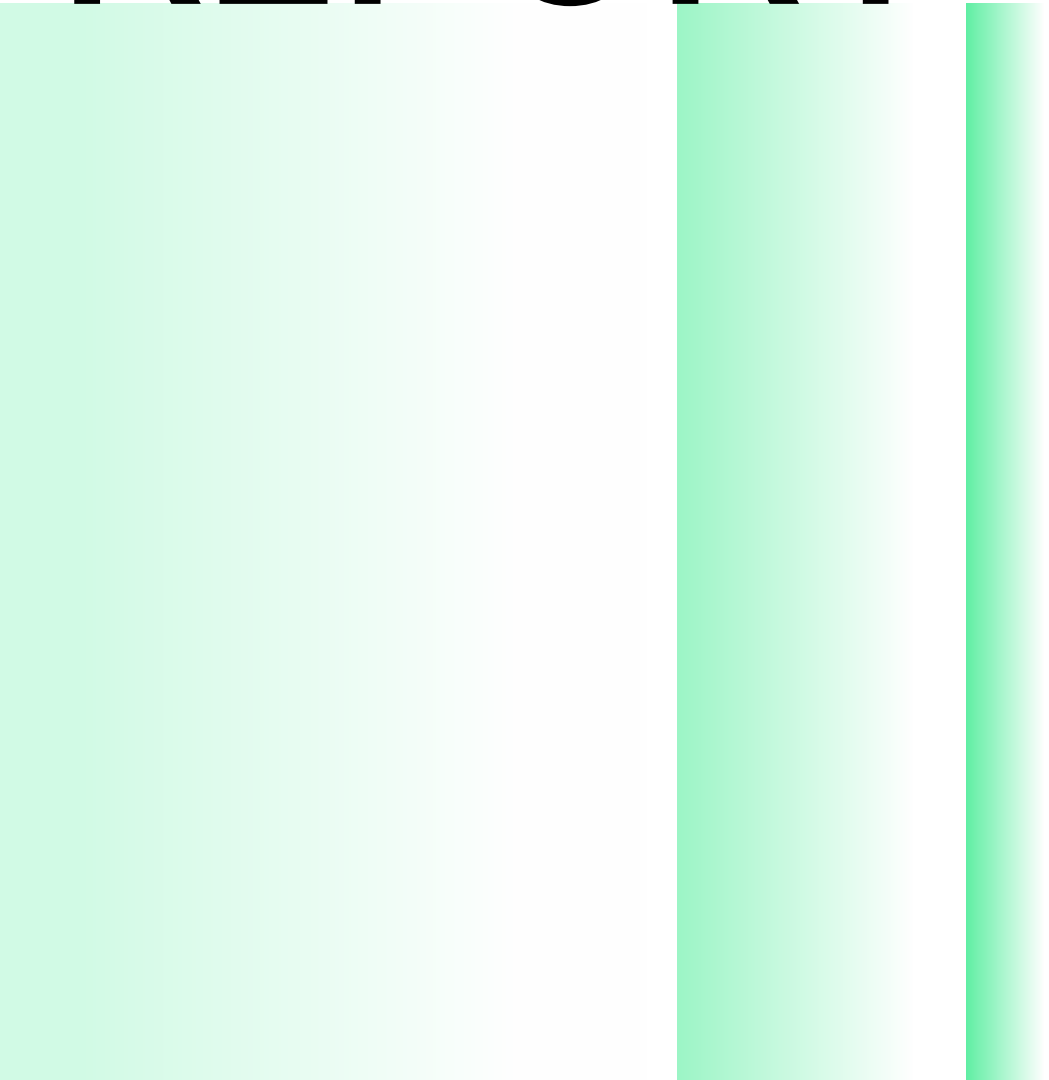
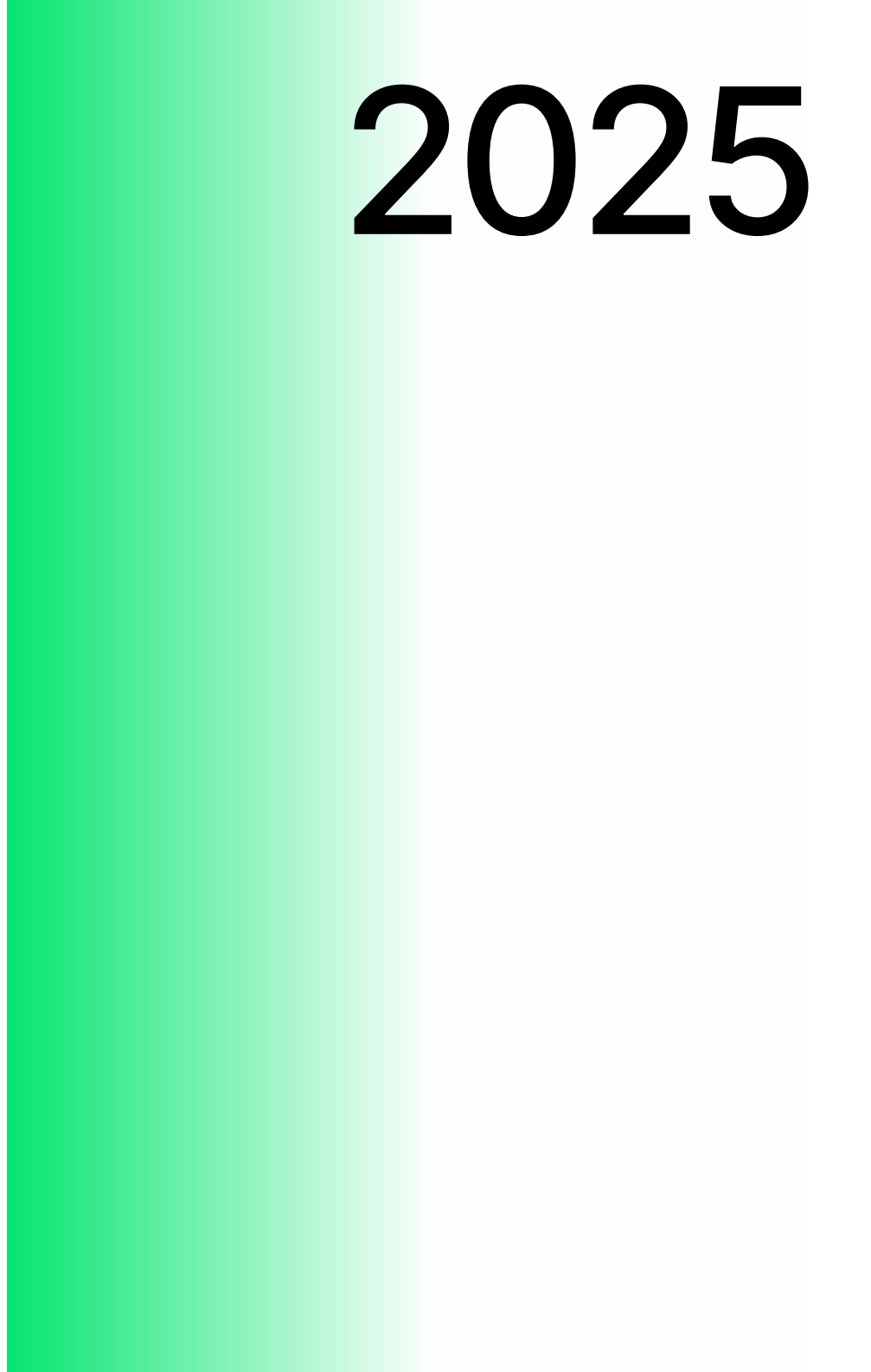


INTEGRATED REPORT



2025



ABOUT THIS REPORT

INTERACTIVE PDF

본 보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동과 연관 웹 페이지 바로가기 등의 기능이 포함된 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다.

HOW TO USE

- ≡ 목차
- 🔄 이전 페이지
- 🔗 연관 웹 페이지
- 📄 연관 페이지

보고서 개요

본 보고서는 네이버의 통합보고서(Integrated Report)로서 네이버의 투자자 및 이해관계자에게 연례 재무 및 ESG 성과를 통합적으로 보고하기 위한 목적으로 발간되었습니다. 네이버 이사회는 본 보고서의 발간을 2026년 6월 최종 승인하였습니다.

보고 기간

본 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2025년 12월 31일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2025년 12월 31일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2026년 3월 31일까지의 의사결정 사항을 담고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 이전 3개년 이상의 데이터를 제시하여 추이 파악이 가능하도록 하였습니다.
- 시의성 있는 정보 전달을 위해 2026년도 상반기 중의 주요 사업 성과 및 경영 성과 일부를 포함하고 있습니다.
- 네이버는 2021년(FY2020) 최초 발간 이후 매년 본 보고서를 발간하고 있습니다.

보고 범위

본 보고서의 보고 범위는 다음과 같습니다.

- 재무 및 사업 성과에 관한 보고는 네이버가 운영하고 있는 본사 및 국내외 사업장 전체를 포함하고 있습니다.
- ESG-지속가능성 관련 성과는 네이버 주식회사 개별 기업을 기준으로 작성하였으며, 환경 성과는 네이버의 사육인 1784와 그린팩토리, 데이터센터인 각 춘천·각 세종, 임직원 연수원 건물인 커넥트원, 파트너 상생의 공간으로 활용되는 네이버 스퀘어와 임차사업장을 포함하고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 주요 계열회사의 성과를 포함하고 있습니다.
- 일부 항목에서 기준 변경 또는 산정 방식 조정이 있는 경우, 해당 내용을 재작성하였으며 변경 사유를 주석으로 함께 기재하였습니다.

작성 기준

본 보고서의 작성 기준은 다음과 같습니다.

- ESG 정보는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 기준에 따라 작성하였습니다.
- 재무 성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결 기준으로 작성하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 보고 내용의 신뢰성 확보를 위하여 독립적인 외부 검증기관인 한국생산성본부인증원의 검증 과정을 거쳤으며, 보고서 검증은 국제적 검증기준인 AA1000AS에 따라 수행되었습니다.

예측 정보에 관한 사항

본 보고서는 네이버 주식회사 및 자회사의 재정 상황, 경영 성과, 회사 경영진의 계획 및 목표와 관련된 예측 진술을 포함하고 있습니다. 본 보고서의 미래 예측 진술이 시의성 있고 합리적인 정보, 가정 및 믿음에 기반한다고 판단하며, 제3자에 의한 검증을 실시하였으나, 기업 경영을 둘러싼 정치적·경제적 그리고 상황적 불확실성으로 인해 예측 진술을 통해 기재되거나 암시된 미래 실적과 회사의 실제 실적 간에는 차이가 있을 수 있습니다.

보고서 문의

본 보고서에 대한 문의사항은 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

네이버 Green Impact팀

- 전화 +82-1588-3830
- 팩스 +82-31-784-1000
- E-mail dl_naveresgreport@navercorp.com

CONTENTS

INTRODUCTION

- 4 CEO Letter
- 5 Overview
- 6 Leadership
- 7 Key Milestones
- 8 Business Highlights
- 9 ESG Highlights

ON-SERVICE AI

- 모든 버티컬에 스며든 AI, On-Service AI**
- 11 검색 경험의 진화 – AI 브리핑
- 13 광고 집행 방식의 전환 – ADVoost
- 15 발견·탐색 중심 커머스 – 네이버플러스 스토어 앱
- 17 AI 에이전트가 이끄는 네이버 2026

BUSINESS REPORT

- Business Portfolio**
- 20 Business Model
- 21 Creating Value for Business
- 38 Building Our Tomorrow
- NAVER IMPACT**
- 44 TECH
작은 브랜드들의 브랜드 성장 솔루션
- 45 BUSINESS
창업가와 창작자의 성장 지원
- 46 COMMUNITY
로컬 브랜드의 발견 경험 제공

ESG REPORT

- ESG Management**
- 49 ESG 추진 체계
- 54 Goal & Progress
- ESG Priorities**
- 56 Topic 1. 개인정보보호
- 68 Topic 2. 정보보안
- 83 Topic 3. 온실가스 및 에너지 관리
- 96 Topic 4. 인적 자본 관리
- ESG Fundamentals**
- 114 Tech for People
- 146 Social
- 183 Environment
- 199 Principle

APPENDIX

- Data Book**
- 219 재무
- 224 환경
- 227 인적 자본
- Index**
- 229 GRI
- 231 SASB
- 233 United Nations
- 234 이해관계자 소통 채널
- 235 수상 및 가입 협회
- 236 온실가스 검증의견서
- 242 제3자 검증의견서

CEO LETTER

**‘모든 이의 더 나은 가능성’을 만드는 기술로,
사회와 공존하며 성장하는 생태계를 구축합니다.**



존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?

네이버 대표이사 최수연입니다.

2025년 네이버는 오랜 기간 축적해 온 풍부한 콘텐츠와 데이터를 기반으로 개인화 기술의 경쟁력을 높이고 핵심 서비스에 AI를 유기적으로 결합하는 ‘On-Service AI’ 전략을 전개하였습니다. 홈페이지와 클립 등 주요 서비스의 추천 고도화를 통해 사용성을 개선하였고, AI 브리핑 도입으로 새로운 검색 경험도 선보이며 이용자의 활동성 향상을 확인할 수 있었습니다.

올해는 그동안 축적해온 AI 인프라와 신뢰도 높은 콘텐츠 자산을 활용하여, 사용자의 의도를 파악하고 최적의 실행까지 완결하는 서비스 흐름을 구현하며 새로운 사업 기회를 확대해 나갈 계획입니다. AI 브리핑의 확대, AI 쇼핑 에이전트와 AI Tab 출시를 통해 보다 깊이 있는 사용자 경험을 제공하고, 동시에 오프라인에서의 역량도 강화하며 검색에서 시작된 사용자의 흐름이 구매와 방문, 이용까지 끊김 없이 이어지는 사용자 흐름을 만들어가며 지속가능한 생태계를 만들어 갈 예정입니다. 그동안 온라인에서 스마트스토어를 통해 SME의 디지털 전환을 이끌었던 것처럼 오프라인에서는 플레이스를 통해 SME의 AX 파트너로서 기술적 지원을 강화하며, 사용자에게는 편의와 사업자에게는 데이터 기반의 새로운 성장 기회를 제공할 것입니다.

아울러 네이버는 UN Global Compact 10대 원칙을 바탕으로 책임 있는 기업의 역할을 지속해 왔습니다. 동반성장지수평가 9년 연속 최우수 등급을 유지하고, 임팩트 펀드는 목표를 상회하는 집행을 통해 생태계 전반의 건강한 성장을 도모하였습니다. 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 등급 평가 2년 연속 AA등급 획득 등 공정한 거래 관행을 위한 노력을 지속하고 있으며, ‘2040 Carbon Negative’ 전략 이행을 위해 데이터센터의 재생에너지 확보 기반을 마련하였습니다.

특히 네이버는 다양한 사이버 위협과 플랫폼 리스크가 지속되는 환경 속에서도 정보보호와 서비스 안정성을 최우선 원칙으로 삼아 안전하고 신뢰할 수 있는 플랫폼 운영을 이어왔으며, AI와 관련된 위험을 예방하기 위해 NAVER AI Safety Framework를 지속적으로 발전시키고 있습니다. On-Service AI 전반에 걸쳐 안전성과 신뢰를 갖춰 나갈 수 있도록 지속적으로 노력해 나가겠습니다.

네이버는 ‘모든 이의 더 나은 가능성’을 만드는 기술로, 이용자, 소상공인, 창작자 등 생태계 구성원 모두가 더 큰 미래를 그려갈 수 있도록 성장하는 생태계를 구축해 나가겠습니다. 더 나은 내일을 향한 네이버의 여정에 변함없는 관심과 지지를 부탁드립니다.

최수연

네이버 주식회사 대표이사

OVERVIEW

네이버와 네이버의 종속회사들은 검색 서비스를 중심으로 광고, 커머스, 핀테크 등 사업 영역으로 저변을 넓히며 국내 대표 플랫폼으로 자리매김하였습니다. 최근에는 ‘On-Service AI’ 전략을 모든 버티컬 서비스에 적용하며, 온·오프라인의 경계를 허물고 더욱 개인화된 이용자 경험을 제공하고 있습니다. 또한 국내 최대 IDC를 보유한 기업으로서 클라우드, IT 인프라, 기업용 솔루션을 비롯해, AI와 로봇틱스 등 미래 핵심 기술 역량을 강화하며 기술 플랫폼의 진화를 선도하고 있습니다. 네이버는 이러한 혁신적인 서비스와 독창적인 콘텐츠를 글로벌 무대로 확장하여 세계 각국의 이용자와 다양한 파트너들이 함께 누리고 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

기업 정보

* 2025년 12월 기준

사명	설립연도	대표이사	임직원 수
네이버 주식회사	1999년 6월	최수연	5,047명

본사 위치

경기도 성남시 분당구 정자일로 95 네이버 1784

대외 ESG 평가

	2023	2024	2025
한국ESG기준원 (KCGS)	A+	A	A
MSCI (Morgan Stanley Capital International)	AA	AA	AA
Sustainalytics	TOP 12%	TOP 11%	TOP 8%

글로벌 네트워크



전 세계 **14** 개 거점 구축
(연결 종속회사 소재지 기준)

Leadership

경영진



CEO
최수연 _1981년생
서울대 공과대학 졸업, Harvard Law School, LL.M
2005 네이버 홍보, 마케팅
2012 연세대 법학전문대학원 석사
2012 법무법인(유) 올촌 변호사
2019 네이버 글로벌 사업지원 책임리더
2022.3 네이버 대표이사(CEO) 선임



CFO
김희철 _1976년생
연세대 경영학 졸업
2003 네이버 재무기획실
2012 IT/게임업계 재무담당
2017 네이버 재무관리
2018 네이버 재무관리 리더
2019 CV Center 책임리더
2025.4 네이버 최고재무책임자(CFO) 선임



COO
김범준 _1975년생
KAIST 전산학 석사
2002 티맥스소프트 팀장
2006 엔씨소프트 센터장
2013 SK플래닛 상무
2015 우아한형제들 CTO
2020 우아한형제들 CEO
2024.1 네이버 최고운영책임자(COO) 선임



CDO
김광현 _1972년생
송실대 컴퓨터학 박사
2000 네이버 검색모델링팀
2014 네이버 검색연구센터 이사/센터장
2020 네이버 Search CIC 대표
2024 네이버 검색/데이터 플랫폼 부문장
2026.2 네이버 최고 데이터·콘텐츠 책임자(CDO) 선임



CRO
유봉석 _1971년생
연세대 경제학 석사, University of Exeter MBA
1996 매일경제신문
2007 네이버 뉴스편집팀장
2019 네이버 서비스지속성위원회 운영총괄
2024 네이버 정책/RM 대표
2026.2 네이버 최고 책임경영 책임자(CRO) 선임



CHRO
황순배 _1978년생
서울대 경영학 졸업, Columbia University MBA
2003 네이버 HR, 사업기획
2012 Bain & Company
2013 NHN 게임제작, 마케팅, 전략담당 이사
2020 네이버 HR 책임리더
2022 네이버 인사총괄
2026.2 네이버 최고 인사 책임자(CHRO) 선임

이사회

📄 이사회 현황 및 Board Skills Matrix(BSM)

사내이사	대표이사	사내이사	독립이사	독립이사	독립이사	독립이사
이해진 네이버 이사회 의장	최수연 네이버 대표이사	김희철 네이버 CFO ESG위원회 위원장	김이배 감사위원회 위원장 보상위원회 위원 ESG위원회 위원 독립이사후보추천위원회 위원	노혁준 보상위원회 위원장 감사위원회 위원 리스크관리위원회 위원 독립이사후보추천위원회 위원	변재상 리스크관리위원회 위원장 감사위원회 위원 보상위원회 위원	이사무엘 독립이사후보추천위원회 위원장 리스크관리위원회 위원 ESG위원회 위원

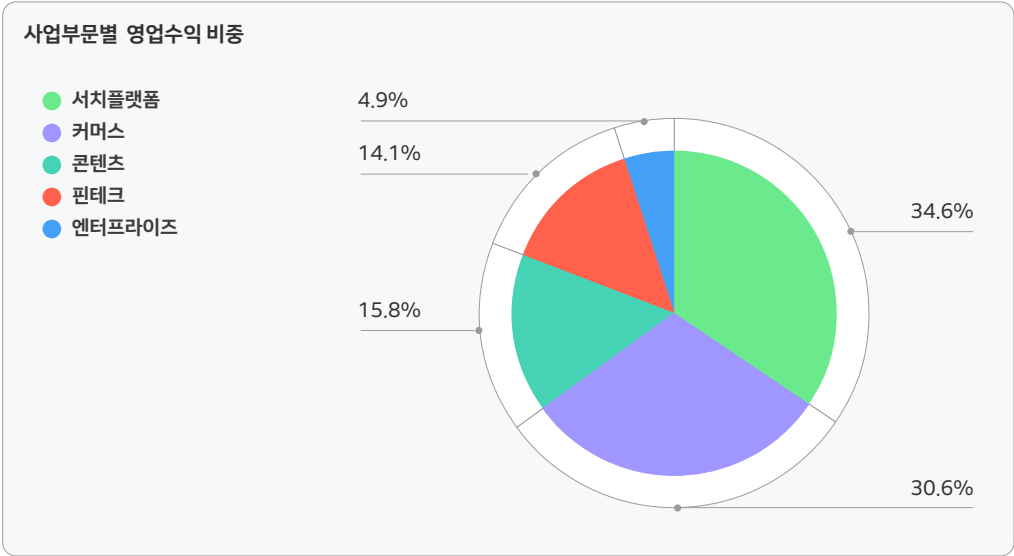
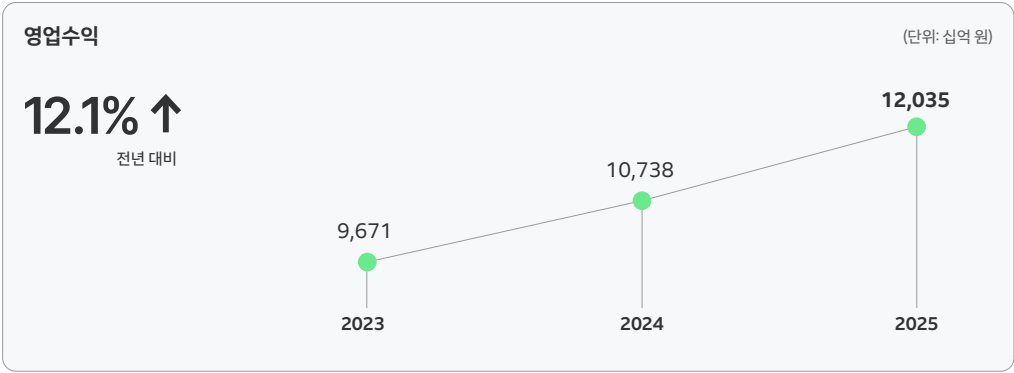
* 2026년 3월 말 기준
* 독립이사에 관한 경과조치 - 사외이사의 독립이사로의 명칭 변경은 개정 상법(법률 제20991호) 시행일인 2026년 7월 23일부터 시행 예정이며, 본 보고서는 이를 선제적으로 적용하여 '독립이사'로 통일하여 표기

KEY MILESTONES

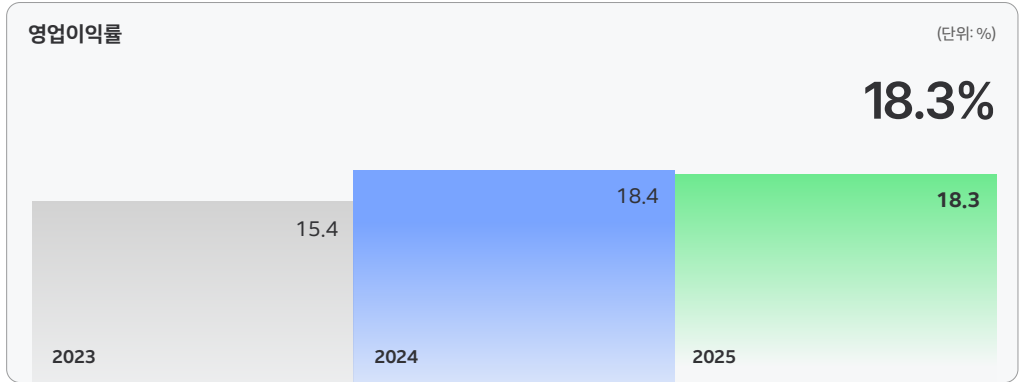
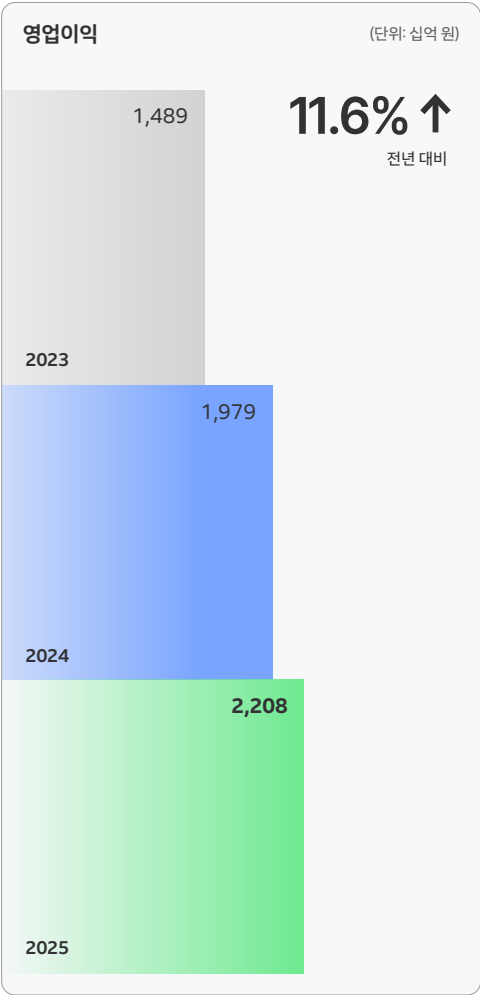


BUSINESS HIGHLIGHTS

네이버는 2025년 검색과 커머스를 중심으로 다양한 사업 부문에서 고른 성장을 이뤄, 영업수익은 전년 대비 12.1% 성장한 12조 350억 원, 영업이익은 전년 대비 11.6% 증가한 2조 2,081억 원을 달성하며 역대 최대 실적을 경신하였습니다. 이러한 성과를 기반으로 네이버는 2025~2027년 새로운 주주환원계획을 발표하는 동시에, 2026년에는 플랫폼 전반에 접목된 AI 기술을 기반으로 서비스 간 연결성을 강화하며 새로운 성장 기회를 확대해 나갈 계획입니다.



