 만나는 사람들을 정리하겠습니다. 영업점 내부에는 지점장이 있습니다. 영업점을 총괄하고 인턴을 지도·평가하는 위치입니다. 창구 직원(텔러)과 개인·기업 고객을 담당하는 관계관리 담당자(RM)는 실무 멘토로서 일을 보여 주고 가르치는 사람들입니다. 디지털라운지나 디지털데스크를 담당하는 직원은 디지털 컨시어지 활동에서 함께 협업하는 동료입니다. 그리고 가장 중요한 외부 이해관계자는 고객, 특히 디지털이 낯선 어르신 고객과 한국어가 서툰 외국인 고객입니다.

본점 부서도 간접적 이해관계자입니다. 상품을 기획하는 부서, 디지털 플랫폼을 운영하는 부서, 준법·내부통제를 담당하는 부서가 영업점 현장을 뒤에서 지원합니다. 체험형 인턴은 이 지형의 가장 앞단, 즉 고객과 만나는 최전선에 서서 멘토 직원의 지도 아래 일하며, 디지털 담당 동료와 협업하고, 팀 프로젝트에서는 동료 인턴과 한 팀을 이룹니다. 이 관계의 그물을 이해하면, 영업점이 혼자 굴러가는 곳이 아니라 여러 역할이 맞물려 돌아가는 유기체임을 알게 됩니다.

5-7. 필요 역량: 지식·기술·태도

이 직무에 필요한 역량을 지식·기술·태도로 나눠 정리하겠습니다. 지식 측면에서는 예금·대출·외환 같은 기본 금융 지식과 신한은행의 주요 상품·서비스에 대한 이해가 바탕이 됩니다. 깊은 전문 지식보다, 고객의 질문에 기본적인 안내를 할 수 있는 수준의 이해가 우선입니다. 기술 측면에서는 모바일뱅킹 앱(SOL뱅크·신한 슈퍼SOL)과 자동화기기·스마트키오스크·디지털데스크 같은 디지털 장치의 사용법을 익혀, 고객에게 따라 하게 안내할 수 있어야 합니다. 디지털 도구를 능숙하게 다루는 적응력이 핵심입니다.

태도 측면이 가장 중요합니다. 고객을 헤아리는 감수성과 경청, 어르신 고객을 향한 인내심, 돈을 다루는 일의 무거움을 아는 정확성과 윤리 의식, 동료와 함께 일하는 협업 자세, 그리고 먼저 나서서 고객을 돕는 적극성이 요구됩니다. 체험형 프로그램의 특성상 깊은 실무 능력보다 이런 태도와 잠재력이 더 크게 평가될 가능성이 높습니다. 신한은행이 스스로를 '성장형 인재를 키우는 조직'으로 규정하는 것과도 통하는 대목입니다.

5-8. 평가 관점: 체험형 프로그램에서 무엇을 보는가

체험형 프로그램의 평가 관점을 추론해 보겠습니다. 구체적 평가 기준은 공개돼 있지 않으므로 단정하지 않되, 프로그램의 성격에서 합리적으로 짐작하면 이렇습니다. 정규 행원처럼 영업 실적으로 평가하기보다, 태도와 적극성(먼저 나서서 고객을 돕는가), 고객 응대의 품질(친절하고 정확한가), 디지털 도구를 익히는 속도와 적응력, 팀 프로젝트에서의 기여와 협업 자세가 중심이 될 것으로 보입니다.

이런 평가 관점은 우수 수료자에게 주어지는 채용 우대와도 연결됩니다. 회사는 4주의 경험을 통해 '신한의 문화 속에서 프로 금융인으로 성장할 가능성이 있는 사람'인지를 살피려 할 것입니다. 즉 지금 무엇을 잘하느냐보다, 어떤 태도로 배우고 사람을 대하며 함께 일하느냐가 더 중요하게 다뤄질 개연성이 큼니다. 이는 신한은행 인재상의 '성장형 인재' 정의와 일치합니다.

5-9. 가상의 하루: 서울 한 영업점에서의 워크플로우

구체적 이해를 돕기 위해, 서울권 영업점에서 보내는 가상의 하루를 그려 보겠습니다. 오전 9시 무렵 영업점에 도착해 조회에 참석하고, 그날의 유의사항과 진행 중인 행사·상품을 공유받습니다. 오전 시간에는 디지털라운지에서 어르신 고객의 통장 정리를 돕고, 스마트키오스크로 증명서를 발급받게 안내하며, 자동화기기 이용을 곁에서 거둡니다. 모바일뱅킹이 낯선 고객에게는 신한 슈퍼SOL 앱에서 계좌를 조회하고 이체하는 법을 화면을 함께 짚어 가며 알려 줍니다.