* 연결재무제표 기준(주식 동향 제외)



요약 재무상태표 (단위: 십억 원)

	2023	2024	2025
자산총계	35,737.8	38,167.9	41,084.5
부채총계	11,499.8	11,167.0	12,131.5
자본총계	24,238.0	27,000.9	28,953.0

주식 동향

	단위	2023	2024	2025
최고가	원	234,500	231,500	290,500
최저가	원	178,300	155,000	176,900
연말 증가	원	224,000	198,900	242,500
KOSPI지수 (연말 기준)	포인트	2,655.28	2,399.49	4,214.17

ESG HIGHLIGHTS



1) 지열 시스템을 통한 열에너지 조달분, 녹색 프리미엄 구매량 포함

On-Service AI



모든 버티컬에 스며든 AI, On-Service AI

2025년 네이버는 모든 서비스에 On-Service AI 전략을 밀착 적용해, 네이버 생태계 전반의 이용자에게 초개인화된 서비스를 제공했습니다. 특히 네이버만의 UGC, 쇼핑 및 로컬 데이터 자산을 기반으로, 데이터와 AI가 선순환하는 구조를 통해 핵심 서비스의 사용성을 확대했습니다. 이러한 혁신은 이용자 만족으로 이어져 네이버 앱 메인 체류시간이 지속 성장 중이며, 핵심 수익원인 광고 매출 성장의 절반 이상을 AI 기술이 견인하고 있습니다. 네이버는 On-Service AI를 통해 서비스 사용성과 비즈니스 수익성을 함께 고도화하며, 책임 있는 기술 혁신을 실현하고 있습니다.



검색 경험의 진화 - AI 브리핑



2025년 3월 출시된 AI 브리핑은 네이버 검색 경험의 패러다임을 전환했습니다. 핵심 정보 요약과 연관 질문 제안 기능은 이용자의 추가 탐색을 자연스럽게 유도하며 검색 행태의 변화를 이끌고 있습니다. 과거 한두 단어 중심이던 검색에서 벗어나 15자 이상의 롱테일 쿼리가 출시 초기 대비 2배 이상 증가했고, 연관 질문 영역의 클릭수도 6배 이상 확대되는 등 이용자의 탐색 방식이 확장되고 있습니다. 2025년 말 기준 AI 브리핑은 전체 검색 쿼리의 약 20%에 적용돼 월간 3,000만 명 이상이 활용하고 있으며, 이는 AI 기반 검색이 네이버 서비스 전반의 사용성과 신뢰도를 높이는 핵심 요소로 자리 잡았음을 보여줍니다.

N솔트앤씨 뷰

VIEW이미지지식인인플루언서

AI 브리핑 실험 단계로 정확하지 않을 수 있어요

다양한 리뷰를 종합해 주요 특징을 요약해 드립니다.

솔트앤씨는 창밖으로 펼쳐지는 탁 트인 바다 전망이 가장 큰 매력입니다. 1 2 3

강문해변 바로 앞에 위치해 어느 자리에서든 시원한 파도 소리와 푸른 바다를 감상할 수 있습니다. 4 5

루프탑식과 야외식에서는 해안선을 따라 이어지는 풍경이 한눈에 들어와 더욱 여유롭고 낭만적인 시간을 보낼 수 있습니다. 6 7 8

낮에는 햇살 가득한 바다를, 저녁에는 석양이 물드는 하늘을 바라보며 특별한 순간을 경험하기 좋습니다. 9 10

“바다 전망이 멋진 카페예요. 강문 해변에 위치해서 접근성이 좋은데...”

1 Ⓜ 봉봉 · 3일 전

“루프탑에 앉아서 남자친구와 낭만적인...”

2 Ⓜ 그리니 · 25.9.1

N설악산 높이

블로그카페이미지지식인인플루언서

AI 브리핑 실험 단계로 정확하지 않을 수...

1,708m

지리산1,915m

치악산1,288m

오대산1,500m

이미지 제공: wikimedia

설악산의 해발고도는 1,708미터입니다. 설악산은 대한민국 강원특별자치도 속초시, 양양군, 인제군, 고성군에 걸쳐 있는 산으로, 한라산과 지리산 다음으로 높은 산입니다. 설악산이라는 이름...

설악산 - 위키백과 한국어

W ko.wikipedia.org 설악산

9:41

N엔터 | 뉴스 | 스포츠

영화뮤직연애포토랭킹최신뉴스연재

타디움에서 완전체로 다시 모일 수 있게 돼 영광이고 기쁘다. 우리의 꿈이 현실이 됐다. 모두 팬들 덕분이다. 감사하다"며 관객들에게 진심을 전했다.

또 신기록을 세우고 있는 블랙핑크 '뛰어(JUMP)'

블랙핑크가 또 한 번 새로운 에너지로 돌아왔어요. 음악, 퍼포먼스, 비주얼까지 모두 압도적인 완성도를 자랑하는 신곡 '뛰어(JUMP)'의 감상 포인트는 무엇일까요?

- 하드스타일과 댄스팝이 결합된 파워풀한 사운드로, 기존과는 다른 강렬한 에너지를 보여줍니다.
- 발매 직후 빌보드 글로벌 200 차트 1위를 차지하며 K-팝 기록을 또 한 번 경신했어요.
- 뮤직비디오는 서울 도심의 네온과 그래피티 감성을 활용해 시각적 몰입감을 극대화했어요.

앨범 더보기

뛰어(JUMP)BLACKPINK

NETF

블로그카페이미지인플루언서클립

AI 브리핑 실험 단계로 정확하지 않을 수 있어요

[ETF 기본기 다지기] 주식과 펀드의 장점을 결합한 ETF
아이티동아 공식 · 네이버 블로그

ETF(상장지수펀드)는 특정 지수나 자산의 가격 움직임을 추종하도록 설계된 펀드로, 거래소에 상장되어 주식처럼 실시간으로 매매할 수 있는 상품입니다. 1 2

주요 특징 및 장점

1. 분산투자과 편의성

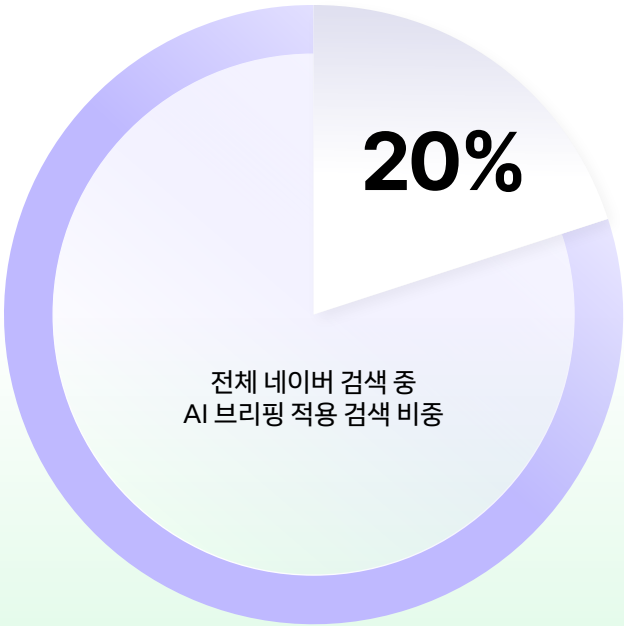
- ETF 1주를 매수하면 해당 지수 구성종목 전체를 조금씩 매수하는 효과를 얻을 수 있어, 소액으로도 분산투자가 가능합니다. 1 3
- 개별 주식처럼 거래소에서 자유롭게 사고팔 수 있어 환금성이 높고, 펀드처럼 분산투자의 장점을 가집니다. 4 5

2. 편리한 비용과 투명성

펼쳐서 더보기

2025 AI 브리핑 성과

AI 브리핑

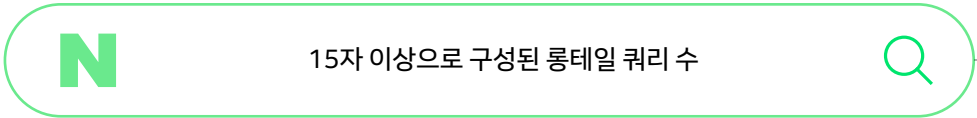


AI 브리핑 사용자 수

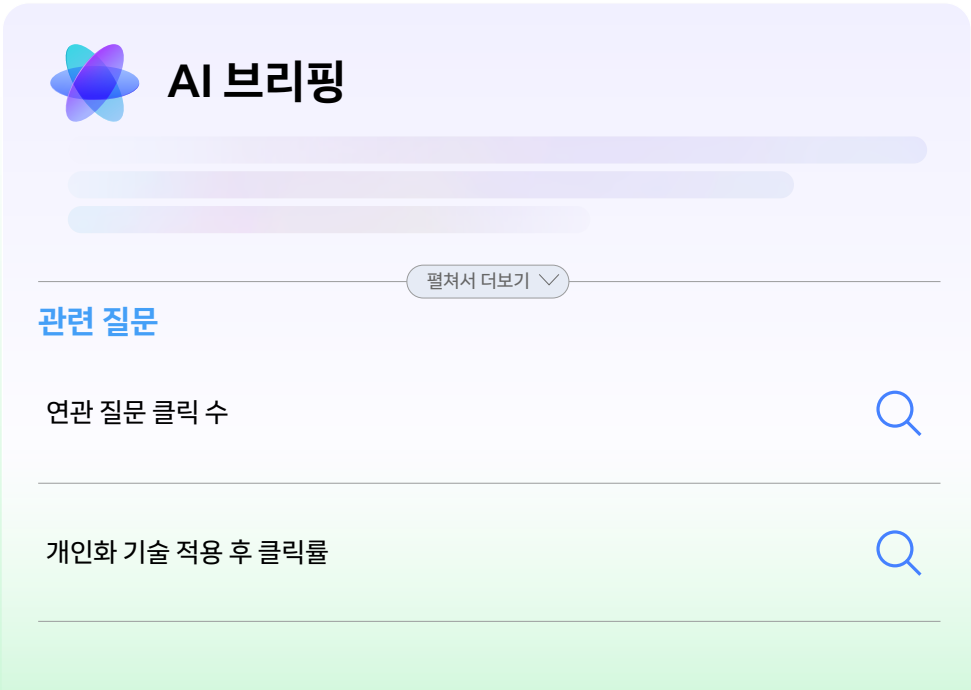
3 천만 명 이상

* 2026년 커버리지 40% 이상 확대 예정

AI 브리핑 도입 이후 검색 경험의 변화



x2
롱테일 쿼리* 수
* 15자 이상으로 구성된 검색어

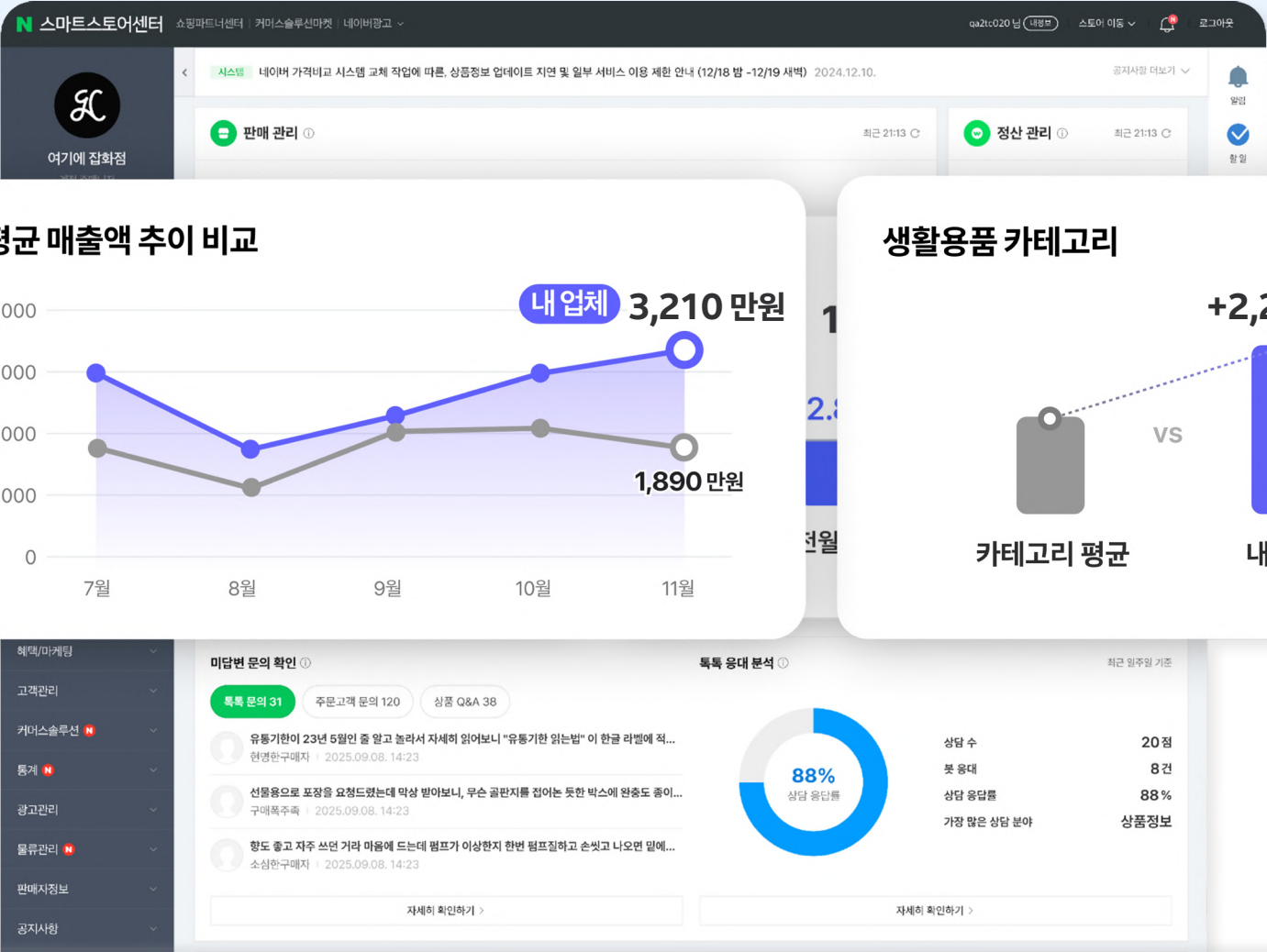


x6
후속 질문 클릭 수
+20%
개인화 기술 적용 후 클릭률*
* 클릭률: 노출 대비 추가 탐색을 위해 클릭된 비율

광고 집행 방식의 전환 – ADVoost



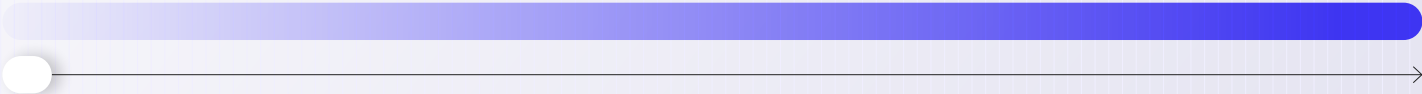
네이버는 광고 영역에서 AI 기반 자동화 광고 솔루션 ADVoost를 통해 광고 운영 방식의 전환을 이끌고 있습니다. ADVoost는 타겟 설정부터 소재 제작, 캠페인 관리 까지 광고 집행의 전 과정을 자동화하고 예산 최적화를 지원해, 광고주의 운영 부담을 줄이는 동시에 집행 효율을 높였습니다. 특히 ADVoost Search는 자동 키워드 생성·매칭 기능을 통해 기존에 노출이 어려웠던 영역까지 도달 범위를 넓혔으며, ADVoost 쇼핑 도입 광고주 또한 빠르게 증가하고 있습니다. ADVoost는 네이버 광고 사업의 새로운 운영 표준으로 자리 잡으며 지속적인 성장 기반을 마련하고 있습니다.



2025 ADVoost 성과

2025년 9월 기준, 전년 대비

ROAS
광고 수익률



+750%

ADVoost 적용 쇼핑 광고 ROAS*
* ROAS: Return on Ad Spend, 광고 수익률

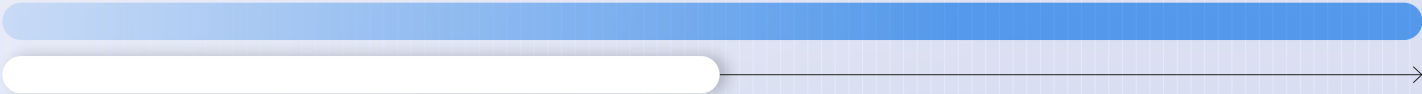
CTR
클릭률



+25%

ADVoost 적용 검색 광고 CTR*
* CTR: Click Through Rate, 클릭률

퍼포먼스
광고주 수



2x

퍼포먼스 광고주 수

ADVoost
도입률



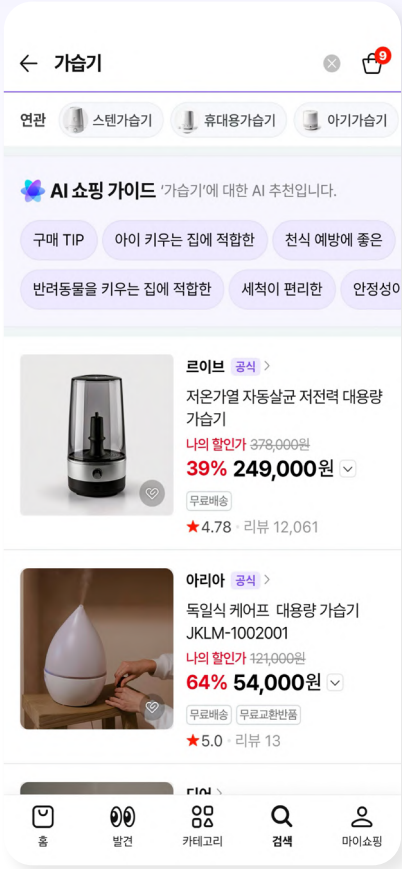
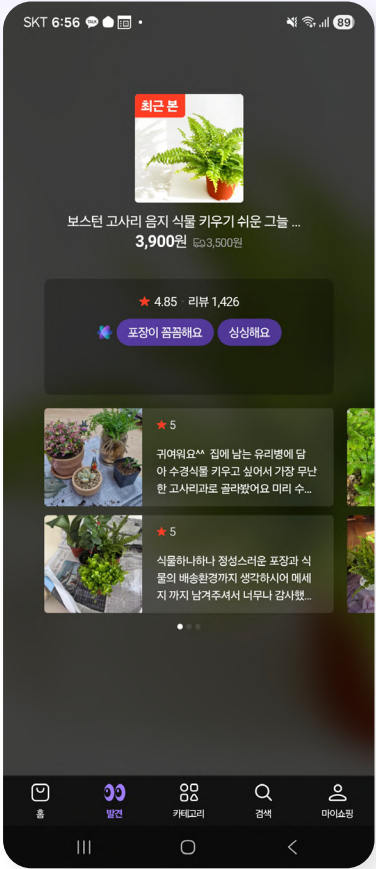
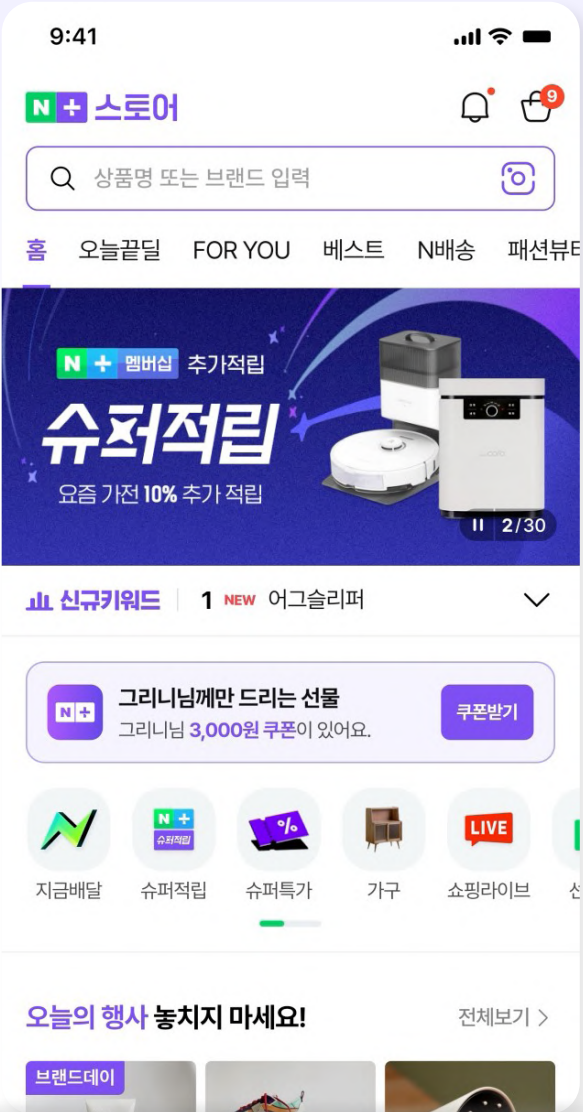
30%

ADVoost 쇼핑 도입률*
* 전체 쇼핑검색광고 집행 광고주 대비
ADVoost 쇼핑 활용 광고주 비율

발견·탐색 중심 커머스 – 네이버플러스 스토어 앱



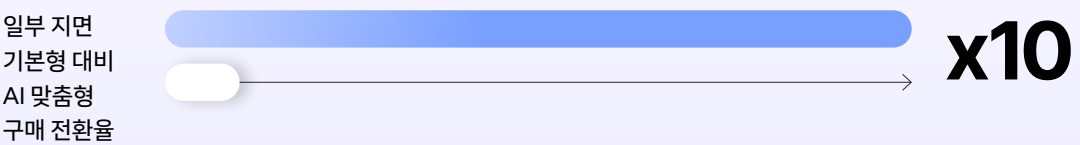
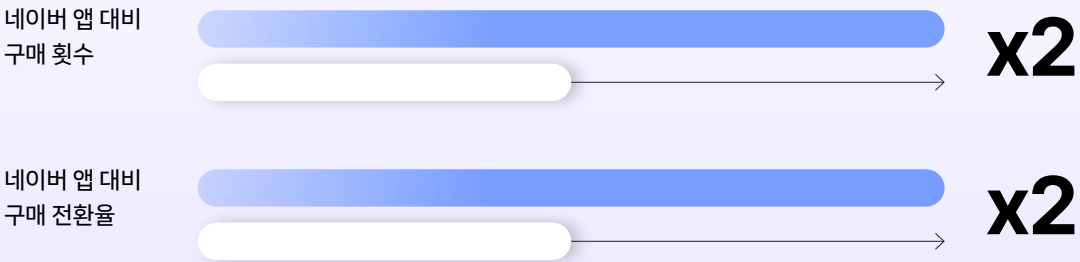
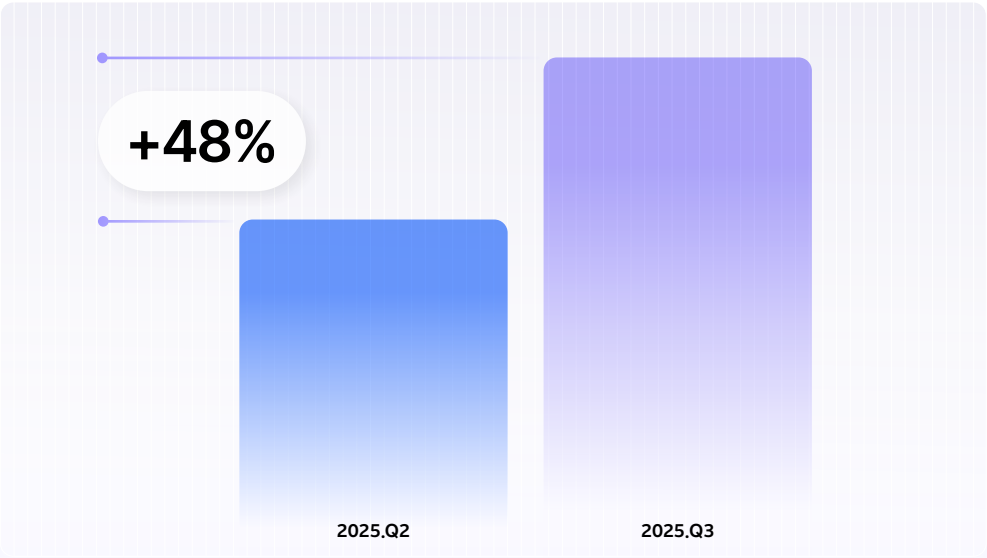
네이버 커머스 영역은 네이버플러스 스토어 앱 출시로 AI 기반 개인화와 발견·탐색 중심의 쇼핑 경험을 본격화했습니다. 이용자의 취향과 행동 데이터를 바탕으로 맞춤형 상품 추천을 강화하고, 숏폼 콘텐츠 기반의 발견 탭을 통해 상품 탐색과 발견 경험을 확대했습니다. 출시 6개월 만에 누적 1천만 다운로드를 기록하며 앱 체류 시간과 페이지뷰, 구매 전환율 개선 등 실질적 성과가 나타났습니다. 이로써 네이버플러스 스토어는 가격 비교 중심 플랫폼에서 이용자 맞춤형 쇼핑 플랫폼으로 진화하고 있습니다.



2025 네이버플러스 스토어 앱 성과



플러스 스토어 AI 추천 거래액

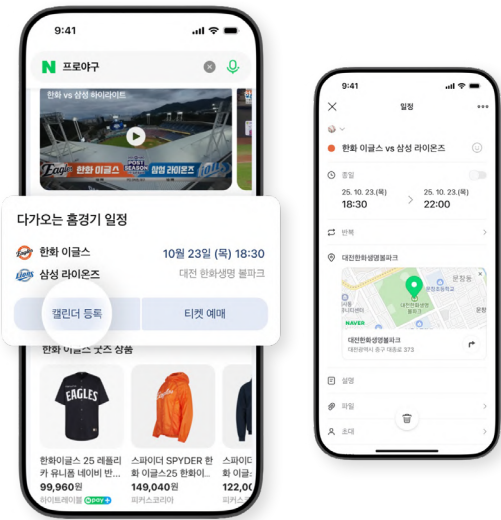


AI 에이전트가 이끄는 네이버 2026

네이버는 이용자의 탐색부터 의사결정·구매·실행까지 전 과정을 연결하는 통합 사용자 경험과 광고 경험 향상 등 플랫폼 경쟁력 강화를 추구하고 있습니다. 2026년에는 Agent N 출시, 쇼핑 AI 에이전트 도입, AI 탭 출시, AI 브리핑 및 ADVoost의 확장 적용을 통해 검색과 커머스 전반에 생성형 AI를 본격 내재화할 계획입니다.

Agent N 출시

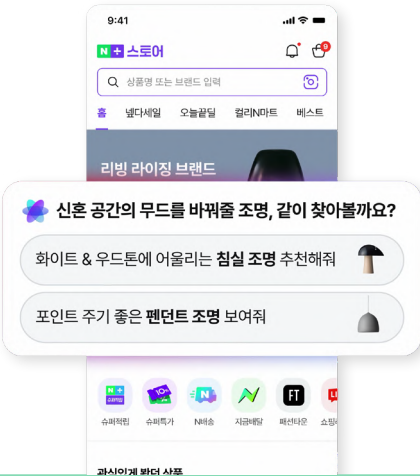
- 검색을 넘어 실행으로 이어지는 행동형 에이전트
- 대화만으로 AI 에이전트가 사용자의 의도를 파악
 - 사용자의 맥락을 이해하고 다음 행동을 예측 및 제안
 - 네이버 독자적 데이터와 기술 인프라를 하나로 통합



쇼핑 AI 에이전트 출시

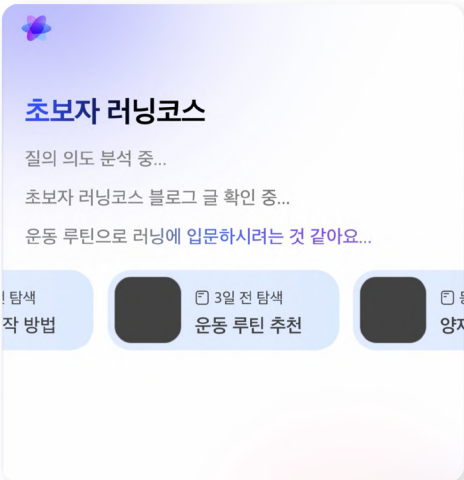
- 초개인화 커머스 실현
- 단순 가격 비교를 넘어 개인 맞춤형 상품 큐레이션 및 구매 타이밍 안내
 - 사용자의 쇼핑 데이터뿐 아니라 블로그, 카페 등 포털 내 활동 이력 학습

- 판매자 친화적 AI 전략
- '자동가격관리' 솔루션 출시



AI 탭 출시

- 대화형 AI 통합 검색 서비스
- AI와의 대화를 통해 원하는 검색 결과를 찾아나가는 형태
 - 검색, 플레이스, 지도, 쇼핑, 예약 등 네이버 보유 데이터 활용 가능
- AI 기반 행동 수행 서비스
- 검색 이후 예약, 구매, 결제까지 하나의 흐름으로 지원
 - 쇼핑, 로컬, 금융 등 심층적인 경험 제공



AI 브리핑 & ADVoost 확장 적용 지속

- ADVoost Screen - DOOH (디지털 옥외광고) 적용
- 인공지능을 활용한 디지털 옥외광고 전과정 자동화 플랫폼
 - HyperCLOVA X가 업종 및 매장 특성 분석 후 최적화된 문구 생성
 - 광고주의 사업장을 중심으로 광고 노출 지역을 자동으로 최적화

외부광고 파트너 확대



BUSINESS REPORT

BUSINESS PORTFOLIO

BUSINESS MODEL
CREATING VALUE FOR BUSINESS
BUILDING OUR TOMORROW

BUSINESS MODEL

네이버

다양한 이용자의 생각과 관심사를 연결하는 국내 최대 검색 플랫폼

검색

사전

지식백과

학습/번역 서비스

쇼핑

온·오프라인과 SME, 브랜드를 아우르는 종합 쇼핑 서비스

네이버플러스 스토어

쇼핑 AI Agent

멤버십

라이브 쇼핑

핀테크

간편한 이용자 구매경험과 사업자 매출 증대를 지원하는 핀테크 서비스

간편결제

금융상품 비교 추천

상생 금융서비스

증권/부동산

커뮤니티

다양한 형식의 콘텐츠로 이용자의 실제적 경험과 지식을 서로 공유하는 이용자 연결형 서비스

블로그

카페

지식iN

밴드

클립

엔터테인먼트

강력한 IP를 바탕으로 출판, 영화, 드라마, 게임 등 국내외 다양한 콘텐츠 제공 서비스

웹툰

치지직

SNOW

웹소설

클라우드 플랫폼

퍼블릭 클라우드 서비스, 네이버웍스 등 B2B 중심의 플랫폼

뉴로클라우드

네이버웍스

라인웍스

클라우드 인프라

네이버 랩스

AI, AR, 로봇틱스, 자율주행 등 다양한 신기술을 열어가는 네이버의 든든한 연구소

공간지능(Digital Twin)

로봇지능(ARC)

지도

이용자의 여정을 끊임없이 연결하고, 지역 사업자의 비즈니스 기회를 발견하는 생활 밀착형 올인원 플랫폼

지도

내비게이션

예약/주문/결제

장소 발견

뉴스

여러 언론사의 기사 정보뿐만 아니라 날씨, 스포츠 등 각 영역의 정보를 신속하고 정확하게 제공하는 서비스

뉴스

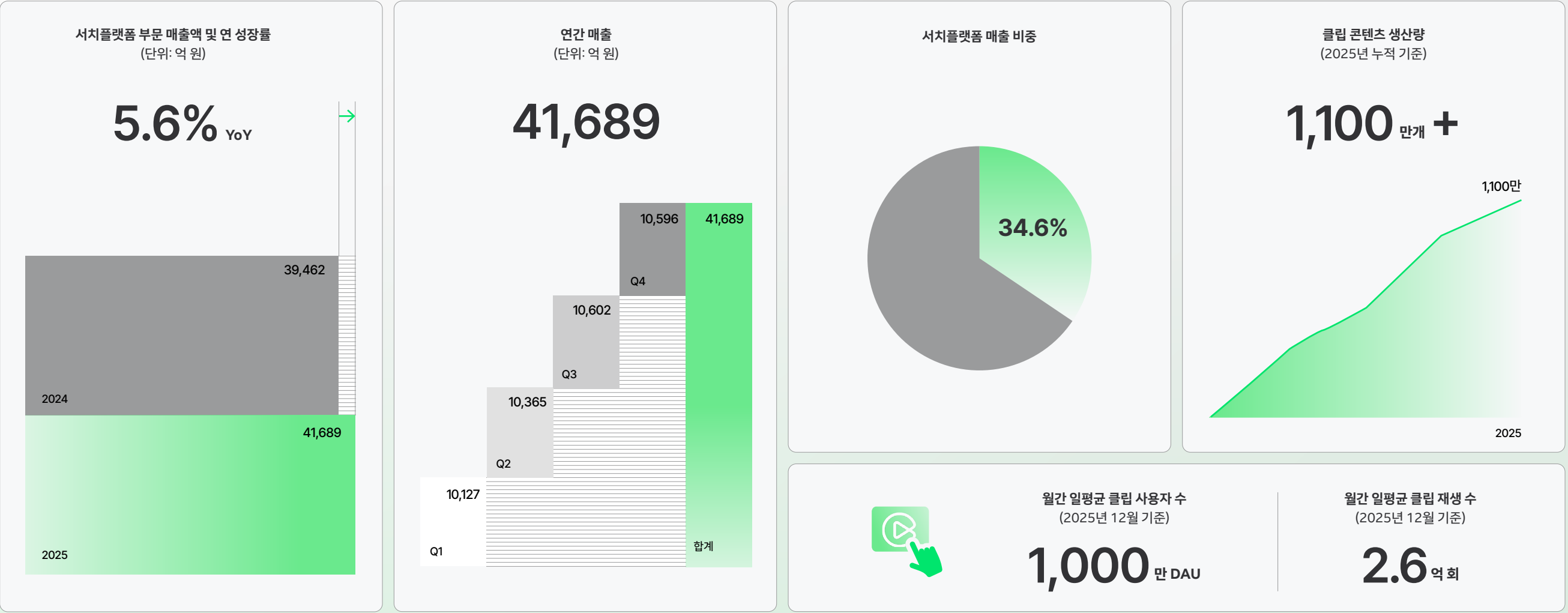
날씨

스포츠

엔터

Creating Value for Business

SEARCH PLATFORM



* 2025년 기준



네이버는 국내 대표 포털로서, 이용자에게 원활한 정보 검색은 물론, 새로운 콘텐츠를 발견하는 경험까지 제공하고 있습니다. 검색 기술을 고도화하고, 신뢰도 높은 데이터를 확보하여 검색 품질을 향상시키는 한편, 이용자가 블로그·카페 내 글과 숏폼 플랫폼 ‘클립’의 동영상까지 앱 내 다양한 피드 지면에서 확인할 수 있도록 지원하고 있습니다. 해당 콘텐츠는 이용자 개개인에게 맞춤형으로 노출되어 이용자들의 개인화된 콘텐츠 탐색 수요에 효과적으로 대응하고 있습니다. 네이버 서치플랫폼은 광고주들에게도 최고의 가치를 제공합니다. 타게팅 피드 광고 도입으로 광고주들은 원하는 이용자들을 대상으로 더 높은 효율을 내며 광고를 집행할 수 있게 되었고, 외부 매체 확장으로 네이버 광고의 외연을 한층 넓혔습니다. 나아가 네이버 광고 플랫폼은 AI 기술을 적극 도입하여 광고 집행 과정을 자동화하고, 광고주 예산을 최적화할 수 있는 광고 기술 플랫폼 ‘ADVoost’를 일부 도입하여 더욱 매력적인 광고 플랫폼으로 거듭나고 있습니다.

네이버 메인

홈피드

홈피드는 네이버 메인 페이지 하단에 위치해 이용자에게 맞춤형 콘텐츠를 추천하는 피드입니다. 노출되는 콘텐츠는 사용자의 활동과 관심사에 따라 매번 새롭게 구성되며, 이는 블로그, 포스트, 네이버 TV, 클립, 인플루언서, 프리미엄 콘텐츠 등 네이버의 다양한 UGC(User-Generated Content)에서 선별됩니다. 이를 통해 이용자는 끊임없이 새로운 관심사를 발견할 수 있습니다.

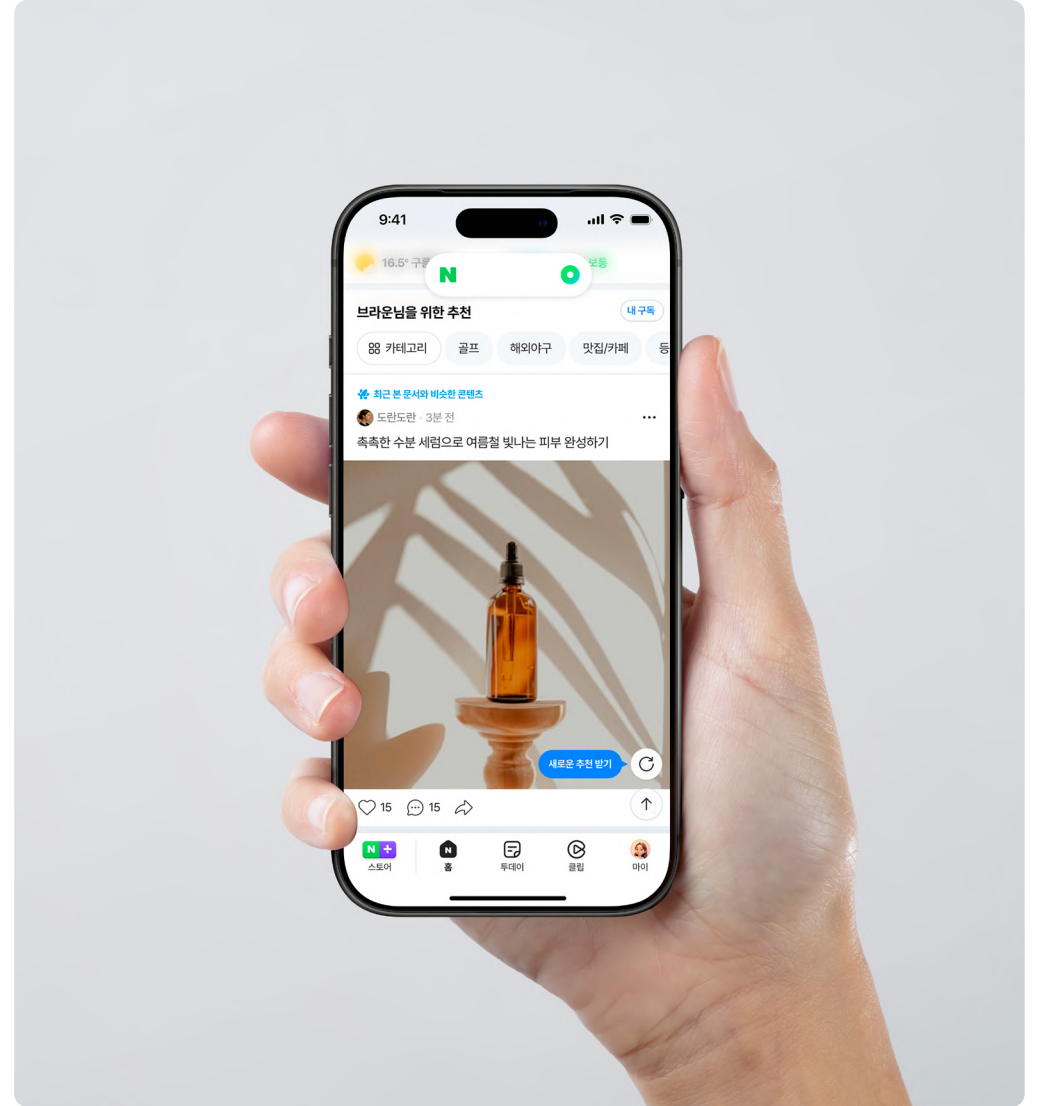
콘텐츠

콘텐츠 섹션에서는 최신 뉴스를 비롯해 스포츠·연예, 경제 등 다양한 주제의 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 그중 스포츠·연예 분야는 피드 형식으로 구성되어 이용자가 개인의 취향과 관심에 맞는 콘텐츠를 더욱 손쉽게 발견할 수 있습니다.

클립

2025년은 1만 명 규모의 클립 크리에이터가 모집되었으며, 이와 함께 오픈형 챌린지 성격의 클립 챌린저 프로그램 운영을 통해 1,100만 개¹⁾가 넘는 높은 품질 그리고 다양한 주제를 가진 콘텐츠를 확보했습니다. 네이버의 UGC는 비즈니스 서비스와 결합하여 이용자 생태계 내의 선순환 구조를 형성하고 있습니다. 장소 태그 클립은 플레이스의 ‘클립 리뷰’로 노출되어 이용자의 탐색 경험을 개선하고 사업자의 매출 성장에 기여하는 한편, 쇼핑 커넥트는 창작자를 위한 실질적인 보상 체계로 안착해 가고 있으며 크리에이터 생태계 확장 브랜드와 스마트스토어의 거래액 증대에 기여하고 있습니다.

1) 2025년 연간 누적 기준



네이버 검색 기술

AI 브리핑, 검색 결과의 혁신

3천만 명 이상이 사용 중인 AI 브리핑은 2025년 3월 출시 이후 높은 이용자 만족도를 기반으로 통합검색의 커버리지 20% 수준까지 확대되었습니다. 3분기부터 AI 브리핑은 정보성 질의뿐 아니라 로컬 질의에도 적용되기 시작했으며, 유저의 활동성이 더욱 강화되며 최상단 체류 시간 증가와 롱테일 쿼리 확장이 동시에 나타나며 이용자 탐색 깊이와 검색 품질이 구조적으로 개선되고 있습니다. 네이버의 AI 브리핑은 신뢰성 있는 데이터 공급, 모델 성능 개선 등의 품질 개선 노력을 지속적으로 이어가고 있으며, 네이버가 선보이는 혁신적인 검색 경험을 소핑 에이전트, AI 탭 등으로 확대하고 있습니다.

AI 탭, 검색의 새로운 진입점

네이버는 AI 브리핑에 이어 AI 탭을 검색의 새로운 진입점으로 도입하며, 키워드 입력 중심의 검색에서 대화 기반 탐색으로의 전환을 본격화하고 있습니다. AI 탭은 사용자의 질문 맥락을 깊이 이해해 단발성 답변에 그치지 않고, 연속 대화를 통해 의도를 정교하게 좁혀가며 최적의 정보를 제시합니다. 단순 정보 탐색을 넘어 소핑·플레이스·예약 등 네이버의 다양한 버티컬 서비스와 연결되어, 검색 결과 확인에서 끝난던 기존 경험을 ‘예약·구매·결제’까지 이어지는 실행형 검색으로 확장하고 있습니다.

또한 AI 탭은 단일 검색창이 아닌, 버티컬 영역별 AI 에이전트를 연결하는 허브로 설계되어 있습니다. 사용자가 소핑 의도를 보이면 AI 소핑 에이전트로, 장소 탐색 시에는 플레이스 기반 에이전트로 자연스럽게 이어지며, 각 영역에 최적화된 AI가 맥락에 맞는 답변과 추천을 제공합니다. 향후 네이버는 AI 탭을 중심으로 더 많은 버티컬 에이전트를 연결하고 추론 기반의 능동적 추천 기능을 강화해, 검색을 넘어 사용자 일상의 모든 의사결정을 지원하는 AI 플랫폼으로 진화시켜 나갈 계획입니다.

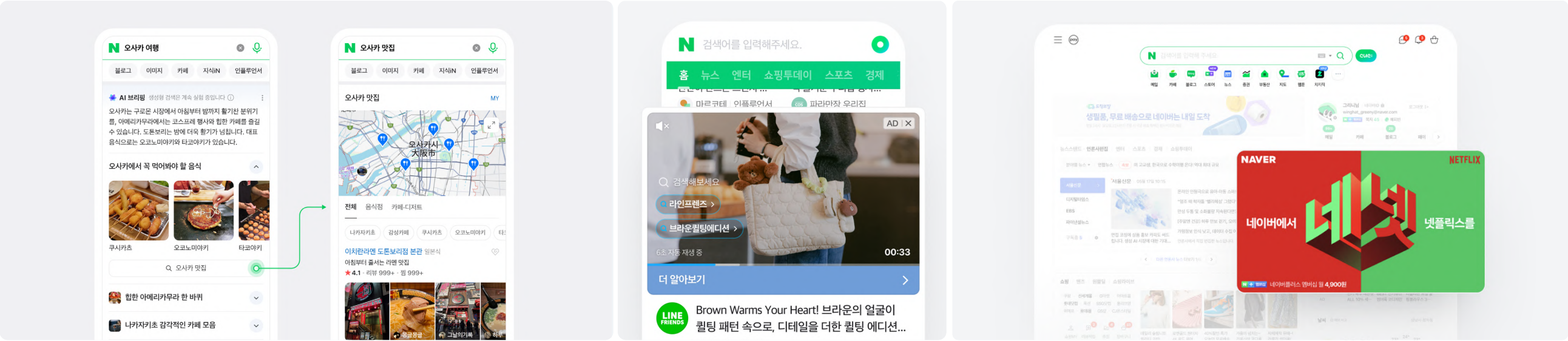
서치피드와 숏텐츠, 탐색 경험의 확장

서치피드는 이용자가 특정 키워드를 검색하면 해당 키워드와 연관된 다양한 주제의 콘텐츠를 제공하여 탐색으로 확장할 수 있도록 지원하는 기능입니다. 네이버 내 여러 피드 영역에서 좋은 반응을 얻고 있는 최신 콘텐츠와 트렌드 정보를 제공해 이용자 경험을 향상시키고 있습니다. 통합검색의 정보량 최적화를 통해 검색 품질과 만족도를 확보하고 있으며, 그 결과 서치피드로의 이용자 유입이 확대되고 있습니다.

숏텐츠는 특정 키워드와 관련된 콘텐츠를 한눈에 확인할 수 있도록 제공하는 검색 서비스입니다. LLM 분석을 활용하여 인기 콘텐츠를 추출하고 요약하는 기능을 갖추고 있으며, 이를 통해 연예, 스포츠 등 다양한 주제의 최신 콘텐츠를 효과적으로 탐색할 수 있습니다.

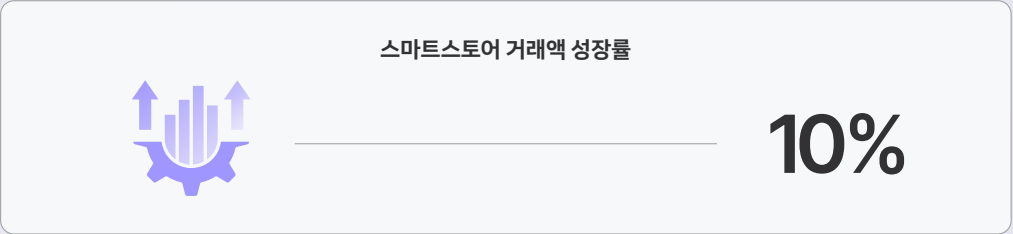
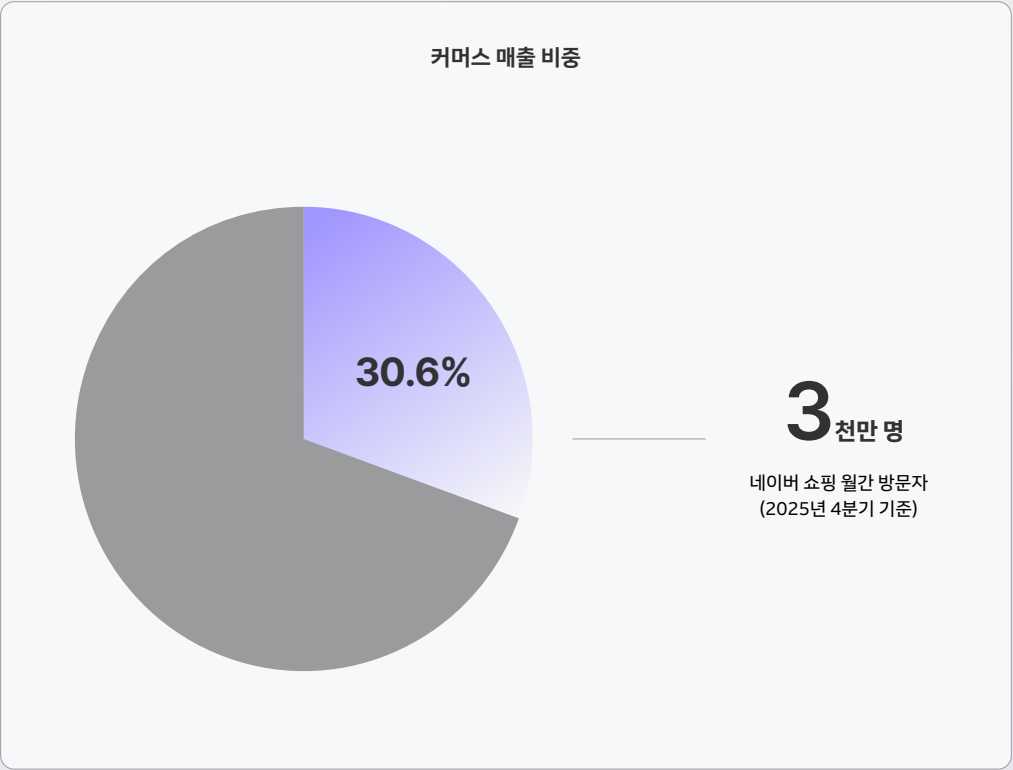
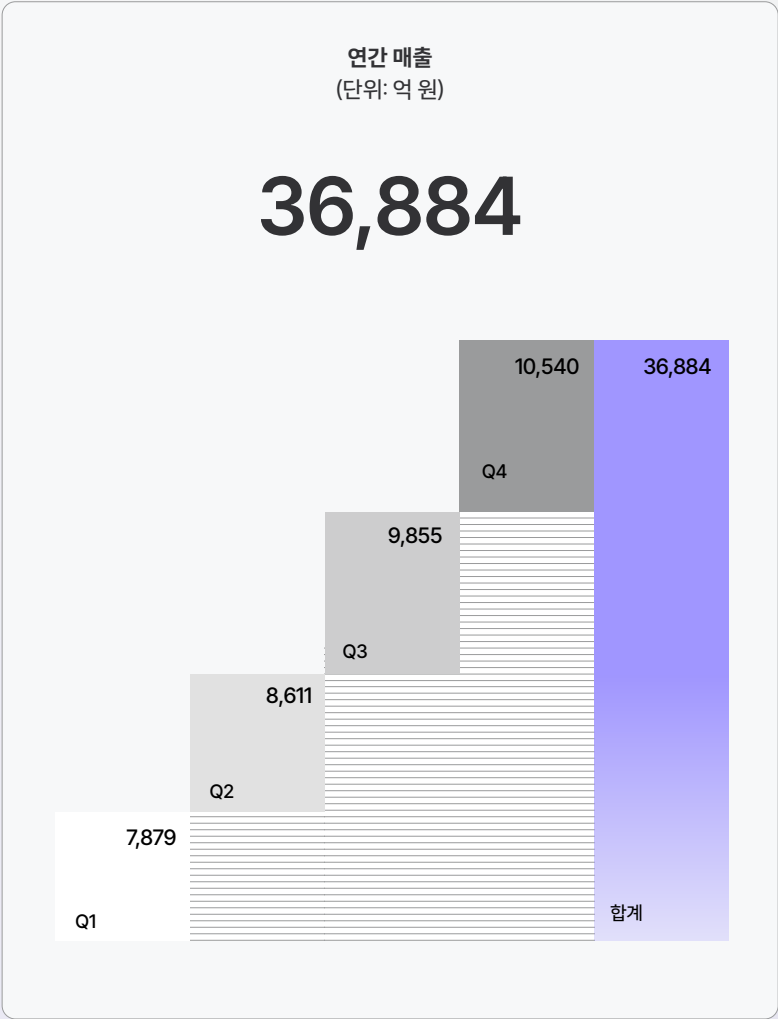
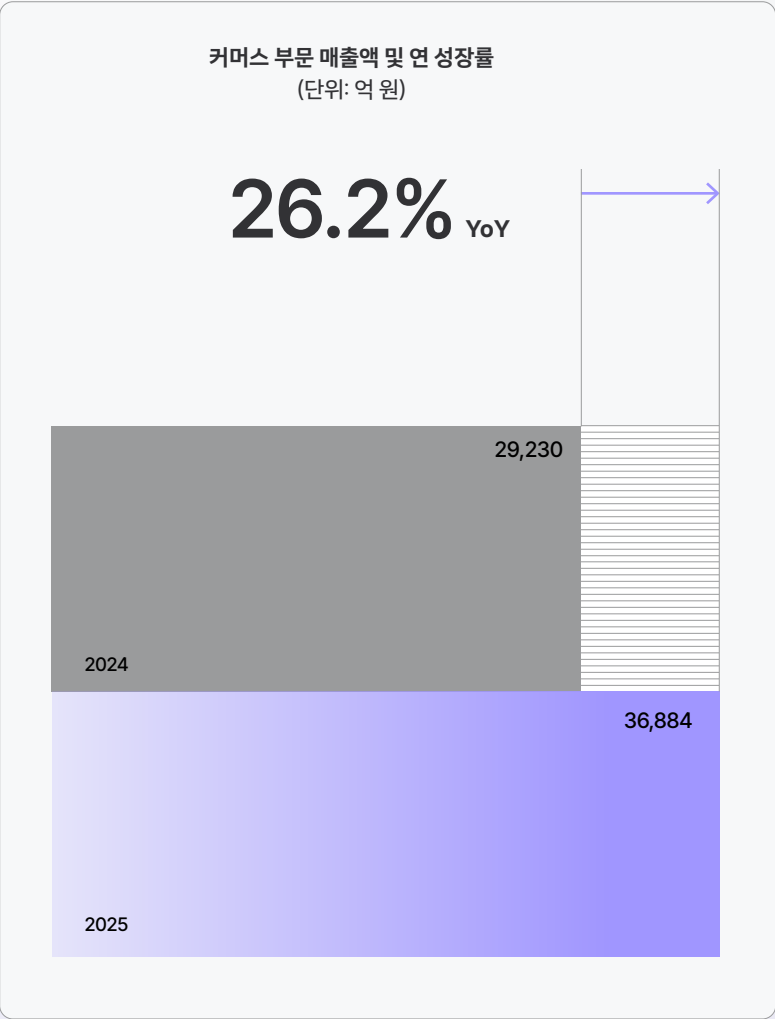
또한 개인화된 카테고리 추천 기능을 통해 이용자는 관심사에 따라 최적화된 콘텐츠를 제공받을 수 있습니다. 현재 기존의 스포츠·연예 카테고리에서 플레이스, 패션, 뷰티 등 세부 영역까지 확장되어 보다 정교한 탐색이 가능해졌습니다. 네이버는 이러한 콘텐츠를 핵심적으로 요약하고 이미지 등과 결합해 가시성을 높이는 방식으로 이용자가 화제성과 대중성 기반의 최신 트렌드를 신속하게 파악할 수 있도록 지원하고 있습니다.