점심 이후에는 창구 직원 곁에서 번호표와 서류 작성을 보조하고, 대기 중인 고객의 궁금증에 답하며 응대 흐름을 익힙니다. 오후에 한국어가 서툰 외국인 고객이 찾아오면 인공지능 통번역 디지털데스크로 안내해 언어 장벽을 낮춥니다. 영업이 마감된 뒤에는 동료 인턴들과 모여 팀 프로젝트를 논의합니다. 가령 '어르신 고객의 디지털 금융 이용을 높이는 방안'을 주제로, 오전에 현장에서 본 어려움을 떠올리며 아이디어를 모읍니다. 이 하루는 고객 응대·디지털 컨시어지·팀 프로젝트라는 세 기둥이 실제로 어떻게 하나의 일과로 엮이는지를 보여 줍니다.

5-10. 직무가 산업 전환에서 갖는 의미

이 직무가 산업 전환에서 차지하는 의미를 정리하겠습니다. 영업현장체험은 은행업의 가장 첨예한 갈등 위에 서 있습니다. 점포를 줄여 비용을 낮추려는 효율의 요구와, 디지털에서 소외되는 고객을 끌어안으려는 포용의 요구가 영업점 현장에서 부딪치는데, 디지털 컨시어지는 바로 그 충돌을 한 사람의 손길로 잇는 자리입니다. 또한 비대면 시장이 빅테크에 잠식되는 와중에, 점포라는 대면 접점에서 제공하는 사람 중심의 경험은 시중은행이 인터넷은행과 구별되는 차별화 무기로 남습니다.

여기에 2026년 정책 흐름인 포용금융이 더해집니다. 금융감독원이 은행권 포용금융 종합평가체계를 마련하고 '따뜻한 금융'을 강조하는 환경에서, 디지털 컨시어지가 고령층의 금융 접근성을 지키는 현장 장치라는 의미는 더욱 커집니다. 즉 이 직무는 효율·포용·차별화라는 산업의 세 요구가 영업점 한 사람의 일상 업무로 번역되는 지점이며, 거대한 전환의 가장 작은 실행 단위입니다.

5-11. 직무 분석의 전략적 시사점

직무 분석의 핵심 해석은, '영업현장체험-서울'을 평범한 창구 보조로 읽으면 그 가치를 절반밖에 보지 못한다는 점입니다. 이 직무가 다루는 고객 응대·디지털 컨시어지·팀 프로젝트는 각각 신한은행 인재상의 따뜻함·창의·열정에 대응하고, 동시에 2026년 은행산업의 효율·포용·차별화

요구를 영업점 현장에서 구현하는 일입니다. 4주라는 짧은 기간에 교육·현장·협업을 압축해 담은 이 프로그램은, 미래 은행 영업이 어떻게 바뀌는지를 가장 가까이서 들여다보는 창이라는 점에서 그 의미가 분명합니다.

핵심 용어·개념 정리 (Glossary)

순이자마진(NIM): 이자 버는 자산 대비 이자이익의 비율로, 은행 본업 수익성을 한 숫자로 보여 주는 핵심 지표라 가장 중요하게 다뤄집니다.

예대마진: 대출금리에서 예금금리를 뺀 차이로, 이자이익의 출발점이자 '이자장사' 비판이 겨누는 지점입니다.

비이자이익: 수수료·외환·파생 등 이자가 아닌 곳에서 나오는 수익으로, 마진이 얇아지는 시대에 은행의 새 성장 동력이 됩니다.

생산적 금융: 부동산·가계 대신 반도체·배터리·인공지능·바이오 같은 첨단전략산업과 혁신기업에 자금을 대는 금융으로, 2026년 정부 국정 과제이자 은행 영업 방향을 새로 그리는 키워드입니다.

포용금융: 소상공인·고령층·중저신용자 등 취약계층을 끌어안는 금융으로, 금융당국이 종합평가체계를 마련하며 강조하는 흐름입니다.

디지털 컨시어지: 디지털 영업점에서 고객이 모바일뱅킹·기기를 스스로 쓰도록 돕는 안내 역할로, 이 직무의 핵심 일이자 포용금융의 현장 장치입니다.

스마트라운지: 화상·생체 인증으로 고객이 스스로 업무를 처리하는 디지털 셀프 banking 창구로, 점포 디지털화의 상징적 장치입니다.

디지털데스크: 화상 상담으로 영업점 직원이나 인공지능과 연결되는 장치로, 무인·소형 점포의 상담 공백을 메웁니다.

슈퍼앱(유니버설 banking): 은행·카드·증권·보험을 하나의 앱에서 끊김 없이 쓰게 하는 통합 플랫폼으로, 신한 슈퍼SOL이 대표 사례이며 빅테크에 맞서는 무기입니다.

AI 브랜치: 인공지능 은행원이 응대하는 무인 점포로, 신한은행이 업계 처음 도입했으며 점포 효율화와 디지털 전환의 상징입니다.

인터넷전문은행: 점포 없이 모바일로 영업하는 은행(카카오·토스·케이뱅크)으로, 낮은 비용과 뛰어난 사용 경험으로 시중은행 리테일을 위협합니다.

DSR(총부채원리금상환비율): 연소득 대비 한 해 갚을 모든 대출 원리금의 비율로, 가계대출 한도를 묶어 은행을 기업대출로 미는 규제입니다.

책무구조도: 임원별 내부통제 책무를 문서로 명확히 한 제도로, 금융사고 시 경영진 책임을

심층분석보고서: 26상_신한은행_영업현장체험-서울

문는 '금융판 중대재해처벌법'입니다.

ELS(주가연계증권): 주가지수·종목 가격에 따라 손익이 갈리는 상품으로, 2024년 홍콩 H 지수 ELS 손실 사태로 불안전판매 논란을 키웠습니다.

BIS자기자본비율: 위험가중자산 대비 자기자본의 비율로, 은행이 위기에 버티는 체력을 나타내는 국제 건전성 기준입니다.

총당금(대손비용): 부실해질 수 있는 대출에 대비해 미리 쌓는 비용으로, ELS 과징금처럼 일회성으로 쌓거나 환입돼 실적 변동의 큰 요인이 됩니다.

자산관리(WM): 고객의 자산을 운용·관리하며 보수를 받는 사업으로, 안정적 비이자수익의 핵심이라 은행이 키우려는 영역입니다.

여신/수신: 여신은 대출, 수신은 예금을 뜻하며 은행 가치사슬의 두 기둥입니다.

밸류업(기업가치 제고): 주주환원과 수익성 개선으로 기업가치를 끌어올리는 활동으로, 신한금융의 '밸류업 2.0'은 ROE와 연계한 주주환원 산식이 핵심입니다.

리딩뱅크/리딩금융: 리딩뱅크는 은행 순이익 1위, 리딩금융은 지주 순이익 1위를 가리키며, 은행 1위는 신한·KB가 해마다 다투고 지주 1위는 KB가 굳히는 엇갈린 구도입니다.

참고 레퍼런스 (References)

한국금융연구원(KIF) 2026년 은행산업 전망 — <https://www.kif.re.kr/kif4/main/X>

KDI 경제정보센터, 2025년 기업금융시장 분석 및 2026년 전망 — <https://eiec.kdi.re.kr/policy/domesticView.do?ac=0000202865X>

금융감독원 2026년 업무계획(법률신문 정리) — <https://www.lawtimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=217802X>

금융권 생산적 금융 KPI·조직 개편(파이낸셜뉴스) — <https://www.fnnews.com/news/202604091813144008X>

신한금융 1분기 실적·밸류업 2.0(조세금융신문) — <https://www.tfmedia.co.kr/news/article.html?no=203978X>

2026년 1분기 리딩뱅크 신한 탈환(인사이트코리아) — <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=245565X>

KB금융 1분기 리딩금융 굳히기(뉴스1) — <https://www.news1.kr/finance/general-finance/6147148X>

신한 슈퍼SOL 6월 17일 출시(ZDNet Korea) — <https://zdnet.co.kr/view/?>

심층분석보고서: 26상_신한은행_영업현장체험-서울

[no=20260518151842X](#)

슈퍼SOL 연내 1300만 MAU 목표(EBN) — <https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1711975X>

진옥동 신한금융 회장 연임 확정(뉴스핌) —
<https://www.newspim.com/news/view/20260326000283X>

2026 금융지주 CEO 진옥동 전략(중앙이코노미뉴스) —
<https://www.joongangnews.com/news/articleView.html?idxno=488941X>

2026 하계 체험형 청년인턴 50명 모집(디지털데일리) —
<https://www.ddaily.co.kr/page/view/2026061515172306935X>

2026 하계 체험형 청년인턴 채용(이뉴스투데이) —
<http://www.ewnews.com/news/articleView.html?idxno=2439040X>

책무구조도 도입 후에도 금융사고 952억(뉴시스) —
https://www.newsis.com/view/NISX20250822_0003299538X

신한금융그룹 미션·핵심가치 안내(신한금융그룹 공식) —
<https://shinhangroup.com/kr/about/group/missionX>