이는 단순한 정답형 탐색이 아닌, 원하는 주제와 관심사를 탐색할 수 있는 ‘발견형’으로서 기존 검색어와 관련된 다양한 숏텐츠를 제공해 연속적인 검색 경험을 강화하는 선순환 구조를 형성하고 있습니다.



Creating Value for Business

COMMERCE



* 2025년 기준

N+ 스토어



네이버는 2001년 ‘네이버 쇼핑’ 서비스를 시작으로 이커머스 시장에 진출하였으며, 2012년에는 ‘지식쇼핑’(현 네이버 쇼핑)의 모바일 웹 출시를 통해 이커머스의 모바일 전환을 성공적으로 이끌었습니다. 이후 스마트스토어를 통해 다양한 판매자, 특히 SME들이 손쉽게 온라인 쇼핑몰을 운영할 수 있도록 지원하며 동반성장을 기반으로 빠르게 성장해 왔습니다.

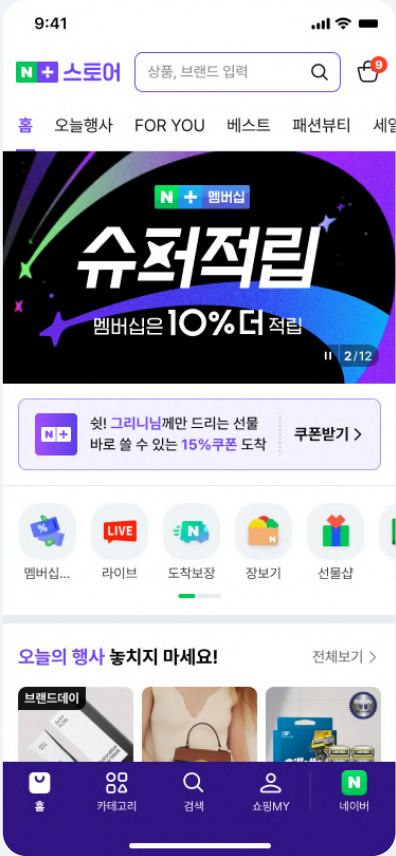
최근 커머스 시장은 상품 거래를 넘어 광고, 결제, CRM, 물류까지 연결되는 통합 생태계로 확장되고 있습니다. 이러한 흐름에 발맞춰 네이버는 스마트스토어를 필두로 브랜드스토어, 쇼핑라이브, C2C 플랫폼(KREAM, SODA, Poshmark) 등 새로운 버티컬 커머스 서비스를 강화하고 있습니다. 또한 여행(항공, 호텔, 투어) 및 네이버 플레이스 내 예약·주문 서비스까지 확대하며 사업 영역을 지속적으로 확장하고 있습니다.

네이버는 또한 CJ대한통운 및 다양한 풀필먼트 스타트업과의 협력을 통해 N배송을 고도화하며 물류 경쟁력을 강화하고 있습니다. 특히 N배송은 판매자와 물류 파트너를 연결하는 구조를 기반으로 배송 커버리지를 확대하고, 배송 품질과 속도를 개선함으로써 구매 전환율과 재구매율을 높이는 핵심 인프라로 자리잡고 있습니다.

멤버십 부문에서는 넷플릭스, 마이크로소프트(MS), 컬리 등과의 제휴를 통해 콘텐츠 및 커머스 혜택을 확대하는 한편, 배송 혜택과의 결합을 통해 네이버 쇼핑뿐 아니라 전반적인 네이버 생태계의 경쟁력을 높이는 데 주력하고 있습니다.

2025년 3월, 네이버는 생성형 AI 기반의 쇼핑 앱 ‘네이버플러스 스토어’를 정식 출시하며 개인화 추천, AI 쇼핑가이드, 발견형 피드 등을 중심으로 탐색 기반의 AI 커머스 경험을 본격화하였습니다. 특히 AI 기반 추천·노출 최적화와 네이버배송이 결합되며 탐색부터 구매, 배송까지 이어지는 통합된 쇼핑 경험을 구현하고 있습니다. 이에 따라 브랜드 충성고객이 증가하고 재구매 및 정기구독 거래가 확대되는 등 단골 기반 소비가 강화되었으며, 구매 전환율과 거래액 또한 안정적으로 성장하는 성과를 나타내고 있습니다.

이러한 노력으로 2025년 스마트스토어 거래액은 전년 대비 10% 증가하며 국내 온라인 쇼핑 플랫폼의 입지를 확고히 다졌습니다.



네이버 브랜드스토어
경쟁력 있는 브랜드 편집샵



네이버배송
기술과 데이터, NFA를 이용한 빠른 배송



네이버 패션타운
백화점, 아울렛, 브랜드 직영몰, 소호&스트릿, 디자이너관까지 모든 패션을 아우르는 상품샵



지금배달
주변 1시간 내외 즉시 배송 퀵커머스



네이버 쇼핑라이브
생생하게 쇼핑하고 소통하는 라이브 커머스 플랫폼



네이버플러스 멤버십
사용자 혜택 강화를 위한 구독형 서비스



네이버 쇼핑

AI 개인화 추천 기능으로 쇼핑의 경험을 혁신

네이버 쇼핑은 국내 최대 규모의 판매자 및 상품 데이터 기반으로 검색, 추천, 가격비교, 결제 등 쇼핑에 필수적인 서비스를 제공하며 국내 이커머스 시장을 선도하고 있습니다. 스마트스토어를 통해 SME들이 손쉽게 효율적으로 온라인 비즈니스를 운영할 수 있도록 지원하는 한편, 브랜드와 소비자를 연결하는 브랜드스토어를 출시하여 강력한 커머스 플랫폼으로 자리 잡았습니다.

2025년 네이버는 쇼핑 이용자 경험을 한 단계 더 끌어올리기 위해 검색 중심의 쇼핑에서 ‘탐색과 발견’ 중심의 쇼핑으로 전환을 가속화하고, AI 기반 개인화 추천 고도화에 집중했습니다. 이를 통해 이용자가 더 빠르고 정확하게 관심 상품을 발견하고, 구매까지 자연스럽게 이어지도록 쇼핑 여정 전반을 재설계하며 서비스 품질과 전환 효율을 함께 개선해 나가고 있습니다.

초개인화 쇼핑 플랫폼 ‘네이버플러스 스토어’

2025년 네이버는 AI 쇼핑 앱 ‘네이버플러스 스토어’를 중심으로 초개인화 추천과 단골 기반 커머스를 고도화하며 AI 커머스의 실질적 성과를 가시화했습니다. 3월 전용 앱 출시 이후 ‘AI 쇼핑 가이드’와 ‘발견’ 탭 등 탐색형 기능을 강화한 결과, 브랜드 충성고객이 최대 4.8배 증가하고, 앱 내 일 평균 방문자당 구매 횟수와 전환율은 기존 네이버 앱 대비 2배 이상 높게 나타났습니다.

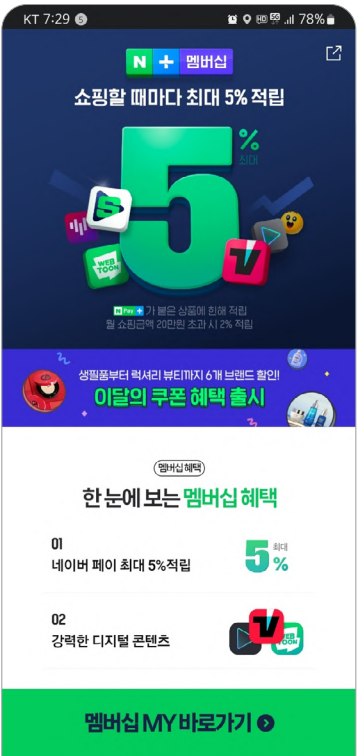
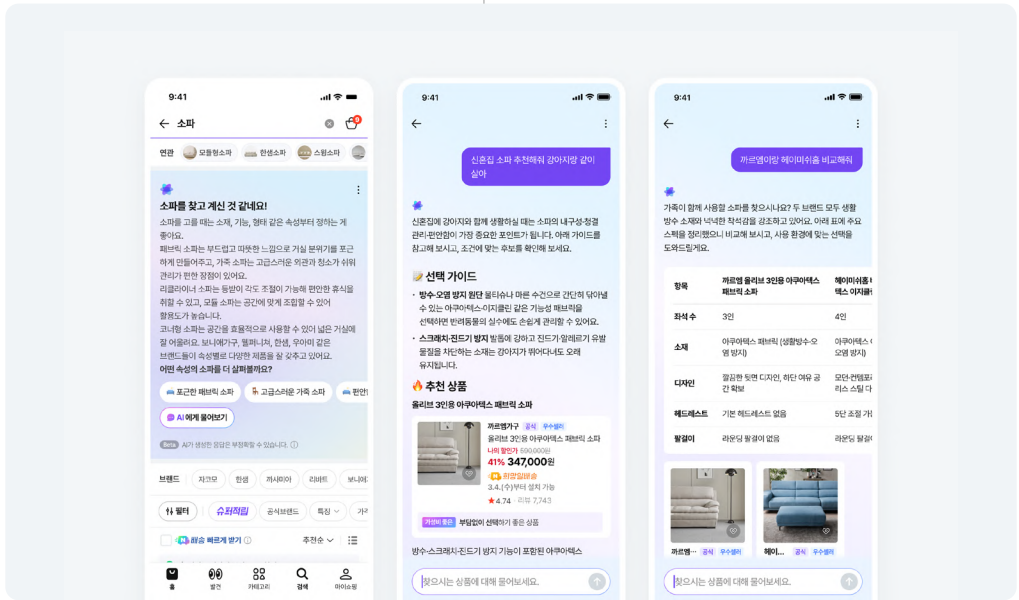
또한 정기구독 솔루션 도입 판매자가 전년 동기 대비 52% 증가하고 관련 거래액도 26% 확대되는 등 재구매 중심의 단골 커머스가 안정적으로 성장했으며, 네이버배송(N배송) 고도화와 멤버십 혜택 강화로 사용자 리텐션과 판매자 성과를 동시에 끌어올리며 AI 기반 관계형 커머스 플랫폼으로 자리매김했습니다. 거듭된 발전으로 2025년 커머스 매출은 역대 최고치인 3.7조 원을 달성하였으며, 지속적으로 사용자와 판매자 모두가 만족할 수 있는 새로운 커머스 패러다임을 제시해 나갈 계획입니다.

네이버플러스 멤버십

이용자 가치 극대화를 위한 혜택 강화

네이버는 이용자들에게 더 많은 혜택을 제공하기 위해 구독형 서비스인 ‘네이버플러스 멤버십’을 운영 중입니다. 쇼핑과 예약 결제 금액의 최대 5% 적립과 함께 다양한 디지털 콘텐츠 혜택을 제공하며 이용자의 만족도를 높이고 있습니다. 네이버플러스 멤버십은 이에 그치지 않고 멤버들을 대상으로 생태계 내에서 혜택을 지속적으로 강화하는 동시에, 생태계 외부에서도 혜택이 확장될 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 생태계 내에서는 도착보장 상품 무료배송, 무료교환 및 반품 서비스를 비롯해 멤버십 고객만 누릴 수 있는 슈퍼적립, 특가 라인업 등 추가 혜택을 제공하고 있습니다. 또한 생태계 외부에서는 넷플릭스, MS Game Pass, Spotify와 같은 강력한 콘텐츠를 무료로 제공하고 백화점, 편의점, 공항, 영화관 등 다양한 오프라인 공간에서도 끝없이 펼쳐지는 혜택을 제공받을 수 있도록 확장해 나가고 있습니다. 이러한 혜택은 이용자의 락인(Lock-in) 효과와 함께 이용자들의 활동성도 지속적으로 향상시키고 있습니다. 실제로 멤버십 회원의 인당 거래액은 일반 회원보다 약 2배 높으며, 쇼핑·페이·콘텐츠를 더욱 적극적으로 이용하는 효과를 확인하였습니다.

네이버는 앞으로도 이와 같은 전략을 통해 멤버십 서비스를 플랫폼 내의 핵심 성장 동력으로 발전시키며, 이용자와 파트너 모두에게 차별화된 가치를 지속적으로 제공해 나갈 계획입니다.





네이버배송(N배송)

더 빨라지고 정확한 배송 예측으로 신뢰를 더한 쇼핑 경험

2022년 12월 네이버는 지정일 배송 서비스 'N배송'을 선보이며, 기존 NFA(Naver Fulfillment Alliance) 파트너사들과 협업하여 제공하던 빠른 배송 서비스를 한층 더 고도화하였습니다. N배송은 네이버가 구축한 물류데이터 플랫폼을 통해 네이버 쇼핑, 풀필먼트 운영사(물류사), 배송 운영사(택배사), 그리고 이용자의 데이터를 연동하여 물류 프로세스를 중앙에서 연결하고, 연동된 데이터로 계산된 정확한 배송 도착일자를 이용자에게 보여주는 구조로 되어있습니다. 이를 통해 네이버는 도착일을 보장하고, 도착 완료일이 예정일보다 늦은 상품에 대해서는 네이버가 구매자에게 지연 보상금을 지급하여 구매자는 판매자를 신뢰할 수 있고, 판매자는 질 좋은 제품의 생산과 판매에 집중함과 동시에 빠른 배송을 통해 더 많은 고객을 확보할 수 있도록 지원하고 있습니다.

배송 경쟁력 강화를 위한 지속적인 혁신

네이버는 쇼핑 경쟁력의 핵심 요소 중 하나인 배송 경쟁력 강화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 2024년부터 일요배송, 당일배송 서비스를 도입하고, 멤버십 멤버를 대상으로 N배송 상품에 무료교환 및 반품 서비스를 추가하여 이용자 만족도를 높이고 있으며, N배송 서비스 도입이 어려운 판매자들을 위해서는 창고에서 직접 N배송 서비스를 이용할 수 있도록 지원하고 계약 절차를 간소화하는 등 편의성 개선에 집중한 결과 다양한 카테고리에서 N배송 이용률이 높아지고 있습니다.

2025년 9월 출시된 '컬리N마트'는 네이버플러스 스토어의 장보기 카테고리 경쟁력을 빠르게 확대하며 성과를 가시화했습니다. 네이버 스마트스토어 인기 상품과 컬리의 프리미엄·PB 및 신선식품을 결합한 차별화된 큐레이션과 콜드체인 기반 새벽배송을 통해 장보기 수요를 흡수했으며, 네이버플러스 멤버십 2만 원 이상 무료배송 혜택을 기반으로 재구매와 객단가 상승을 견인했습니다. 특히 추석 연휴 기간에도 대부분 일정에 새벽배송을 안정적으로 운영해 명절 선물·상차림 수요를 효과적으로 확보했고, 단독 특가 및 시즌 프로모션을 통해 신규 고객 유입과 단골 전환을 동시에 확대했습니다. 아울러 컬리 물류 자회사의 네이버 풀필먼트 얼라이언스 합류로 신선식품 중심 판매자의 새벽배송 활용도가 높아지며 장보기 생태계 전반의 거래 기반을 강화했습니다.

네이버는 향후에도 배송 경쟁력 강화를 위해 판매자가 더 쉽게 N배송을 사용할 수 있도록 중개형 모델에서 직계약 모델로 점진적으로 발전시켜 나가는 등 사용자와 판매자가 모두 만족할 수 있는 최적의 배송 환경을 구축할 계획입니다.

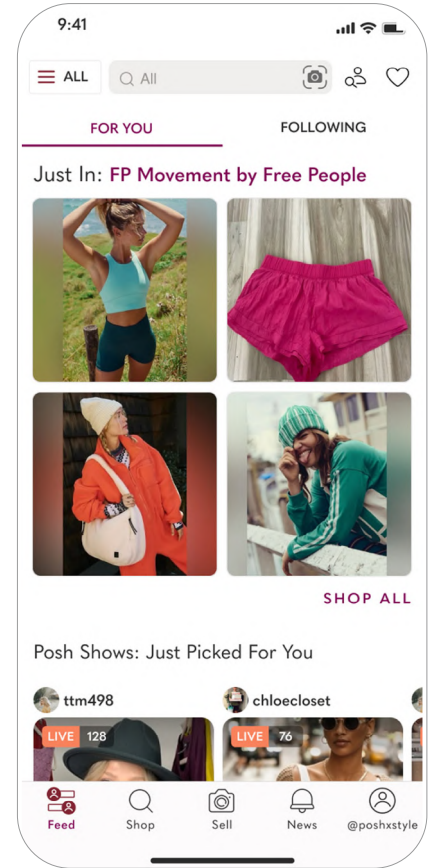
Poshmark

커뮤니티 기반 복미 최대 C2C 커머스 플랫폼

네이버는 2023년 1월, 복미 최대 C2C 패션 플랫폼 'Poshmark'를 인수하며 글로벌 C2C 시장에 본격적으로 진출하였습니다. Poshmark는 MZ 세대가 활발히 사용하는 커뮤니티와 소셜 기능이 결합된 독보적인 사업 모델을 바탕으로, 네이버와의 협력을 통한 시너지를 창출하며 지속적인 성장을 이어가고 있습니다.

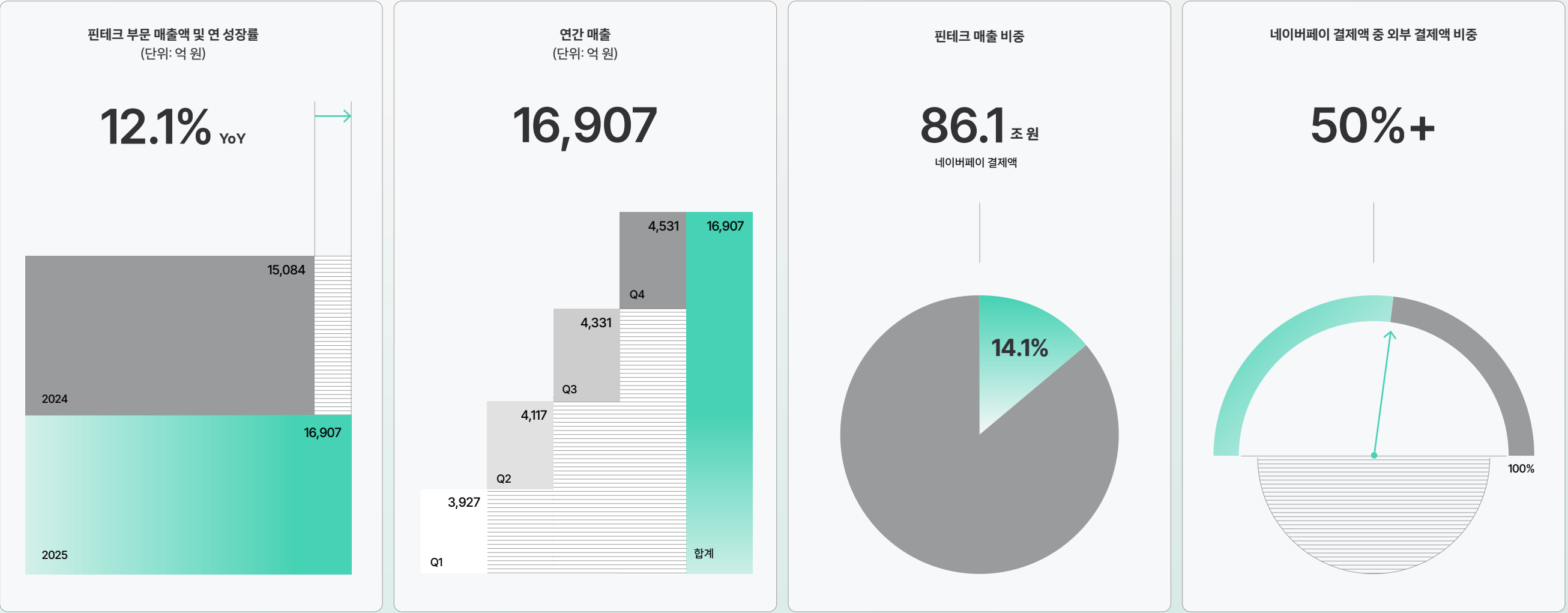
특히 2023년부터 본격적으로 도입된 1P 광고가 긍정적인 반응과 함께 빠르게 성장하고 있으며, 네이버의 이미지 검색 기술을 적용한 'Posh Lens'를 통해 이용자가 원하는 상품을 더욱 쉽게 찾을 수 있게 지원하고 있습니다. 또한 Posh Lens를 활용하여 상품 등록 프로세스를 간소화해 주는 'Smart AI List'도 제공하며 이용자 생태계가 더욱 활성화될 수 있도록 돕고 있습니다. 이러한 다양한 시도와 기술 도입으로 쉽지 않은 복미 시장 환경 속에서도 Poshmark는 안정적인 성과를 유지하며 견고한 성장세를 보이고 있습니다.

네이버는 앞으로도 국내외 C2C 생태계 구축을 통해 다양한 지역과 카테고리에서 C2C 플랫폼으로서의 영향력을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.



Creating Value for Business

FINTECH

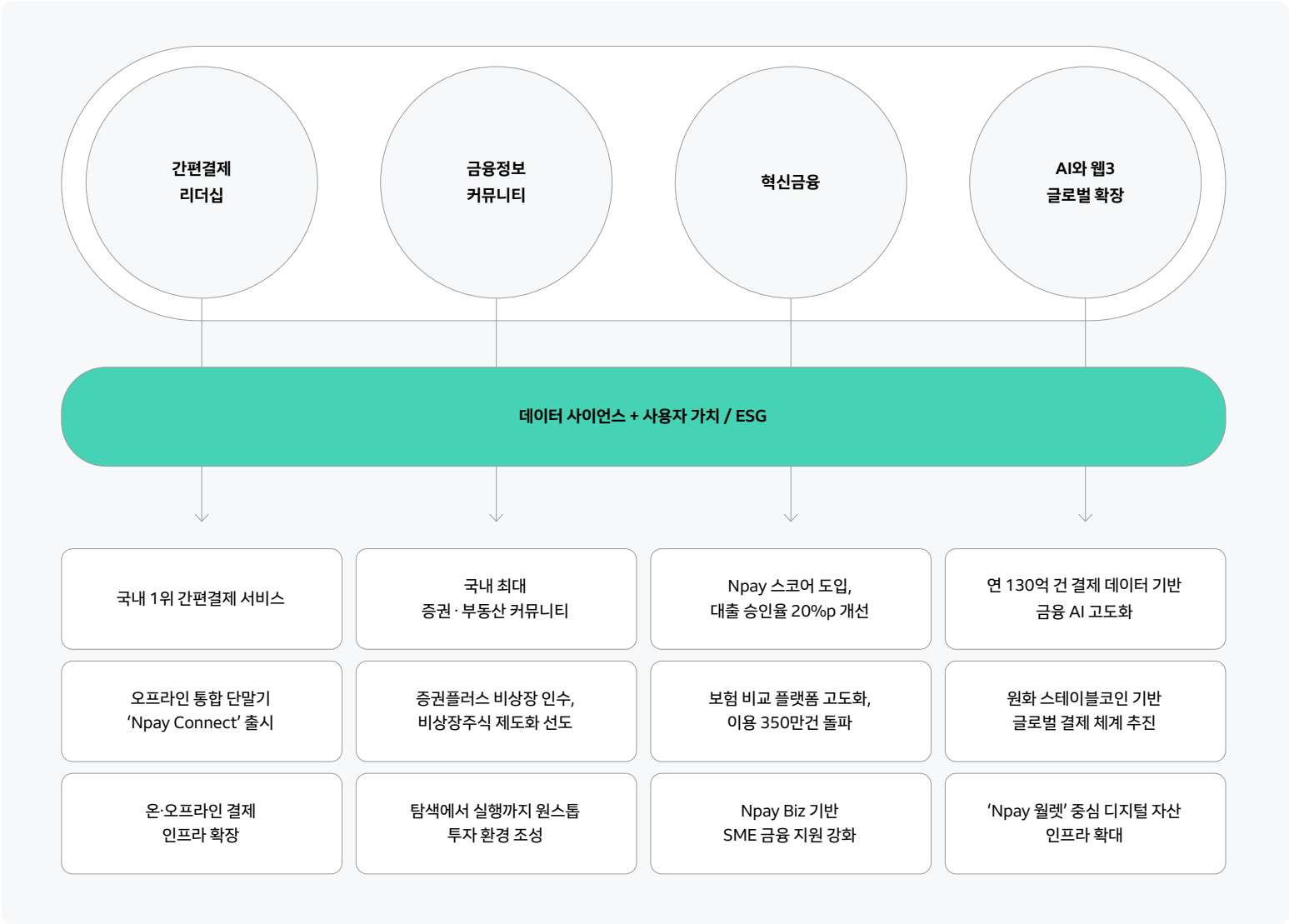


* 2025년 기준



핀테크는 사용자의 현명한 소비·금융·투자 생활을 돕는 네이버페이 간편결제를 중심으로, 금융상품 검색·비교와 증권·부동산 정보 탐색 서비스가 결합되며 종합 금융 플랫폼으로 지속 성장하고 있습니다. 결제 사업은 국내 대표 간편결제 서비스로서 내부 커머스 성장과 외부 가맹점 확대에 힘입어 안정적인 성장세를 이어가고 있으며, 오프라인 현장결제와 해외 QR 결제 확장, 페이스사인 결제 서비스 안착 등 결제 수단 다각화를 통해 포인트 생태계를 확장하고 있습니다. 한편, 플랫폼 사업에서는 국내 최대 증권·부동산 커뮤니티를 기반으로 빠른 정산 서비스, 스마트스토어 판매자 금융 지원, 대출·보험 비교 등 금융 서비스를 SME와 이용자에게 제공하고 있습니다.

이러한 지속 가능한 성장에 기반하여 2025년 네이버페이 결제액은 전년 대비 19.3% 성장한 86.1조원을, 매출은 전년 대비 12.1% 성장한 1조 6,907억 원을 달성하였습니다. 더불어 가상자산 및 웹3 생태계 전반에 대한 시장 동향을 지속적으로 검토하며, 금융 플랫폼으로서 중장기 성장 기회를 모색하고 있습니다. 앞으로도 네이버의 기술과 데이터를 기반으로 네이버 생태계 내 SME, 씬파일러 및 이용자를 위한 금융 서비스를 강화하고, 새로운 영역에 대한 준비를 지속해 나갈 계획입니다.



네이버페이

간편결제 리더십 기반의 종합 핀테크 플랫폼

네이버페이는 이용자의 현명한 소비·금융·투자 생활을 지원하는 종합 금융 플랫폼으로서, 간편결제와 금융상품 검색·비교, 증권·부동산 정보 탐색 서비스를 폭넓게 제공하고 있습니다. 오프라인 현장결제, 해외 QR결제, 페이스사인 결제, 모바일 교통카드 등 결제 수단을 다각화하며 포인트 생태계를 확장하고 있으며, SME와 싼파일러를 포함한 다양한 이용자를 위한 금융 접근성 확대에도 힘쓰고 있습니다.

네이버페이는 결제 기반의 간편금융을 넘어 금융정보, 커뮤니티, 혁신금융, 글로벌 확장까지 아우르는 종합 핀테크 플랫폼으로 고도화되고 있습니다. 온라인과 오프라인을 연결하는 결제 인프라 'Npay Connect'를 통해 가맹점의 디지털 전환과 소상공인 상생을 지원하는 한편, 증권·부동산 등 금융정보 커뮤니티를 기반으로 정보 탐색에서 투자 실행까지 이어지는 구조를 구축하고 있습니다. 또한 '증권플러스 비상장' 인수와 Npay 스코어 도입 등 제도권 금융과 연계한 혁신금융을 확대하며 포용금융과 벤처 생태계 활성화에 기여하고 있습니다. 나아가 AI 기반 금융 서비스 고도화와 웹3 기술을 활용한 디지털 자산·관광 인프라 확장을 통해 글로벌 디지털 금융 허브로의 전환을 추진하고 있습니다.

Npay Connect

온·오프라인 금융 혁신을 통한 상생 생태계

네이버페이는 2025년 오프라인 통합 단말기 'Npay Connect'를 공식 출시하며 결제, 리뷰, 쿠폰, 주문, 포인트 적립까지 연계되는 온·오프라인 통합 금융 경험을 구현하였습니다. 해당 단말기는 기존 POS 교체 없이 연동이 가능해 가맹점의 비용 부담을 최소화하면서도, 결제 직후 리뷰 작성 및 쿠폰 적용 등 고객 접점을 즉시 확장할 수 있도록 설계되었습니다. 전국 VAN사 및

지방은행과의 협업을 통해 전국 가맹점으로 확산을 추진하고 있으며, 향후 이용 데이터를 기반으로 방문 고객 대상 타깃 마케팅과 고객관리 기능을 고도화할 계획입니다. 네이버페이는 오프라인 가맹점의 디지털 전환을 지원하고 소상공인의 마케팅 효율과 고객 연결성을 강화하며, 금융 혁신이라는 사회적 가치를 지속적으로 창출해 나가고 있습니다.



금융정보·커뮤니티

커뮤니티와 기술을 결합한 통합 금융 플랫폼

네이버는 증권과 부동산을 중심으로 금융 정보와 커뮤니티를 결합한 플랫폼을 운영하며 대규모 이용자 트래픽과 데이터 자산을 기반으로 핀테크 서비스와의 연계를 강화하고 있습니다. 네이버페이 증권은 글로벌 6개국 주식 서비스를 제공하고 로그인 없이 미국 주식 실시간 시세를 확인할 수 있는 기능을 국내 최초로 도입하는 등 접근성을 높였으며, 일 200만 명이 활동하는 국내 최대 주식 커뮤니티를 통해 투자 정보 교류 환경을 조성하고 있습니다. 또한 인증 기반 주주 전용 커뮤니티 '주주오픈톡'과 주식 간편주문 서비스(WTS)를 도입하여 정보 탐색에서 투자 실행까지 이어지는 구조를 고도화하고 있습니다.

부동산 영역에서는 약 7만 5천 명의 중개사가 월 400만 개 이상의 매물을 등록하는 플랫폼을 기반으로 실거래 정보와 금융 연계 서비스를 제공하고 있습니다. 디지털 트윈 기술을 활용한 '부동산 VR 매물·단지투어' 서비스를 통해 온라인 상에서 현실감 있는 임장 경험을 구현하며 정보 탐색의 효율성과 신뢰도를 높이고 있습니다. 이를 통해 네이버는 금융·투자 정보 소비를 플랫폼 내에 내재화하고, 데이터와 기술을 기반으로 정보에서 실행까지 연결되는 통합 금융 환경을 강화해 나가고 있습니다.

증권플러스 비상장

비상장주식 거래 기반의 혁신투자 시장

네이버페이는 2025년 국내 최대 비상장주식 거래 플랫폼 '증권플러스 비상장'의 지분 70%를 인수하며 비상장주식 거래 시장의 제도적 안정성과 투명성 강화를 본격 추진하고 있습니다. 증권플러스 비상장은 누적 가입자 167만 명, 누적 거래건수 83만 건, 누적 거래액 1.9조 원을 기록한 국내 대표 비상장주식 거래 플랫폼으로, 2020년부터 금융위원회 혁신금융서비스로 지정되어 서비스를 운영해 왔습니다.

네이버페이는 금융당국이 도입 예정인 '장외거래중개업' 인가 절차에 발맞춰 라이선스 취득을 추진함으로써 보다 안정적이고 신뢰도 높은 거래 환경을 구축할 계획입니다. 이를 통해 비상장기업에 대한 정보 공시 체계와 투자 정보 접근성을 강화하고 투자자 보호 기반을 고도화하여 시장 신뢰 제고에 기여하고자 합니다. 아울러 스타트업과 중소혁신기업이 투명한 가치 평가에 기반해 자금을 조달할 수 있는 환경을 조성함으로써 모험자본 공급 활성화와 벤처 혁신 생태계의 선순환 구조 정착에 기여할 방침입니다. 또한 월간 활성 이용자 1,700만 명 규모의 'Npay 증권' 서비스와의 연계를 통해 상장·비상장 주식을 아우르는 투자 정보 콘텐츠를 확대하고 금융투자 플랫폼으로서의 역할을 한층 고도화해 나가고 있습니다.

혁신금융

사업자 통합 금융 서비스

네이버페이는 신한은행과 협력해 'Npay biz 신한통장·카드·대출'을 출시하며 정산, 결제, 자금관리, 금융지원까지 아우르는 사업자 통합 금융 플랫폼을 구축했습니다. 'Npay biz'는 사업 운영 데이터를 기반으로 통장, 카드, 대출, 마이너스 통장 기능을 하나의 플랫폼에서 제공하므로, 소상공인이 별도의 금융 절차 없이 필요한 자금 서비스를 연계 이용할 수 있습니다. 플랫폼 내 매출 흐름과 운영 데이터를 분석해 금융 상품과 연결함으로써 자금 접근성을 높이고, 사업자의 운영 효율성과 금융 편의성을 동시에 개선합니다. 네이버페이는 디지털 기반 사업자 금융 인프라를 고도화하고 소상공인의 안정적인 경영 환경 조성에 기여하고 있습니다.

빠르고 정확한 대출·보험 비교 서비스

2025년에 도입한 '자동차보험 비교·추천 2.0'은 만기일·차량정보 자동 연동과 할인 특약 반영으로 비교합니다. 기존보다 정확도를 고도화하여 계약 진행 건수를 40% 끌어올렸고, 누적 이용건수 350만 건을 돌파하는 성과를 거두었습니다. 또한 해외여행보험 비교 서비스도 상반기 250% 성장하며 누적 비교 218만 건을 기록하는 등 보험 비교·추천 서비스 전반의 이용자 확대와 플랫폼 경쟁력을 지속 강화했습니다. 이용자들은 네이버페이를 금융상품을 쉽고 빠르게 비교하고, 다양한 혜택을 누리고 있습니다.

사잇돌대출 Npay 스코어 도입

네이버페이는 정책금융 상품인 사잇돌대출에 'Npay 스코어'를 도입하며 대안신용평가 기반 포용금융을 확대했습니다. 'Npay 스코어'는 기존 금융권 CB 데이터에 네이버 결제 이력, 스마트스토어 매출 데이터 등 비금융 데이터를 결합한 평가모형으로, 금융이력이 부족한 중·저신용자의 신용도를 보다 정교하게 반영합니다. 해당 모델은 사잇돌대출을 취급하는 금융사의 온·오프라인 채널과 대출 비교 플랫폼에 적용되며 대출 승인율 개선과 조건 완화 효과를 보이고 있습니다. 이를 통해 네이버페이는 데이터 기반 금융 혁신을 통해 금융 접근성을 높이고 중저신용자 지원을 강화하고 있습니다.

AI와 웹3, 글로벌 확장

AI·웹3 기반 글로벌 디지털 금융 허브 전략

서비스 10주년을 맞은 네이버페이는 향후 10년을 글로벌 탭티어 핀테크 플랫폼으로 도약하는 전환기로 설정하고, AI와 웹3 기술을 기반으로 한 디지털 금융 허브 전략을 제시했습니다. 연간 130억 건, 분당 최대 2만5천 건까지 처리 가능한 결제 데이터를 바탕으로 데이터 사이언스 역량을 고도화하고 있으며, 대안신용평가 모델인 Npay 스코어를 통해 대출 승인율을 평균 20%p 개선하는 성과를 확인했습니다. 또한 고도화된 FDS를 통해 연간 약 3조 원 규모의 부정결제를 차단할 것으로 예상되며, 은행 점검 시간에도 결제가 가능한 무정지 결제를 구현해 최근 1년간 약 1,200억 원 규모의 거래를 안정적으로 처리하는 등 금융 인프라의 신뢰성과 안정성을 강화하고 있습니다.

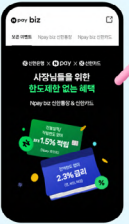
AI와 웹3 기반 금융 인프라는 관광·지역 산업 영역으로도 확대되고 있습니다. 제주특별자치도 및 제주관광공사와 협력해 NFT 기반 디지털 관광증 '나우다'를 도입하며 지역 관광 산업의 디지털 전환을 지원하고 있습니다. '나우다'는 비수탁형 디지털 자산 지갑인 'Npay 월렛'을 활용한 디지털 관광 증서로, 제주도 내 200여 개 가맹점과 27개 공영관광지에서 할인 및 무료 입장 혜택을 제공하며 관광 편의성과 접근성을 높이고 있습니다. 출시 두 달여 만에 가입자 5만 명을 돌파한 데 이어 10만 명을 넘어서는 등 빠르게 확산되고 있습니다. 네이버페이는 관광·지역 산업과의 연계를 통해 지역 상권과 이용자 경험을 동시에 강화하는 디지털 관광 생태계를 조성해 나가고 있습니다.

Npay biz

**사장님들을 위한
한도제한 없는 혜택**

Npay biz 신한통장·카드·대출

지금 개설하고 사장님들을 위해 준비한
선착순 혜택과 사업지원금 100만원을 받아보세요!



**평균 26만원 아끼는
자동차보험비교**

복잡한 입력 없이, 정확한 최저가 찾기

90만원
64만원

29% ▼

Npay

**Npay에서
대출 금리 낮춰보세요**

대출 금리만하요구권
한 번 신청하면 꾸준히 케어해드려요

Npay 대출

김태이님 축하드려요!
대출 금리 **0.2%** 낮췄어요

상금명	신용대출 (0548)
적용금리	4.881% 4.61%

Npay

Npay wallet

NFT 기반 커뮤니티 출시

NEW

아트 커뮤니티

전체 채널

나우다(NOWDA) 제주 디지털 관광증

KLPGA 한국여자 프로골프

인기순 ▼

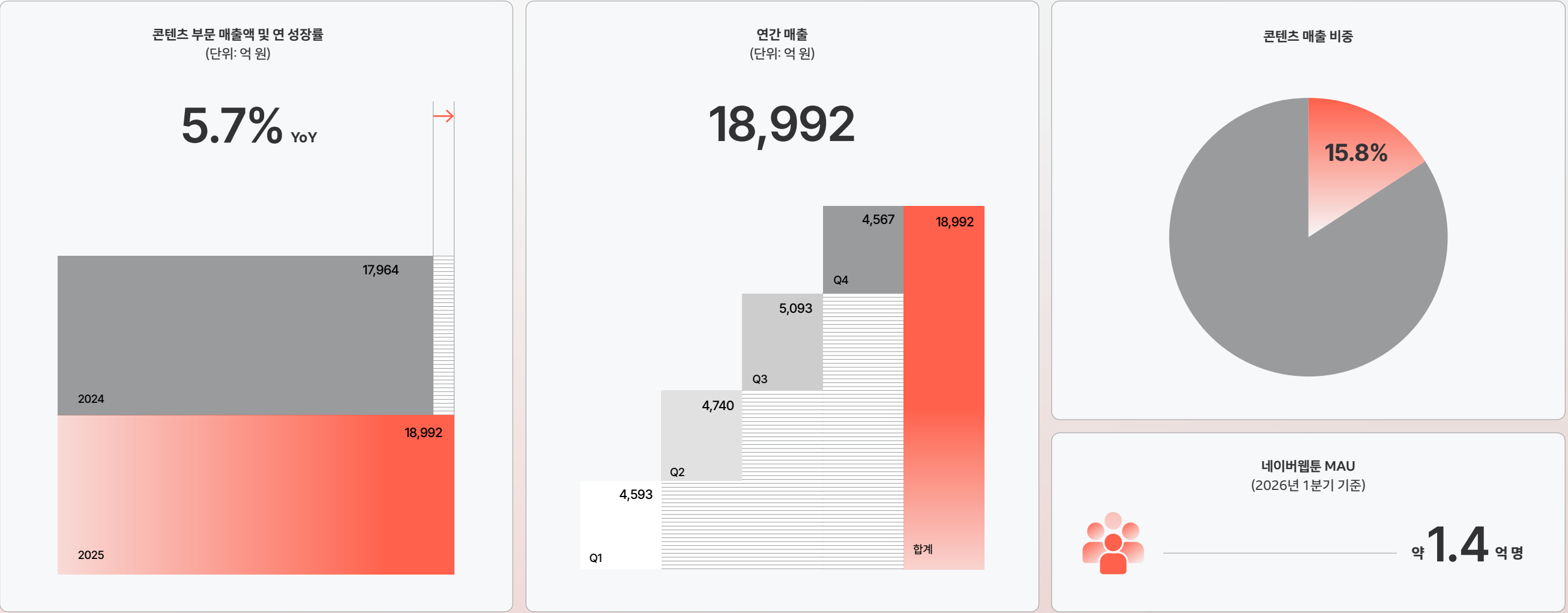
함참가 모아 나우다 >

성산일출봉 매표소에서 나우다 관광증 보여주니까
바로 할인 적용되네요. 오늘 날씨도 좋고 사람 많습니
다. 지금 제주 오신 분들 참고하세요 🌟

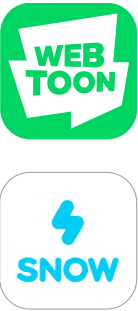


Creating Value for Business

CONTENTS



* 2025년 기준



콘텐츠는 창작자와 이용자가 자유롭게 창작하고 소비하는 디지털 콘텐츠 생태계를 구축해 국내를 넘어 글로벌 시장에서도 견고한 입지를 다지고 있습니다. 웹툰, 스노우 등 다양한 창작 콘텐츠 서비스가 네이버 생태계에서 운영되고 있습니다. 웹툰은 국내에서의 독보적인 지위를 바탕으로 글로벌 리더십을 강화해 나가는 중이며, 스노우는 글로벌 시장에서 트렌드를 주도하며 혁신적인 서비스를 출시하는 컴퍼니 빌더로서의 역할을 수행하고 있습니다.

2025년 콘텐츠 매출액은 전년 대비 5.7% 증가한 1조 8,992억 원을 기록하였습니다. 그중 글로벌 포트폴리오 강화에 앞장서고 있는 글로벌 스토리테크 플랫폼인 웹툰은 한국과 미국, 일본 등 주요국에서의 성장성 및 수익성 강화를 위해 여러 노력을 기울이고 있으며, IP 영상화 작품의 흥행에 따른 원작 독자 재유입과 AI 추천강화 등 플랫폼 고도화로 로컬 창작자 생태계, 콘텐츠, IP 간의 선순환적인 구조가 강화되고 있습니다.

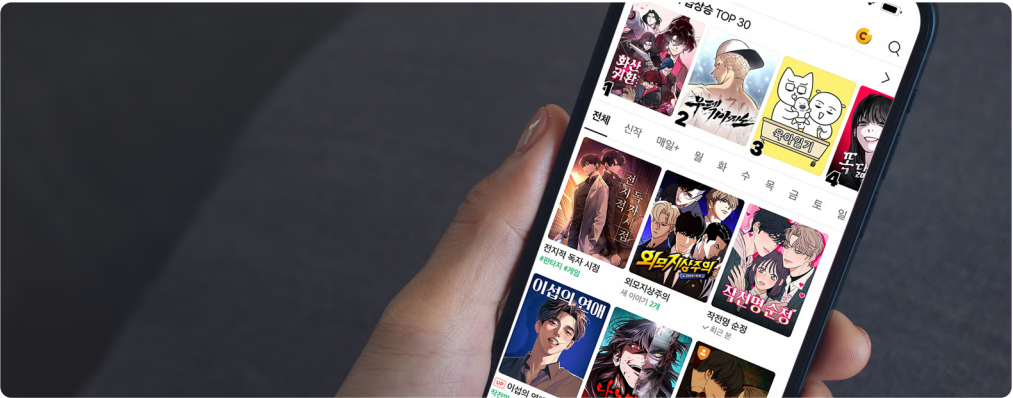
스노우는 컴퍼니 빌더로서, 이용자 니즈에 민감하게 반응하며 트렌디한 AI 기반 상품 라인업을 지속적으로 확장하며 유료 구독자 수가 상승하고 있습니다. 또한 이러한 수익화 노력 및 포트폴리오의 최적화에 힘입어 수익성도 함께 향상되고 있습니다.

네이버 웹툰

Paid Contents
네이버웹툰은 150개국 이상에서 월간 활성 이용자 약 1.4억 명¹⁾을 대상으로 웹툰, 웹소설 등 다양한 형태의 에피소드를 제공하고 있습니다. IP 영상화를 비롯한 오리지널 히트작 확대, AI 추천 기술 도입 등 플랫폼 고도화로 꾸준한 성장을 이어가고 있습니다. 또한 창작 생태계 지원 프로그램인 'WEBTOON With' 등 서비스와 기술, 정책으로 창작자 지원을 강화하고 있습니다. 앞으로도 창작 기회의 제공, 글로벌 진출 지원, 창작자 수익 다각화, 창작 생태계를 돕는 기술 개발 등을 통해 누구나 자신의 이야기를 펼칠 수 있는 플랫폼 환경을 조성해 나갈 계획입니다.

1) 2026년 1분기 기준

IP Adaptation
웹툰의 방대한 스토리 포트폴리오는 영상, 웹소설 등 다양한 형식으로 확장되며 IP 가치를 입증하고 있습니다. 지난 20년간 수백 건의 IP 2차 저작물이 제작되었습니다. 특히 2025년 누적 조회수 18억 건을 기록한 웹툰 흥행작 'Lore Olympus'의 아마존 프라임 비디오 애니메이션 제작과 22억 조회수를 기록한 또 다른 흥행작 '싸움독학'의 일본 넷플릭스 드라마(2026년 5월 공개 예정) 제작이 확정되며 글로벌 IP 가치를 입증했습니다. 2025년 네이버웹툰의 영상 제작 자회사 스튜디오N은 '중증외상센터'로 넷플릭스 글로벌 TV 시리즈 비영여권 부문 1위를 기록했으며, 영화 '쫄비탈'은 제46회 청룡영화상 '최다관객상' 수상과 누적 관객 563만 명을 기록하며 올해 개봉 한국 영화 중 최고 흥행작에 올랐습니다.



이와 함께 네이버웹툰 미국 본사 웹툰 엔터테인먼트는 글로벌 콘텐츠 기업과의 전략적 협업을 확대하고 있습니다. 워너 브러더스 애니메이션과는 오리지널 웹툰 10편을 기반으로 한 애니메이션 공동 제작 및 글로벌 배급을 추진하고 있으며, 월트디즈니 컴퍼니와는 마블, 스타워즈, 디즈니, 픽사, 20세기 스튜디오 등 3만5천 편 이상의 디지털 만화를 제공하는 신규 글로벌 구독 플랫폼 구축을 추진하고 있습니다. 또한 디즈니는 웹툰 엔터테인먼트 지분 2% 인수를 위한 비구속적 조건 합의서를 체결하며 전략적 파트너십을 강화했습니다. 네이버웹툰은 글로벌 IP 확장과 플랫폼 경쟁력을 동시에 강화하며, 웹툰 기반 콘텐츠 생태계의 지속가능한 성장 구조를 공고히 하고 있습니다.

Advertising
네이버웹툰은 높은 충성도의 차별화된 이용자를 보유한 글로벌 스토리테크 1위 플랫폼을 기반으로, 광고 라인업도 지속적으로 확장하고 있습니다. 전 연령층을 아우르는 풍부한 콘텐츠를 통해 원하는 타겟에 도달할

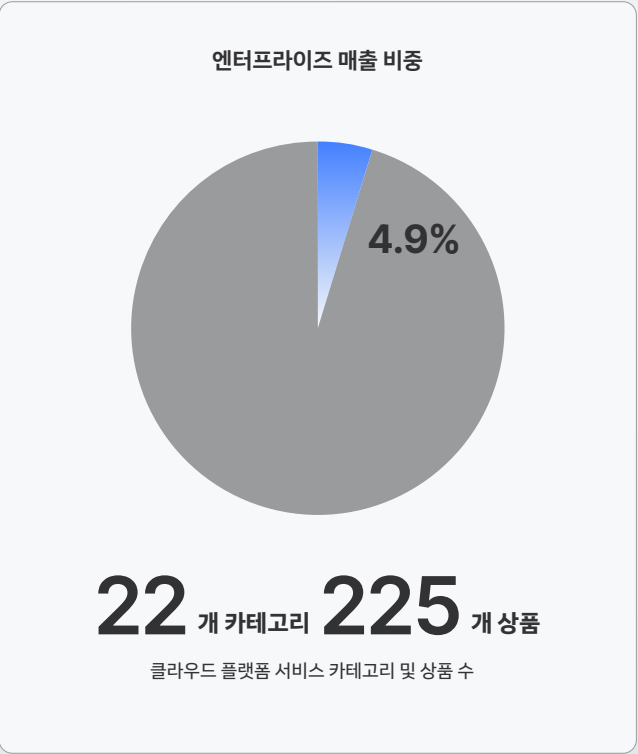
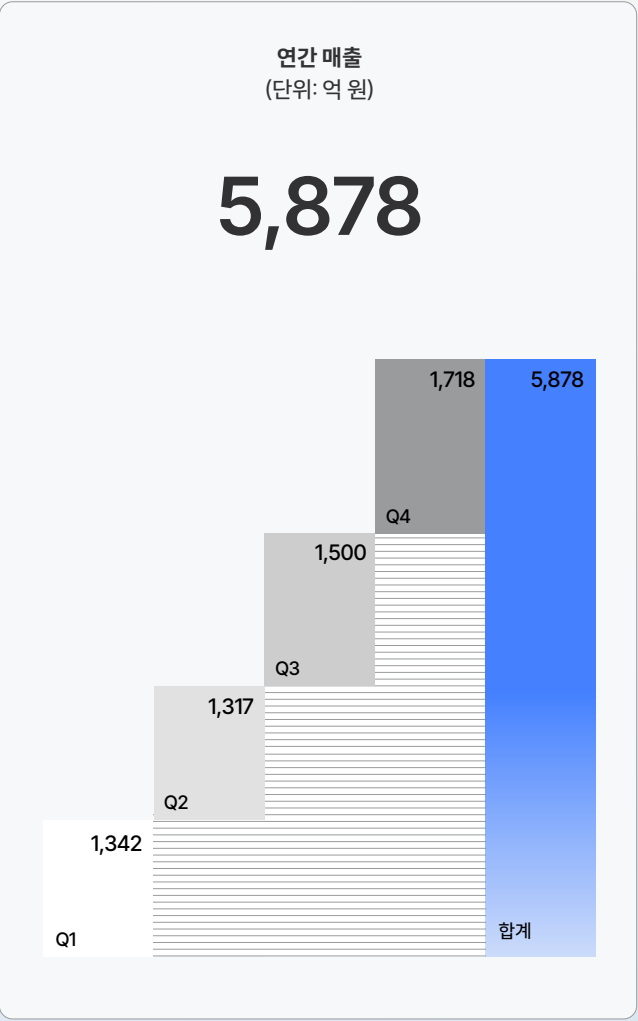
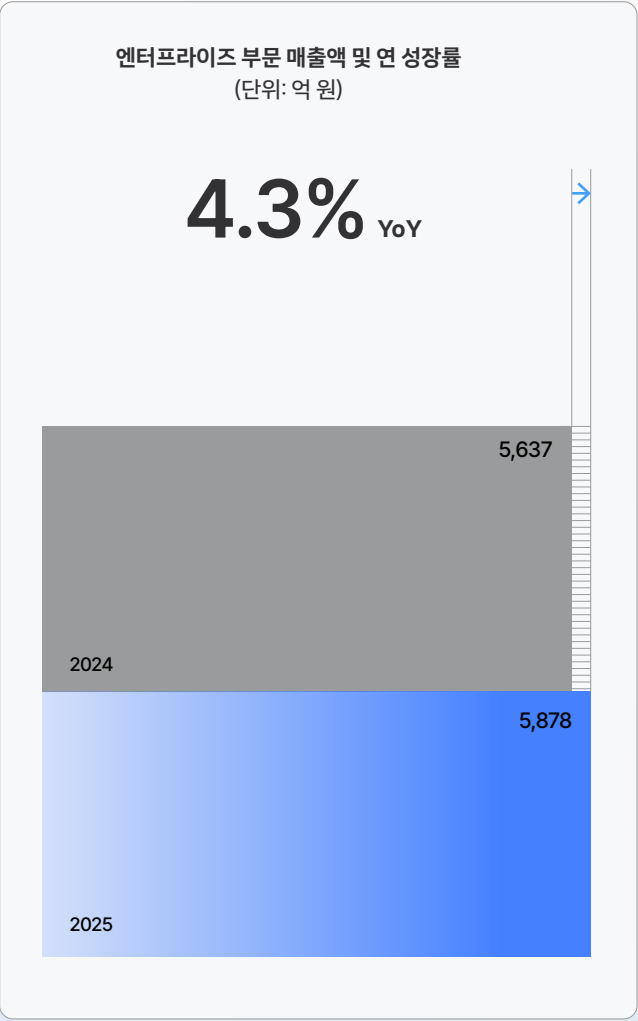
수 있는 넓은 커버리지를 확보하는 것은 물론, 작품에 대한 독자들의 충성도를 브랜드 신뢰도로 전환하는 등 웹툰만의 유니크한 광고 상품들은 이용자와 광고주 모두에게 긍정적인 반응을 얻고 있습니다. 앞으로도 한국과 일본에서 경험한 성공 방정식을 북미를 비롯한 다른 지역에도 순차적으로 적용해 나가며, 수익 모델 다각화를 지속적으로 추진할 계획입니다.

스노우

AI 카메라 서비스의 압도적 선두주자
SNOW의 대표적인 어플리케이션으로는 스노우, B612, Foodie, Soda, EPIK 등이 있습니다. 그중 스노우 카메라는 글로벌 누적 다운로드 21억 회 이상을 기록하며 전 세계 이용자와 소통하며 다양한 유형의 광고 서비스와 구독 및 AI 유료 서비스를 제공을 통해 수익을 창출하고 있습니다.

Creating Value for Business

ENTERPRISE (구 CLOUD)



* 2025년 기준



4차 산업혁명 시대에 AI와 빅데이터 활용이 중요해짐에 따라, 클라우드 는 데이터의 효율적 관리와 활용을 지원하는 핵심 인프라로 부각되고 있습니다. 클라우드는 확장성과 비용 효율성을 바탕으로 방대한 데이터를 처리할 수 있으며, 언제 어디서나 접근이 가능해 협업과 분석을 용이하게 합니다. 또한 고성능 컴퓨팅 자원을 제공하여 AI 모델 학습과 빅데이터 분석을 효과적으로 지원하고 있습니다. 이에 따라 전 세계 클라우드 시장 규모는 2025년 7,077억 달러에서 2029년 1조 3,899억 달러로 향후 4년간 연평균 18% 성장할 것으로 예상됩니다. 국내 클라우드 시장 규모도 2025년 8.7조 원에서 2029년 17.5조 원으로 연평균 19% 성장이 전망되어, 국내 기업들의 클라우드 이용률 또한 지속적으로 증가할 것이라 기대되고 있습니다.¹⁾

네이버는 1999년 포털 서비스를 시작한 이래 축적된 기술력과 경험을 바탕으로 2025년 말 기준 22개의 상품 카테고리에 걸쳐 225개의 클라우드 서비스를 제공하고 있습니다. 2023년 비즈니스용 클라우드 서비스를 제공하는 네이버클라우드, 파파고, 웨일, 클로바, 웨스모바일과 통합한 후 더욱 다양한 시장의 니즈를 충족하는 혁신 기술을 선보이고 있습니다. 또한 초대규모 AI인 ‘HyperCLOVA X’를 필두로 시장을 선점해 각 기업의 고유한 데이터를 결합하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하는 전략을 펼치고 있습니다. 네이버는 이러한 경쟁력을 바탕으로 중동, 일본, 동남아 시장을 시작으로 글로벌 진출 움직임도 본격화할 계획입니다.

1) 출처: IT 시장조사 전문기업 가트너

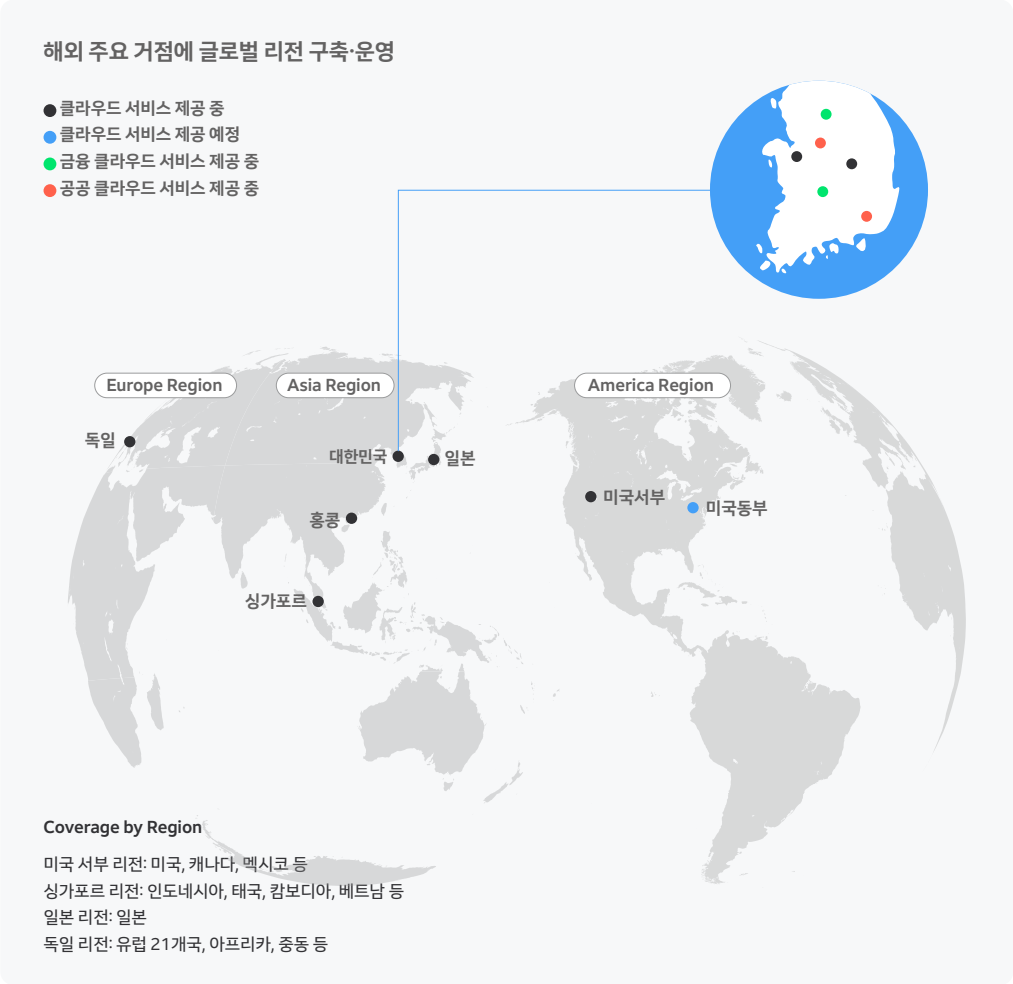
네이버 클라우드

IT 인프라 전반을 아우르며 B2B 사업 성장 및 보안 기술력 강화

네이버클라우드는 IaaS, PaaS, SaaS 영역을 모두 아우르며 IT 생태계 전반에 걸친 인프라, 플랫폼 개발, 그리고 이용자 맞춤 소프트웨어를 포괄적으로 지원하고 있습니다. B2B 사업 부문에서는 GPUaaS의 매출 발생과 라인웍스 중심의 성장이 두각을 나타내 2025년 매출은 전년 대비 4.3% 성장한 5,878억 원을 기록하였습니다. 일반 기업뿐만 아니라 공공, 금융, 의료, 교육 등 민감한 데이터를 다루는 산업에서도 네이버클라우드를 도입하고 있으며 한국은행과의 하이퍼클로바X를 탑재한 뉴로클라우드 도입 계약을 체결하는 성과도 거두었습니다. 국내 클라우드 사업자 중 가장 많은 클라우드 상품을 배포하고 있는 네이버클라우드는 보안 부문에도 대규모 투자를 단행하며 세계 최고 수준의 보안 기술력을 보유하고 있습니다. 이를 바탕으로 네이버는 CSA STAR 최고 등급인 Gold를 국내 최초로 획득해 유지하며 네이버클라우드의 안정성을 다시 한번 입증하였습니다.

글로벌 하이퍼스케일 기술 플랫폼으로의 도약

네이버클라우드는 AI 기술력과 축적된 기술 플랫폼 역량을 결집하여 글로벌 하이퍼스케일 기술 플랫폼으로 도약을 추진하고 있습니다. 자체 개발한 초대규모 AI 모델인 ‘HyperCLOVA X’를 기반으로, AI 개발 도구 CLOVA Studio, 보안이 강한 하이브리드 클라우드 서비스 뉴로클라우드 포 하이퍼클로바 X 등 차별화된 AI 서비스를 통해 국내외 시장에서 경쟁력을 입증하고 있습니다.





클로바

AI 기술력으로 효율성과 개인화 서비스 강화

클로바는 음성·이미지 인식, 인공지능망 번역, 대화형 엔진 등 첨단 기술이 총망라된 AI 플랫폼입니다. 이러한 기술력을 기반으로 더빙 서비스, AI 콜 솔루션, 문서 감정 및 요약, 디지털 전환을 지원하는 OCR, 챗봇, 얼굴 인식을 활용한 온·오프라인 신분 확인 솔루션인 '페이스 사인(Face Sign)' 서비스의 지속적인 고도화를 통해 실질적인 업무 효율성의 가치를 창출하고 있습니다. 또한 개인화 쇼핑 추천 서비스 'AiTEMS'는 클라우드 기반의 다양한 상품을 개발해 이용자의 다양한 니즈를 충족시키는 데 중요한 역할을 하고 있습니다.

초대규모 AI 'HyperCLOVA X'로 서비스 생태계 확장

네이버는 2021년 5월 국내 최초로 자체 개발한 최대규모 AI HyperCLOVA를, 2023년 8월 HyperCLOVA X로 업그레이드하여 일반 이용자부터 기업 고객 모두를 아우르는 다양한 응용 서비스를 공개하였습니다. HyperCLOVA X는 대화형 AI 검색 서비스 CLOVA X, 대화를 통한 생성형 AI 검색 서비스 Cue, 하이퍼스케일 AI 도구 CLOVA Studio를 포함한 여러 서비스를 선보이며 AI 기술의 새로운 기준을 제시하고 있습니다. 특히 CLOVA X의 외부 연동 기능인 '스킬'과 함께, HyperCLOVA X의 처리 속도를 높이고 비용 효율성을 개선한 모델 DASH를 출시해 사용성을 대폭 향상시켰습니다.

2025년 네이버는 최상급 언어 이해 및 고도화된 추론 역량을 갖춘 차세대 AI 추론모델 'HyperCLOVA X THINK'를 공개하며 고난도 문제 해결과 전문 영역 대응이 가능한 프리미엄 AI 모델 경쟁력을 한층 강화했습니다. 또한, 텍스트·이미지·오디오 등을 동시에 이해하는 옴니모달 HyperCLOVA X SEED 8B Omni 모델을 공개하며 AI 멀티모달 추론 역량을 크게 강화했고, 국내·글로벌 AI 생태계 확산과 산업 적용을 위한 전략적 AI 기술 고도화 성과를 거뒀습니다.

HyperCLOVA X로 업무의 효율성 강화

'클로바 노트'는 HyperCLOVA X 기반의 음성 기술을 활용해 음성을 텍스트로 변환하고, 실시간 자막 및 자동 요약 기능을 제공하는 서비스입니다. 회의나 강의 등 내용 작성을 효율적으로 돕고 있는 클로바 노트는 2024년 보안 기능을 대폭 강화한 기업용 서비스를 출시하는 등 서비스 품질 개선을 위한 업데이트를 꾸준히 실행한 결과, 630만 다운로드를 기록하며 시장에서 큰 호응을 얻었습니다. 'CLOVA Studio'는 HyperCLOVA X 기반의 비전문가도 손쉽게 AI 모델을 활용해 실제 서비스에 적용해 볼 수 있는 노코드 플랫폼입니다. CLOVA Studio 내 탑재된 스킬 트레이너(API, 서비스 간 연결 지원), 플레이그라운드(배경지식 없이 AI 모델을 생성), 튜닝(기업 보유 데이터셋 활용 특화 AI 언어 모델 구축 및 AI 서비스 개발) 등 주요 기능을 통해 기업들은 원하는 결과물을 빠르고 쉽게 만들 수 있어 생성형 AI의 새로운 가치를 창출했다는 평가를 받고 있습니다.

네이버웍스

편의성과 안정성을 확보한 B2B 협업 솔루션

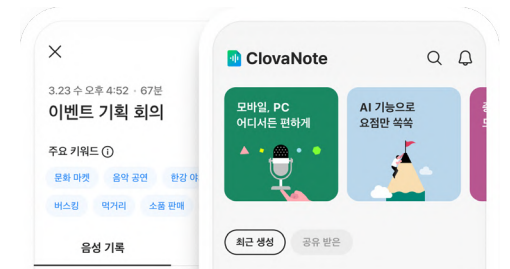
네이버웍스는 B2B 기업용 협업 솔루션으로, 모바일 환경에 최적화된 메신저를 중심으로 메일, 캘린더, 드라이브, 주소록, 파일 공유, 음성 통화 및 화상회의 등 다양한 기능을 통합 제공하는 협업 플랫폼입니다. 국내 의료, 교육, 유통 등 다양한 산업 분야의 기업들이 네이버웍스를 협업 도구로 채택해 업무 효율성을 높이고, 디지털 트랜스포메이션을 촉진하는 데 활용하고 있습니다. 기업의 규모와 특성에 따라 맞춤형 솔루션을 제공하는 네이버웍스는 편의성과 안정성은 물론, 생산성까지 더한 차별화 전략으로, 2025년 국내외 많은 이용자들의 선택을 받고 있습니다.

일본 디지털 전환 지원의 핵심 플랫폼

네이버웍스의 성장은 비단 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 가파른 성장세를 나타내고 있습니다. 2025년 네이버웍스를 도입한 글로벌 기업은 59만 개사, 이용자 수는 620만 명에 이릅니다. 그중 일본에서 금융, 증권, 보험 업계를 중심으로 높은 시장 점유율을 확보한 가운데, 건설, 간호, 교육, 제조 등 다양한 분야로 고객층을 확장하며 두각을 나타내고 있습니다. 네이버웍스의 이러한 성과는 일본 내 디지털 전환을 지원하는 핵심 플랫폼으로서 역할을 하고 있다는 점에서도 의미가 있습니다. 앞으로도 일본의 지방 거점 파트너사와의 협업을 통해 지역 확장을 꾀하며 시장 점유율을 지속적으로 높여가겠습니다.

AI 협업 플랫폼으로의 도약

AI 협업 플랫폼으로 고도화 중인 네이버웍스는 2025년 '네이버웍스 AI 스튜디오'를 출시하며 사내 데이터 기반의 맞춤형 AI 어시스턴트로 누구나 손쉽게 제작할 수 있는 환경을 구축했습니다. 메일·드라이브·클로바 노트 등 핵심 기능 전반에 AI를 적용해 업무 생산성을 실질적으로 향상시켰으며, 일본에서 8년 연속 유료 비즈니스 챗 시장 1위를 유지하고 대만 시장에도 진출하며 글로벌 59만 고객사, 620만 이용자를 확보하는 등 글로벌 AI 협업 플랫폼으로서의 성장세를 이어가고 있습니다.





네이버 웨일

디지털 라이프의 중심 ‘네이버 웨일’

네이버 웨일은 빠르고 직관적인 탐색, 강력한 보안, 모든 기기 간 완벽 동기화 등 기능을 제공하는 웹 서비스 통합 플랫폼입니다. 직관적인 이용자 인터페이스와 다양한 맞춤형 설계를 통해 이용자에게 편리하고 효율적인 웹 서핑 경험을 제공합니다. 또한 클라우드 기반 동기화 기능을 통해 데스크톱, 모바일, 태블릿 등 다양한 조건에서도 동일한 환경을 제공하고, 강력한 보안 기능으로 위조 사이트 및 악성 코드로부터 이용자를 보호합니다. 네이버 웨일은 이처럼 차별화된 기능으로 이용자에게 새로운 디지털 경험을 선사하며 디지털 라이프의 중심이 되는 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다.

오픈형 교육 플랫폼 ‘웨일 스페이스’

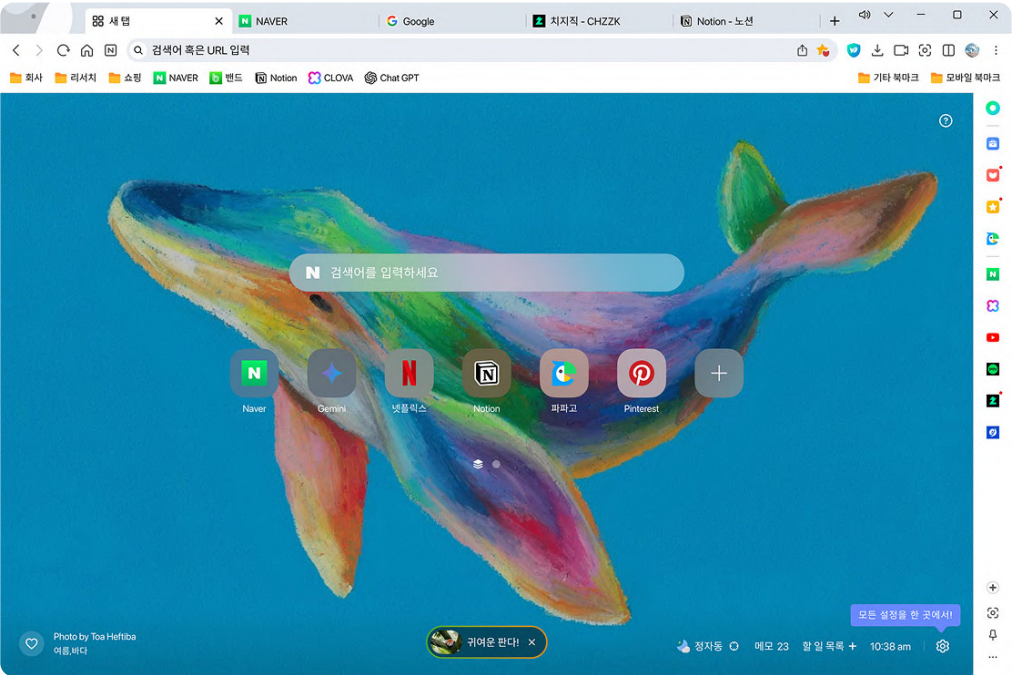
웨일 스페이스는 통합 계정을 통해 교육 서비스를 연결하고 학습 데이터를 수집할 수 있는 오픈형 플랫폼입니다. 이를 통해 관리자는 손쉽게 계정을 관리할 수 있으며, 학습 도구 설치 및 불필요한 앱 차단 등을 통해 학생들의 학습 환경을 효율적으로 조정할 수 있습니다. 2025년 기준, 웨일 스페이스는 전국 17개 교육청 및 1만 5천여 개 학교에서 도입되며, 국내 디지털 교육의 핵심 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다.

미래형 교육 디바이스 ‘웨일 북’

웨일 북은 온라인과 대면 수업을 결합한 블렌디드 러닝에 최적화된 디바이스입니다. 빠르고 안전한 웨일 OS를 기반으로 학교 수업에 필요한 다양한 도구와 서비스를 충실히 담고 있습니다. 이에 2025년 웨일 북은 국내 95,000대, 몽골 9,300대 보급되며, 해외에서도 디지털 교육을 지원하는 주요 디바이스로 주목받고 있습니다.

디지털 평가 전용 서비스 ‘웨일 UBT’

웨일 UBT는 공교육 현장의 목소리를 반영한 K-12 맞춤형 평가 서비스입니다. 수행평가 관리, 서·논술형 평가 지원, 고품질 문항 제공 등을 통해 공교육에서 요구되고 있는 과정중심평가를 진행할 수 있습니다. 서비스를 처음 출시한 2025년 웨일 UBT는 일부 시도교육청에 도입되어 누적 응시자 수 112,258명, 인당 평균 응시 횟수 3.4회를 기록하며, 안전하고 공정한 디지털 시험 환경을 구현하는 올인원 평가 서비스로 주목받고 있습니다.



Building Our Tomorrow

미래 역량 개발과 기술 혁신

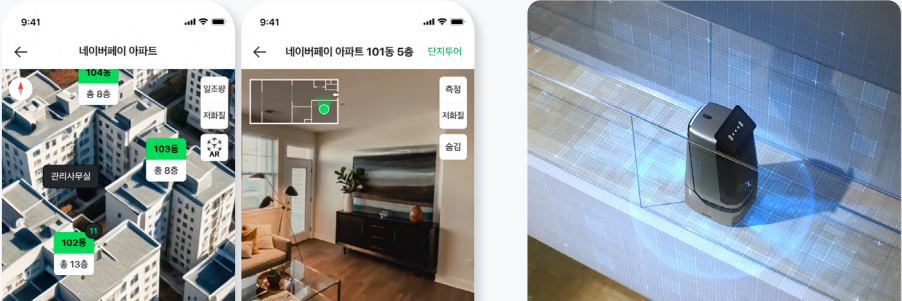
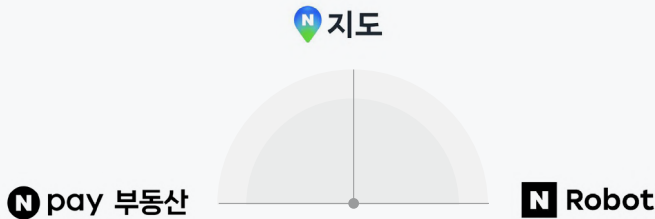
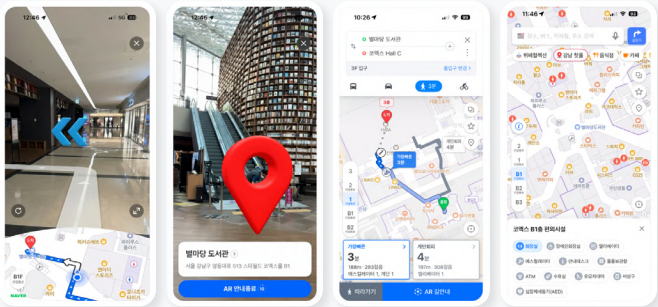


네이버의 미래 기술을 연구하는 네이버랩스는 공간지능, 로봇틱스, 디지털 트윈 등으로 사람과 공간이 자연스럽게 상호작용하는 미래를 설계하고 있습니다. 한국과 유럽의 연구진들이 세계 최고 수준의 기술력을 바탕으로 현실 세계를 디지털로 연결하고, 글로벌 스마트시티를 움직이는 핵심 인프라로 그 영역을 넓혀가고 있습니다.

세계 최고 수준의 공간지능 기술
네이버랩스는 공간지능(Spatial AI) 분야에서 세계 최고 수준의 연구 역량을 바탕으로 핵심 원천기술 확보와 글로벌 학술 성과를 통해 경쟁력을 강화하고 있습니다. 비전 기반 위치 인식, 디지털 트윈, AR, VR 등 공간지능 핵심 기술의 누적 특허 출원은 600건을 넘어섰으며, 특히 위치 인식 기술은 날씨, 시간, 조명 변화 등 다양한 환경에서 일관된 성능을 유지하도록 고도화하였습니다. 자체 매핑 장비를 통해 실내외 공간을 정밀하게 스캔하고 대규모 디지털 트윈으로 확장하는 체계를 구축했습니다.

네이버랩스 유럽은 로봇이 일상 공간을 정확히 이해할 수 있도록 비전 기반 파운데이션 모델 연구에 집중하고 있습니다. 이를 통해 로봇이 복잡한 환경에서도 안전하고 자연스럽게 행동할 수 있는 기반을 마련하고 있습니다. 그리고 제4회 ‘AI for Robotics’ 글로벌 워크숍을 성공적으로 개최해 26개국 150여 명의 연구자들과 공간지능 기반 로봇 AI의 최신 성과와 방향성을 공유하며 글로벌 연구 리더십을 강화했습니다. 실내 AR길안내, 스토어뷰3D 등을 비롯한 네이버의 다양한 서비스에도 공간지능 기술이 새롭게 적용되어 일상 속 디지털 서비스의 편의성과 신뢰도를 높이는 기반 기술로 자리잡고 있습니다.

공간지능 기술을 통한 사용자 경험 확대



글로벌 무대로 확장 중인 로봇 플랫폼

로봇을 단순한 개별 하드웨어가 아닌 통합 서비스 플랫폼으로 발전시키며 글로벌 확장을 본격적으로 대비하고 있습니다. 그 중심에는 클라우드 기반 로봇 플랫폼 '아크(ARC)'가 있으며, 다양한 형태의 서비스 로봇들을 하나의 시스템으로 연결해 통합 관리합니다. 네이버 제2사옥 '1784'에서의 실증 운영은 아크의 완성도를 높이는 기반이 되고 있으며, 이러한 성과는 중동과 일본 등 해외 시장으로의 확장 논의로 이어지고 있습니다.

실내 서비스 로봇 '루키2(Rookie 2)'는 다양한 국가와 운영 환경에 대응할 수 있도록 성능을 개선했으며, 로봇 자체의 지능을 강화해 복잡한 공간이나 네트워크 제약 상황에서도 안정적으로 주행하고 임무를 수행합니다. 실외 자율주행 로봇 '룽고(Lungo)'는 아크의 통합 관제 시스템과 네이버 지도 데이터 기반 AI 학습을 바탕으로, 복잡한 도심 환경에서도 안정적인 라스트마일 배송을 수행합니다.



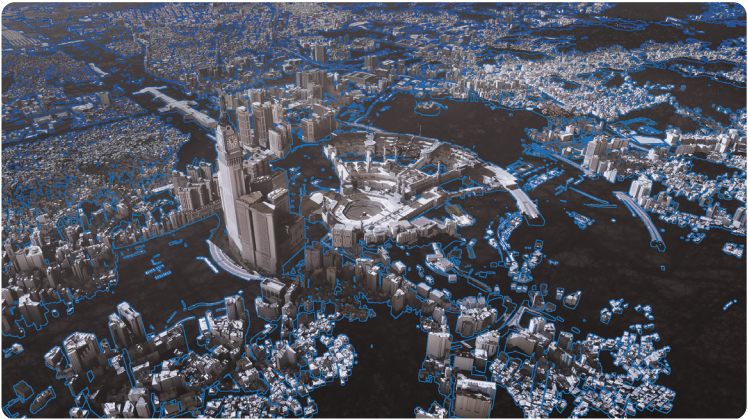
루키2(Rookie 2)



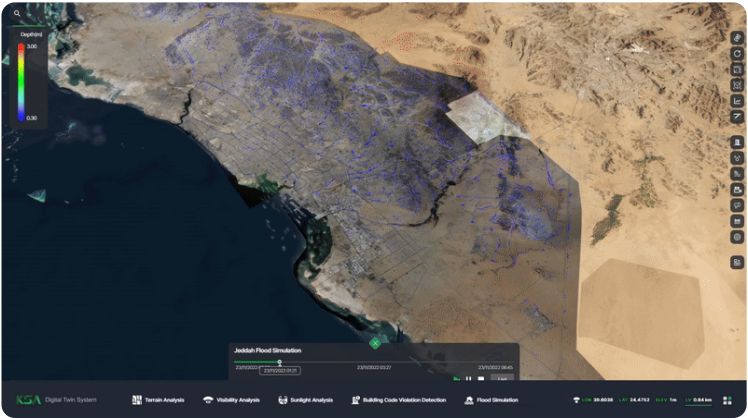
룽고(Lungo)

디지털 트윈을 통한 도시 인프라 개발

네이버는 디지털 트윈 기술을 통해 거대한 도시를 안전하고 효율적으로 관리하는 미래 인프라를 구축하고 있습니다. 사우디아라비아 3개 도시(메카-메디나-제다)를 대상으로 약 6,800㎢ 면적과 92만 동 이상의 건물을 아우르는 대규모 디지털 트윈 플랫폼을 성공적으로 구축하여, 도시 계획·홍수 시뮬레이션·건축 인허가 검증을 지원하는 기술력을 입증했습니다. 이러한 성과를 바탕으로 일본 나가이시, NTT 동일본, 한국수자원공사 등과 디지털 트윈 및 드론 기반의 차세대 방재 시스템을 구축하는 등 지속가능한 미래도시 구현을 위한 협력 범위를 넓혀가고 있습니다.



사우디아라비아 메카의 3D 디지털 트윈

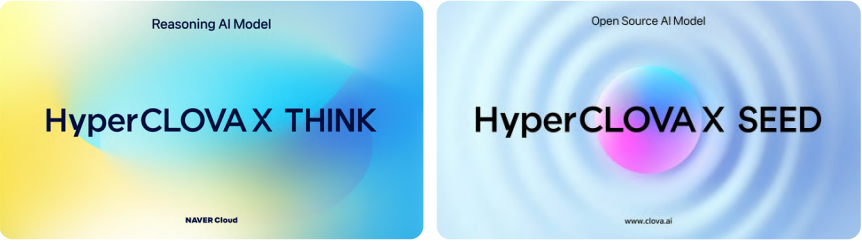


디지털 트윈 플랫폼 홍수 시뮬레이션

AI의 새로운 지평을 연 HyperCLOVA X

네이버는 텍스트, 이미지, 음성, 영상을 단일 백본에서 통합 이해하고 생성하는 ‘Any-to-Any’ 네이티브 옴니 파운데이션 모델로 HyperCLOVA X의 지능을 한 차원 더 진화시켰습니다. 단순한 복합 처리를 넘어 글로벌 수준의 추론 능력을 갖춘 ‘HyperCLOVA X SEED 32B Think’ 모델은 2026학년도 수능 전 영역 1등급을 달성하며 객관적인 문제 해결 역량을 입증했습니다. 또한, 항공, 유통, 통신 등 실제 산업 현장의 에이전트 활용 평가(Agentic Tool Usage) 전 5개 영역에서 1위를 기록하며 실질적인 업무 자동화와 기업의 생산성 혁신을 이끌고 있습니다.

‘HyperCLOVA X SEED 8B Omni’ 모델을 통해서는 텍스트와 시각, 청각 정보를 공통의 공유 표현 공간에서 네이티브하게 통합 처리하는 옴니 아키텍처 기초를 확립했습니다. 이를 통해 별도의 텍스트 변환 과정이 필요 없는 실시간 스트리밍 음성 생성을 구현했습니다. 나아가 최대 1시간 분량의 장시간 영상 맥락까지 구조적으로 이해하는 기반을 통합하여, 복잡한 앱 조작 없이 대화만으로 작동하는 제로 UI/UX 기반의 자율 농업 에이전트 등 범국민적 AI 접근성을 획기적으로 높이고 있습니다.



진정한 옴니 모델로 도약하는 과정에서 네이버는 ‘멀티모달 통합 안전성(Safety)’을 고도화의 핵심 기반으로 삼고 있습니다. 사용자 입력 카테고리를 ‘소재’와 ‘행위’ 두 가지 차원으로 세분화하여, 단순 거부가 아닌 상황에 맞게 유연하고 유익한 대안을 제시하는 응답 전략 프레임워크를 구축했습니다. 특히 텍스트뿐만 아니라 시각 정보가 결합된 멀티모달 환경에서도 철저한 안전성을 담보할 수 있도록 25만 세션 이상의 대규모 안전성 데이터를 선제적으로 구축했습니다. 이를 바탕으로 네이버는 혁신적이면서도 누구나 신뢰할 수 있는 소버린 AI 기반의 포용적 AI 생태계를 지속적으로 완성해 나갈 것입니다.



지속가능한 미래를 선도하는 데이터센터 ‘각 세종’

네이버 데이터센터 ‘각 세종’은 최첨단 기술과 친환경 설계가 결합된 네이버의 핵심 인프라입니다. ‘각’이라는 명칭은 고려시대 팔만대장경을 보관한 ‘장경각’에서 따온 것으로 기록을 위한 보존소란 뜻입니다. 이름에 걸맞게 각 세종은 축구장 41개 크기인 29만 4,000m² 부지 위에 지어져, 총 60만 유닛의 서버를 운영하며, 65엑사바이트에 달하는 데이터를 저장할 수 있습니다. 이는 2013년 준공된 각 춘천의 6.75배에 해당하는 국내 최대 규모입니다.

각 세종은 또한 미래 산업의 글로벌 허브가 되기 위해 혁신적 접근법을 적용하였습니다. AI·클라우드·로봇·자율주행 등 첨단 기술 역량을 ‘각 세종’에 결집시켰습니다. 네이버랩스가 자체 개발한 로봇 자동화 시스템이 구현되어 데이터센터 IT 창고의 핵심 자산인 서버를 관리하는 ‘세로’와 서버실과 창고를 오가며 고종량 자산을 운반하는 ‘가로’가 자산 흐름을 실시간으로 추적하고 하나의 시스템으로 통합 관리합니다. 더불어, 각 세종의 모든 로봇은 네이버클라우드 플랫폼에 구축된 ARC(AI-Robot-Cloud)와 ARM-System(Adaptive Robot Management-System)을 통해 공간 및 서비스 인프라와 실시간으로 연동되어 효율성을 극대화하고 있습니다.

데이터센터는 대규모 데이터를 안정적으로 처리하는 것과 동시에 에너지 효율을 높여 전력 사용을 최소화하는 것이 중요합니다. 이를 위해 각 세종은 자체 개발한 설비를 통해 24시간, 365일 자연 바람으로 서버실을 식히며 냉방 에너지를 절감하고 있습니다.

Building Our Tomorrow

미래 기술 투자 및 협력 생태계 구축



네이버는 기술 스타트업의 잠재력을 미래 혁신으로 전환할 수 있도록 지원하고, 다양한 사업과의 융합을 통해 미래 성장 동력을 창출하고 있습니다. 이는 네이버가 사회적 책임을 다하며, 지속가능한 성장을 이룰 수 있는 중요한 전략으로, 이를 위해 모두가 함께 성장할 수 있는 협력 생태계를 구축해 나가겠습니다.

기술 스타트업에 전략 투자하는 '네이버 D2SF'

네이버 D2SF는 네이버의 기술 스타트업 전략 투자 조직으로, 성장 잠재력 있는 기술 스타트업과 네이버가 협력하며 함께 성장할 수 있는 기회를 만들고 있습니다. 특히 AI, 공간 컴퓨팅, 로봇틱스, 모빌리티, 헬스케어, 콘텐츠 등 네이버와 시너지 낼 수 있는 분야의 초기 기술 스타트업에 집중 투자하고 있습니다. 2015년 론칭 이후 2025년 기준 약 1,800팀의 기술 스타트업과 네이버를 연결했으며, 구체적인 협업 아젠다 230여 건을 도출했습니다. 또한 누적 121팀의 기술 스타트업에 투자했고 그 중 3팀은 네이버가 직접 인수했습니다. 실리콘밸리에도 거점을 두고, 국내 스타트업의 글로벌 진출을 지원하는 한편 해외 투자를 확대해 네이버와 기술 스타트업 간 글로벌 시너지를 본격화하고 있습니다.

초기 기술 스타트업
집중 투자 분야

AI
SPATIAL COMPUTING
ROBOTICS
MOBILITY
HEALTHCARE
CONTENT

중동 디지털 혁신을 위한 합작법인 'NAVER Innovation' 설립

네이버클라우드와 사우디 주택부 산하 NHC(National Housing Company)와의 전략적 사업 협력을 추진하기 위해 2025년 4월 JV 설립 계약을 체결하였으며, 2025년 11월 'NAVER Innovation'이라는 사명으로 합작법인을 설립하였습니다. NAVER Innovation은 사우디 주택부와 성공적으로 추진한 주요 도시 대상 디지털트윈 1단계 사업을 기반으로, 이를 전국 모든 지자체를 대상으로 하는 전국 단위 디지털트윈 서비스로 확대할 계획입니다. 또한 현지 파트너 에코시스템을 구축하여 공공 분야를 넘어 엔터프라이즈 시장까지 사업 영역을 확장할 예정입니다. 아울러 소버린 지도(Sovereign Map)를 확보하고, 이를 기반으로 SME 및 B2C 고객을 대상으로 예약, 커머스, 페이, 광고 등

다양한 서비스를 제공하는 슈퍼앱(Super App) 사업을 사우디 및 중동 시장을 타겟으로 추진할 계획입니다. 더불어, 전 세계적으로 수요가 급증하고 있는 소버린 AI 기술 및 AI 데이터센터 확충 사업과 관련하여, 네이버가 보유한 소버린 AI Full-Stack 기술력과 서비스 운영 경험을 기반으로 사우디를 비롯한 중동 및 동남아 시장에서 의미 있는 사업을 적극 추진하고 있습니다.



NAVER IMPACT

TECH 작은 브랜드들의 브랜드 성장 솔루션

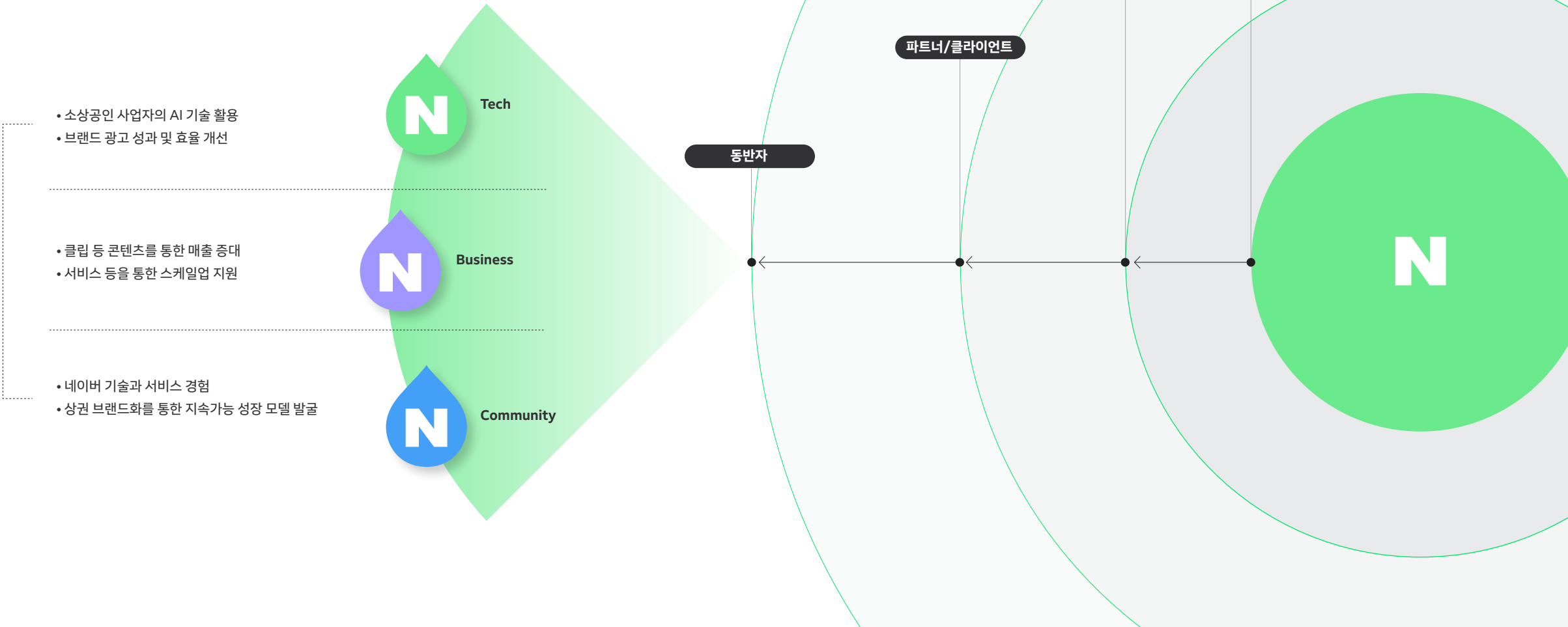
BUSINESS 창업가와 창작자의 성장 지원

COMMUNITY 로컬 브랜드의 발견 경험 제공

NAVER IMPACT

‘NAVER IMPACT’는 팀네이버의 기술과 서비스 등 다양한 역량을 연결해, 사업자와 창작자가 하나의 브랜드이자 파트너, 나아가 동반자로 성장할 수 있도록 돕는 성장 지원체계입니다. 네이버는 사업자와 창작자가 플랫폼을 기반으로 자발적으로 성장의 토대를 마련하고, 지속가능한 사업 기반을 마련할 수 있도록 지원하며, 네이버와 파트너가 ‘함께 진화하는 생태계’를 만들어가고자 합니다.

- TECH IMPACT: AI 등 기술 접근성 강화 및 기술 생태계 외연 확장에 기여합니다.
- BUSINESS IMPACT: 사업자·창작자의 지속가능한 비즈니스 환경을 조성합니다.
- COMMUNITY IMPACT: 지역사회와의 협력을 기반으로 커뮤니티가 직면한 문제 해결을 돕습니다.

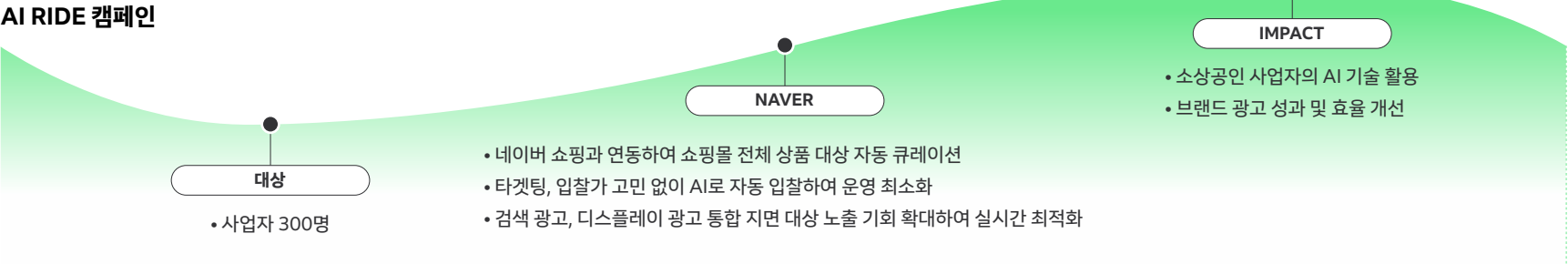


TECH 작은 브랜드들의 브랜드 성장 솔루션

(CASE) ADVoost 쇼핑 X AI RIDE 캠페인

네이버는 누구나 AI 기술을 활용해 새로운 기회를 만들고 경쟁력을 강화할 수 있도록 지원을 확대하고 있습니다.
누구나 참여 가능한 기술 교육 프로그램 운영, 회사가 보유한 전문 역량을 사회적 요구와 연결해 사용자들의 가능성을 확장하고 있습니다.
또한 소상공인과 브랜드가 AI 기반 비즈니스 도구를 활용해 성장할 수 있도록 다양한 기술 적용 사례를 만들고 있습니다.

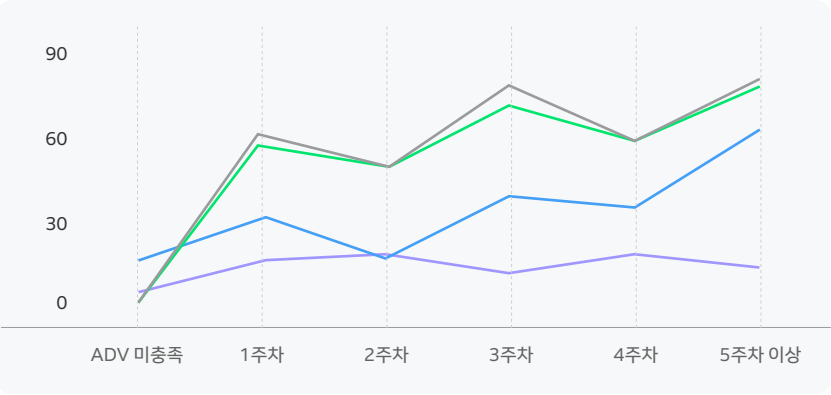
소상공인 판매자가 네이버의 AI 기반 쇼핑 광고 솔루션을 직접 체험하는 ‘ADVoost 쇼핑 × AI RIDE’ 캠페인에서는
광고 자동 입찰과 네이버 쇼핑 연동 등을 통해 광고 효율을 개선하며 실제 매출 성과로 이어졌습니다.



ADVoost 쇼핑효과 추이(주차별)

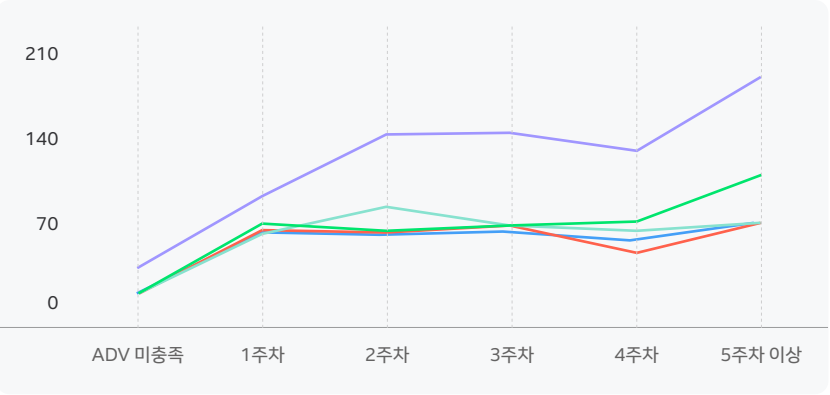
스토어매출 연관 지표 추이

— 신규 주문 건수 — 신규 구매자 수 — 방문 수 — 판매 제품군 수



광고 효율 및 만족도 지표 추이

— 구매 전환 수 — 리뷰 수 — 거래액 — 구매 건수 — 구매자 수



AI RIDE 캠페인 VOC

시작하기 쉬워요.

“기존에는 검색광고로 최적화하려면 3개월 넘게 걸렸어요.
근데 ADVoost 쇼핑은 시작 자체가 너무 편하더라고요.”

알아서 해줘요.

“세팅할 게 거의 없어 너무 편했어요. 이전에는 키워드 분석 30분, 세팅 20분
걸렸는데 ADVoost 쇼핑은 하루에 1-2분이면 끝나니 편해요.”

새로운 판매기회가 생겨요.

“기존에 안 팔리던 제품이 ADVoost 쇼핑을 통해 판매가 되기 시작했어요.”

광고상품의 설정 및 사용방법의 난이도 감소 (1~5점 척도)	기존 3.16	→	ADVoost 2.27
AI RIDE 캠페인 전후 네이버 광고 만족도 증가 (1~5점 척도)	기존 3.41	→	AI RIDE 3.69

BUSINESS

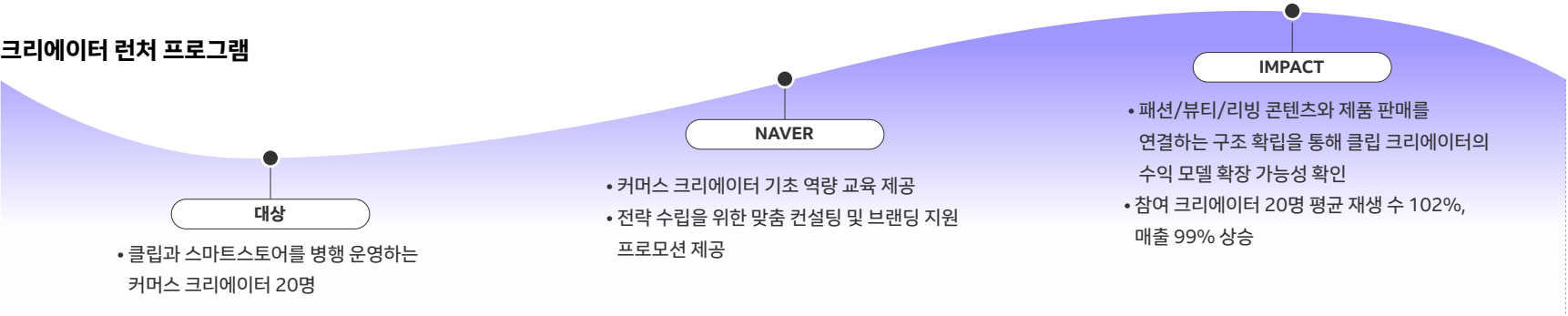
창업가와 창작자의 성장 지원

(CASE) 크리에이터 런처 프로그램

네이버는 창작자와 소상공인이 고유의 아이디어를 비즈니스로 연결해 지속 성장할 수 있는 견고한 생태계를 조성하고 있습니다.
데이터 기반의 비즈니스 솔루션을 통해 수익 모델 다변화를 돕고, 잠재력 있는 크리에이터가 안정적으로 활동할 수 있는 기술적·비즈니스적 기반을 지원하고 있습니다.

네이버는 ‘크리에이터 런처(Creator Launcher)’ 프로그램을 통해 초기 창작자들이 콘텐츠 기획부터 브랜딩, 수익화 모델 발굴까지 비즈니스 역량을 종합적으로 기를 수 있도록 맞춤형 교육과 네트워킹을 지원했으며, 이를 통해 참여 크리에이터들의 채널 구독자 수, 매출 성장 등 실질적인 비즈니스 성과를 창출했습니다.

크리에이터 런처 프로그램



사례 1. 숙이네 키친, 콘텐츠와 커머스 연결 강화

클립 크리에이터 ‘숙이네 키친’



클립 재생 수

+956%

매출

+881%

사례 2. 50만 크리에이터 치도, 사업가로 우뚝 서다

체형 커버 코드 크리에이터 ‘치도’



클립 재생 수

+757%

매출

+225%

크리에이터 런처 VOC

콘텐츠가 매출로 이어져요.

“클립 영상과 스마트스토어를 연계하면서 유입이 늘고 실제 판매로 이어지는 구조를 경험할 수 있었어요.”

사업 감각을 익혔어요.

“멘토링과 실습을 통해 브랜딩, 마케팅, 광고 운영까지 직접 실행해보며 사업자로 확장하는 기반을 만들 수 있었어요.”

전문가의 시선으로 전략이 명확해져요.

“전문가 컨설팅을 통해 콘텐츠 방향과 스토어 운영 전략을 객관적으로 점검하고 개선할 수 있었어요.”

혼자가 아니라 함께 성장해요.

“비슷한 고민을 가진 크리에이터들과 교류하며 협업 기회를 만들고, 지속적으로 성장할 수 있는 동력을 얻었어요.”

COMMUNITY

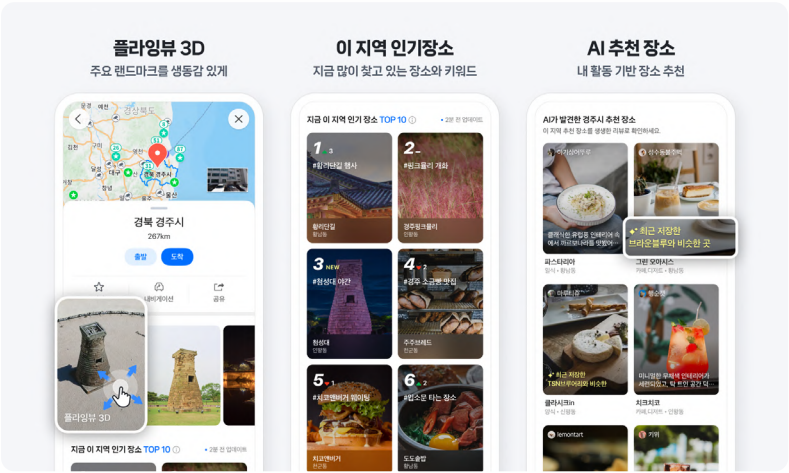
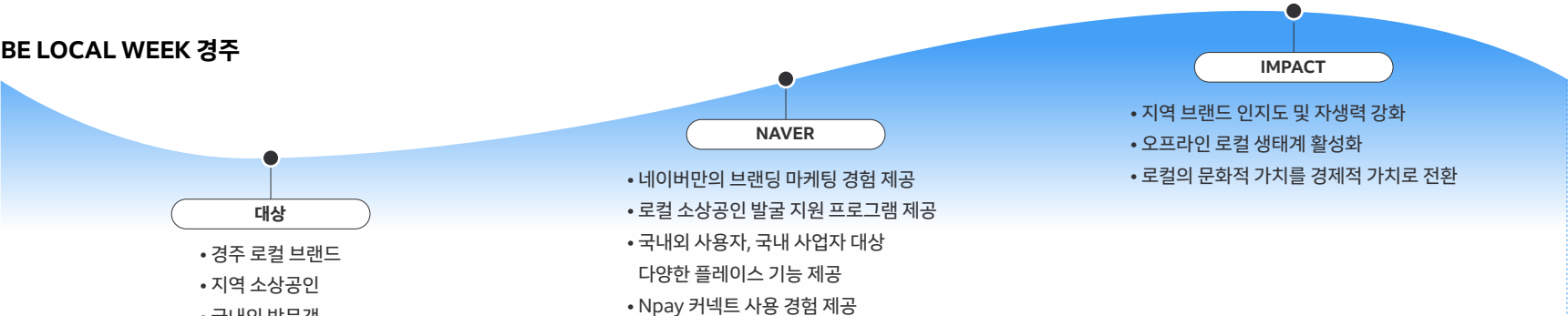
로컬 브랜드의 발견 경험 제공

(CASE) BE LOCAL WEEK 경주

BE LOCAL WEEK는 지역 고유의 오리지널리티를 가진 브랜드를 발굴하여 로컬 경제의 활성화를 돕는 브랜드 성장 지원 프로젝트입니다. 다양한 로컬 사업자와 창작자가 서로의 성공 방정식을 공유하며 함께 성장하는 비즈니스 생태계를 구축하고, 오프라인 기반 사업자가 온라인 판로를 개척해 더 많은 사용자와 연결되도록 지원합니다.

네이버는 2025년 로컬 캠페인 BE LOCAL WEEK를 경주에서 시작했습니다. APEC 2025 KOREA 기간 경주를 방문한 외국인 관광객을 대상으로 네이버지도 다국어 지원, 황리단길 로컬 상점 소개 프로모션, Npay 커넥트 기반 쿠폰·결제 연계 프로그램, 온라인 비즈니스 도구 활용을 위한 후속 컨설팅을 진행했으며, 이를 통해 경주 로컬 브랜드의 인지도 확산 및 생태계 활성화에 기여했습니다.

BE LOCAL WEEK 경주



BE LOCAL WEEK 경주 VOC

Q. <BE LOCAL WEEK> 캠페인과 네이버 지도의 저장 리스트가 경주 여행에 도움이 되었나요?

★

★

★

★

★

매우 그렇다 81%

152명 중 123명이 5점 답변(5점 만점 기준)

Q. 네이버지도 앱이 경주 또는 대한민국을 여행할 때 도움이 되었나요?

★

★

★

★

★

매우 그렇다 78%

150명 중 117명이 5점 답변(5점 만점 기준)

새로 알게 되었어요.

“늘 가던 황리단길인데 몰랐던 매장을 알게 되어 유용했어요.”
- BE LOCAL WEEK 방문객

찾아왔어요.

사전 홍보가 잘 되어 있어서 미리 알고 일부러 방문했어요.”
- BE LOCAL WEEK 방문객

매장 방문이 늘어났어요.

“네이버 플레이스 할인쿠폰을 활용해 매장의 위치적 한계를 극복하고, 신규 고객 유입과 오프라인 방문을 효과적으로 유도할 수 있었어요!”
- BE LOCAL WEEK 참가 사업자

ESG REPORT

ESG MANAGEMENT

ESG 추진 체계
GOAL & PROGRESS

ESG 추진 체계

ESG 의사결정 프로세스

네이버는 기업 전망에 영향을 미칠 것으로 예상되는 지속가능성 관련 위험 및 기회에 대한 중요한 정보를 공시하기 위해 매년 이중 중대성 평가를 실시하고 있습니다. 중대 토픽으로 선정된 토픽은 구체적인 위험 및 기회 요인을 도출하고, 이를 기반으로 ESG 전략 연계 및 경영진 ESG KPI를 수립합니다. 또한 전체 중대 토픽 선정 과정 및 결과에 대해 이사회에서 검토하고, 중대 토픽 기반의 ESG 전략과 연계된 경영진 ESG KPI를 승인 및 향후 이행현황에 대해 모니터링합니다.

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5
환경 분석 및 중대 토픽 풀 도출	중대 토픽 선정 (이중 중대성 평가)	위험 및 기회 평가	ESG 전략 및 ESG KPI 수립	의사결정 반영 및 공시
• 전년도 중대 토픽 검토 • 벤치마킹 및 ESG 공시 기준 분석 - 투자자 관심 및 시장 트렌드 반영 - 글로벌 공시 기준 검토 - 동종업계 동향 분석 • 내부 운영 현황 및 이슈 분석	• 환경·사회적 영향 검토 - 미디어 리서치, 국내외 공시표준, 동종기업 벤치마킹 등 • 재무적 영향 검토 - 투자자 관심사항, 대외 평가 지표, ESG 관련 법규, 사업 전략 등 • 이해관계자 의견 및 데이터 기반 평가	• 토픽별 발생 가능한 위험 및 기회 요인 도출 • 상세 영향분석 - 이해관계자 대상 인터뷰를 통한 위험 및 기회 요인의 영향 평가 - 발생 시점(단기/중기/장기) 고려	• ESG 전략 수립 및 추진 과제 도출 - 중대 토픽을 반영한 ESG 전략 수립 및 세부 추진 과제 도출 - 중대 위험 및 기회 대응 방안 수립 • 경영진 및 조직별 ESG KPI 수립 - 책임 있는 혁신/중대 토픽 분야의 경영진 ESG KPI 수립 - 조직별 정량·정성 KPI 도출 및 목표 설정	• 이사회 및 ESG위원회 보고 - 최소 연 1회 정기 보고 실시 - 중대 토픽, 중대 위험·기회 보고 및 의사결정 반영 • 통합보고서 공시 - 연 1회 통합보고서를 통하여 ESG 주요 정보 및 성과 공개 • 이해관계자 커뮤니케이션
19개 중대 토픽 풀 도출	4개 중대 토픽 선정	중대 위험 및 기회 요인 도출	ESG 전략 및 ESG KPI 수립	이사회 보고 및 통합보고서 공시

ESG 추진 체계

이중 중대성 평가

네이버는 매년 ESG 공시 동향 및 각 토픽별 동향에 근거해 이중 중대성 평가 방법론을 고도화하고 있습니다. 2025년에는 AI 기술 고도화 및 영향력 확대에 따라 ‘AI를 통한 임팩트 창출’ 토픽이 신규로 추가되어, 총 19개 주제에 대해 이중 중대성 평가를 실시하였습니다.

그 결과, ‘개인정보보호’, ‘정보보안’, ‘온실가스 및 에너지 관리’, ‘인적 자본 관리’가 주요 중대 토픽으로 선정되었습니다. 전년도와 동일하게 유지되었으며, 일부 토픽 간 상대적 중요도 변화에 따라 순위 변동이 있었습니다.

이 중 ‘인적 자본 관리’ 토픽은 인재 확보, 역량 개발, 평가·보상, 노사관계, 복리후생, 다양성, 임직원 대상 인권경영 등 다양한 영역을 포함하고 있습니다. 다만 그 범위가 포괄적이고 글로벌 공시 규정에서 요구하는 항목이 상이한 점을 고려하여, FY2025 통합보고서에서는 내용을 구분하여 구성하였습니다. 인재 확보, 성장, 보상 등의 주요 내용은 위험 및 기회 관리를 중심으로 ‘ESG Priorities’ 파트에서, 그외 인적 자본 관리 관련 내용은 ‘ESG Fundamentals’ 파트에서 주제별로 상세히 기술하였습니다.

더불어 ‘수자원 관리 및 생물다양성’, ‘폐기물 관리’ 2개의 토픽은 네이버의 정책, 관리체계 등을 고려하여 ‘ESG Fundamentals’ 파트 내 ‘환경영향관리’에 통합 기술하였습니다.

중대 토픽 선정 결과

순위	토픽	환경·사회적 영향	재무적 영향	이중 중대성 영향	보고 페이지
1	개인정보보호	■■■	■■■	■■■	56-67
2	정보보안	■■■	■■■	■■■	68-82
3	온실가스 및 에너지 관리	■■■	■■■	■■■	83-95
4	인적 자본 관리	■■■	■■■	■■■	96-112
5	이용자 보호 및 만족	■■■	■■□	■■□	115-123
6	주주 가치	■□□	■■■	■■□	200, 203, 206
7	공정거래 및 규범준수	■■□	■■□	■■□	212-214
8	AI 윤리 및 안전	■■□	■□□	■■□	124-129
9	이사회 운영	■□□	■■□	■■□	6, 200-206
10	서비스 안정성	■■□	■□□	■■□	139-145
11	AI를 통한 임팩트 창출	■■□	■□□	■■□	44, 135-138, 169-172, 174, 175, 178, 179
12	공급망 관리	■□□	■■□	■■□	161-167
13	지역사회 및 사회공헌	■□□	■■□	■□□	168-182
14	디지털 포용성	■■□	■□□	■□□	130-138
15	환경친화적 플랫폼	■□□	■■□	■□□	195-198
16	안전보건	■□□	■■□	■□□	153-155
17	수자원 관리 및 생물다양성	■□□	■■□	■□□	186-194
18	부패방지	■□□	■■□	■□□	207-211
19	폐기물 관리	■□□	■□□	■□□	185, 194

ESG 추진 체계

위험 및 기회 평가

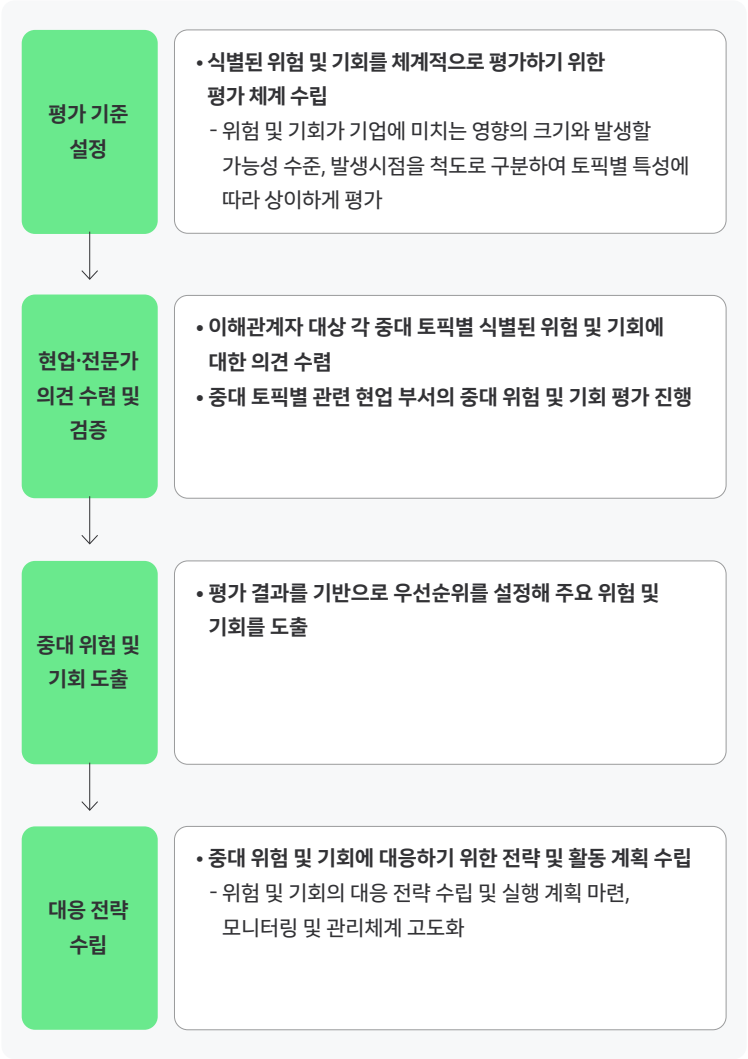
투자자를 포함한 이해관계자의 의사결정에 유용한 지속가능성 관련 위험 및 기회 정보를 제공하기 위해, 한국회계기준원의 KSSB 공시기준서 제1호의 일반 요구사항을 참조하여 위험 및 기회 평가를 수행했습니다. 특히 미래지향적 관점과 가치사슬 전반을 반영하고, 단·중·장기적 시간 범위를 고려하여 기업가치에 영향을 미칠 수 있는 위험 및 기회를 식별했습니다. 이후, 관련 공시 기준을 우선적으로 참고하여 도출된 위험 및 기회에 대해 정량적·정성적 요소와 향후 발생 가능한 사건을 종합적으로 고려하여 평가를 수행했습니다. 이러한 과정을 통해 우선적으로 관리가 필요한 주요 위험 및 기회를 도출하였으며, 각 이슈에 대한 대응 전략과 관리 활동을 수립하여 체계적으로 관리하고 있습니다. 향후에는 평가 기준의 정교화와 데이터 기반 관리 체계 강화를 통해 위험 및 기회 평가의 신뢰성과 활용도를 지속적으로 고도화해 나갈 계획입니다.

위험 및 기회 평가 프로세스



각 가치사슬 단계에서 발생할 수 있는 위험 및 기회 도출

각 가치사슬 단계별로 기업의 매출, 현금흐름, 자금조달, 자본비용 등 재무적 요소에 단·중·장기적으로 영향을 미칠 수 있는 위험 및 기회를 식별

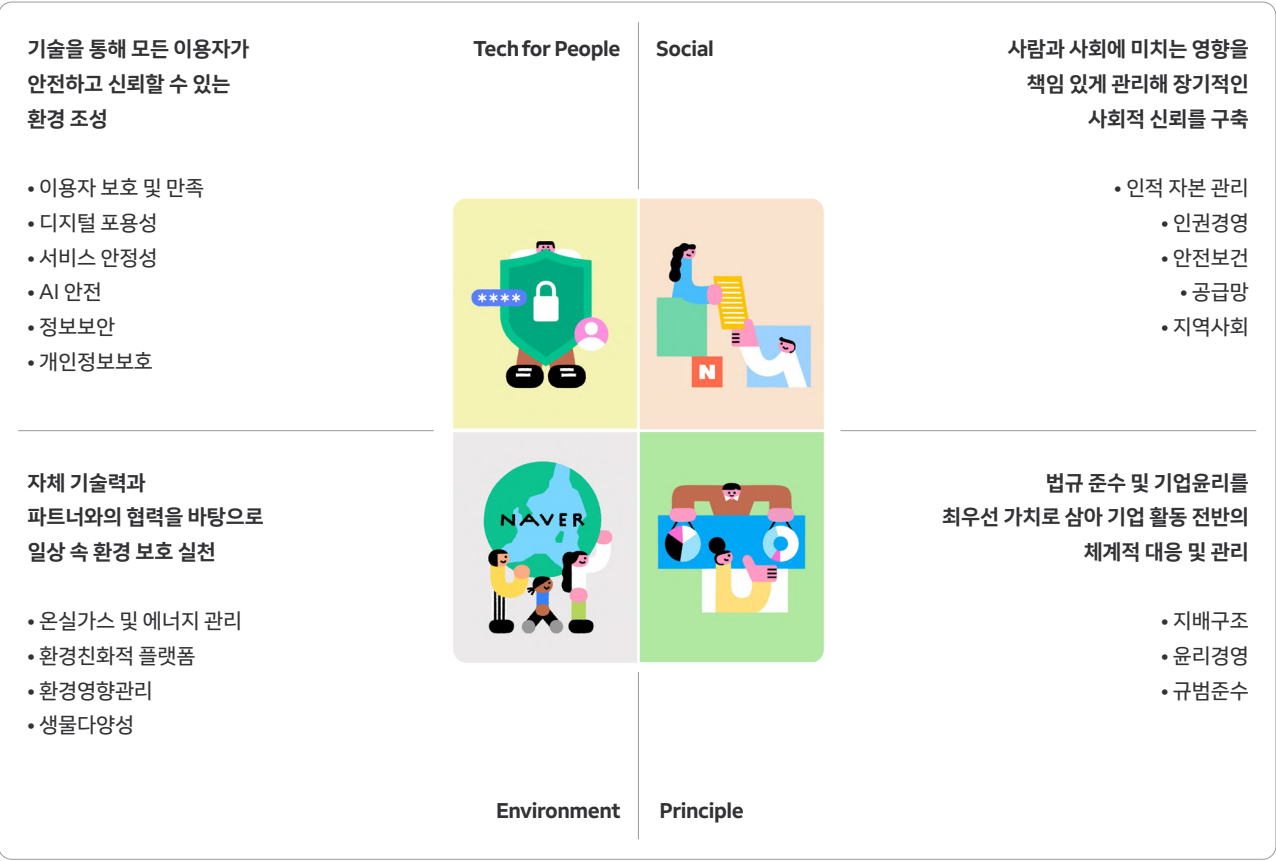


ESG 추진 체계

ESG 전략

네이버는 Tech for People, Social, Environment, Principle 4대 전략을 기반으로 매년 부서별 추진과제를 설정하고 주기적으로 이행 사항을 검토하고 있습니다.

네이버 ESG 전략



최고경영진 ESG KPI

네이버는 ESG 경영 강화를 위해 기업 성장에 영향을 미치는 지속가능성 관련 요소를 경영진의 단기 및 중장기 목표로 설정해 관리하고 있으며, 2025년에 설정한 ESG 영역별 세부 목표를 모두 달성하였습니다. 2026년에는 AI 안전에 선제적으로 대응하고 AI 활용을 통한 임팩트 창출을 적극 지원해 사업 활동의 책임 있는 혁신을 달성하기 위한 목표와 ESG 리스크를 관리하기 위한 개인정보보호, 정보보안, 인적 자본 관리, 기후변화 대응 관리 관점의 목표를 수립하였습니다. 네이버 이사회 내 ESG위원회는 최고경영진 ESG KPI를 최종 승인하며, 이행 수준을 주기적으로 감독하고 있습니다.

2026년 최고경영진 ESG KPI

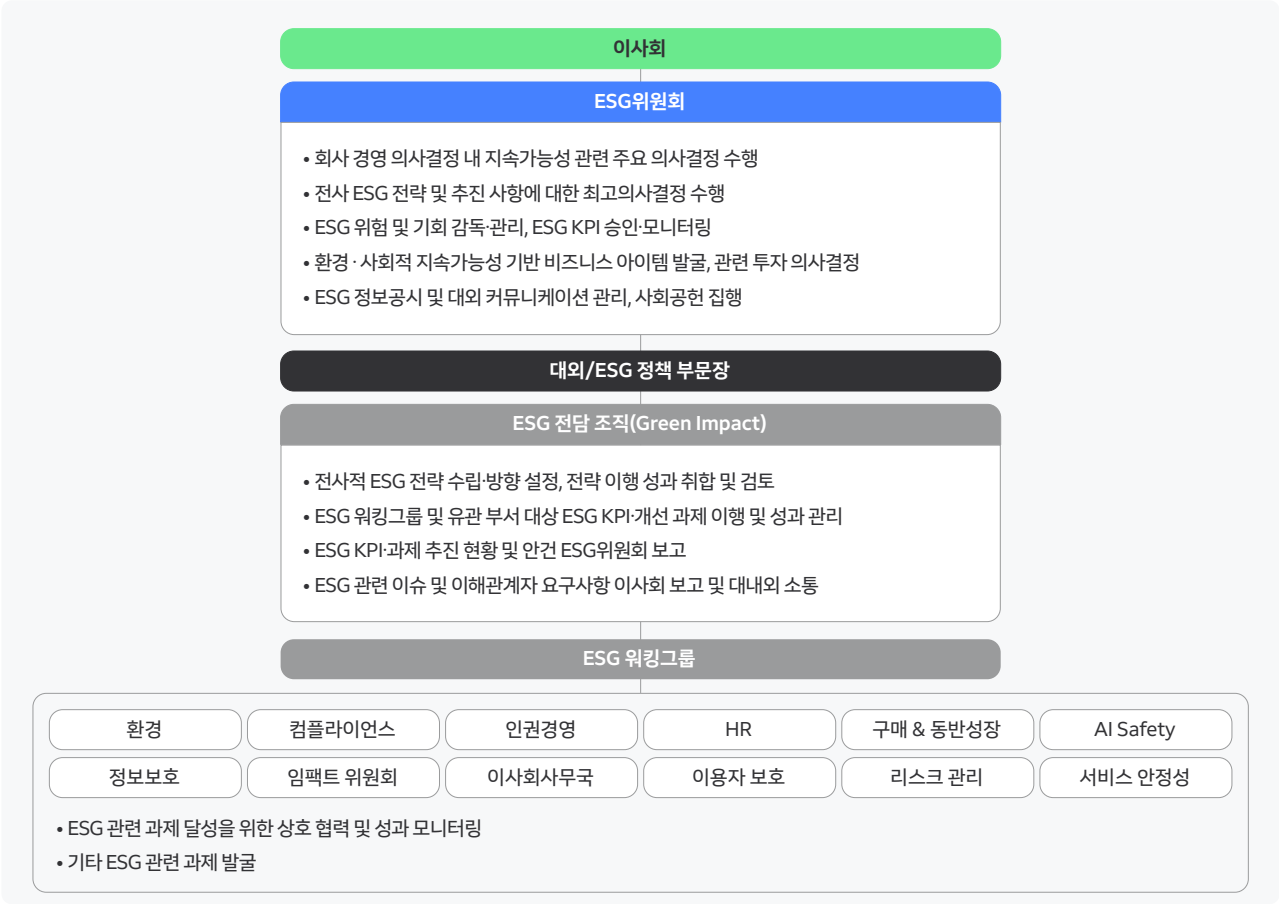
ESG KPI			KPI 유형
책임 있는 혁신	AI 안전	AI 서비스 투명성 관리 및 가이드라인 구축 기반 Compliance 신뢰성 제고	정성
		전사 AI 서비스 안전성 확보	정성
	임팩트	네이버 임팩트 펀드 영역별 활동 진행 기반 1,500억 원 이상 집행	정량/정성
중대 토픽	개인정보보호	AI 학습데이터의 개인정보보호 강화를 위한 선도적인 관리체계 확립	정성
	정보보안	정보유출 및 침해사고 사전예방을 위한 보안 체계 강화	정량/정성
	인적 자본 관리	새로운 성장체계 수립 및 운영을 통한 지속가능한 임직원 성장 기반 확립	정량/정성
	기후변화 대응	데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련	정량/정성

ESG 추진 체계

ESG 경영 의사결정 체계

네이버는 이사회 내 ESG위원회 및 전담 조직과 워킹그룹으로 구성된 효과적인 ESG 경영 의사결정 체계를 구성하였습니다.

조직도



ESG위원회 보고

네이버 이사회 내 ESG위원회는 전사 ESG 위험과 기회를 감독·관리하는 최고 협의체입니다. 2020년 10월 ESG위원회가 설치된 이후 다양한 경영환경에서 발생하는 환경, 사회, 지배구조 영역의 위험과 기회를 관리하며 ESG 관련 안건의 최종승인을 담당하고 있습니다. 2025년 ESG위원회는 총 5회 개최되었습니다.

2025년 ESG위원회 개최 현황

개최일자	내용	구분	참석률
2025.04.01.	2025년 경영진 및 전사 ESG KPI	가결	100%
	2025년 ESG 공시 방향	보고	100%
	임팩트 위원회 운영 계획	보고	100%
	영남권 산불 피해복구 성금 출연 사후 보고	보고	100%
2025.06.11.	2025년 ESG 보고서 발간	가결	100%
	2024년 네이버 연결법인 온실가스 배출 및 감축 현황	보고	100%
2025.08.05.	남부지역 집중호우 수해 복구를 위한 성금 출연 사후 보고	보고	100%
2025.10.01.	친환경 경영 고도화 진행현황	보고	100%
2025.12.18.	2025년 ESG KPI 달성 현황 및 성과 보고	보고	100%
	FY25 ESG 중대 토픽 위험 및 기회 검토	가결	100%
	2025년 동반성장 상생 성과 보고	보고	100%
	네이버 소비자 사회경제적 가치 측정 사후 보고	보고	100%

GOAL & PROGRESS

● 달성 완료 ○ 진행 중 ● 진행 예정

Tech for People

개인정보처리 전 생애주기 추적 및 관리 체계(PrivacyOps) 구축

○

●

●

2026

2027

2030

PrivacyOps
구축 착수 & 매뉴얼화

매뉴얼 기반 시스템
Framework 구축

추적 자동화
시스템 구현

Social

2025~2030년 임팩트 펀드 누적 1조 원 집행

2025

2026

2030

14%

누적 1조 원

Environment

2030년까지 전사 에너지 사용량 기준 재생에너지 60% 달성(RE60)

2022

2025

2030

5.5%

RE60

Principle

3개년 주주환원 정책 이행(FY25~27)

●

○

●

2025

2026

2027

배당액
3,936억 원

2개년 평균 연결 FCF의 약 25~35%
배당 예정

Tech for People

전사 보안 운영 고도화 및 자동화

●

○

●

●

2025

2026

2027

2030

보안
탐지·차단
체계 개선

보안 솔루션
고도화 및
공급망 확장

DevSecOps
통합&모니터링
체계 강화

보안 대응
자동화
(SOAR 적용)

Social

인권-컴플라이언스 통합 리스크 관리체계 구축

●

●

○

●

●

2024

2025

2026

2027

2030

임직원
잠재 인권
리스크 관리

서비스 인권
리스크
관리(1)

서비스 인권
리스크
관리(2)

공급망
인권 리스크
관리

인권 리스크
통합 관리
체계 구축

Environment

2030년까지 업무차량의 100% 전기차 전환(EV100)

2022

2025

2030

18%

100%

Principle

반부패 경영시스템 고도화

●

○

●

2025

2026

2027

사후 인증
취득

개정 규격
전환

재인증
취득

Tech for People

유해 댓글 차단 비율 확대

●

○

●

●

2025

2026

2027

2030

88%

90%

90% 이상
유지

유해 콘텐츠까지
차단범위 확대

Social

직책 리더 여성 비중 국내 평균¹⁾ +10%p 이상 상회

●

●

2022

2023

2024

(2023 목표 수립)
10%p 미만
상회

(2024 발표)
달성

(2025 발표)
달성

1) 고용노동부 발표 국내 여성관리자 비율

Environment

사업장 물 리스크 분석 및 영향 평가 확대

●

○

●

2025

2027

2030

물 리스크
정밀 분석

포트폴리오
영향 분석

재무영향·
기회비용 산출

Principle

규범준수 경영시스템 고도화

●

○

●

2025

2026

2027

인증 유지

재인증 취득

CMS 내제화

ESG PRIORITIES

TOPIC 1. 개인정보보호

TOPIC 2. 정보보안

TOPIC 3. 온실가스 및 에너지 관리

TOPIC 4. 인적 자본 관리

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

의사결정기구의 관리·감독

의사결정기구

이사회 내 리스크관리위원회

- 정보보호에 대한 핵심 리스크 사안을 보고받아 검토하고 주요 개인정보보호 리스크에 대한 의사결정에 참여, 최상위 거버넌스 기구로서의 감독 수행
- 2021년 제정된 '리스크관리위원회 운영규정'에 리스크관리위원회의 개인정보보호 관련 위험 및 기회 감독 책임 명시

보고 방법 및 빈도

- 이사회 내 리스크관리위원회는 CPO(개인정보보호책임자)로부터 최소 반기 1회 정기 보고 및 수시 보고를 받음
- 최고경영진은 개인정보보호 업무 현황이 담긴 네이버 정보보호 활동 리포트를 매월 말일에 보고받음

보고 대상	보고 내용	보고 빈도
이사회 내 리스크관리위원회	- 전사 리스크관리 내 개인정보보호를 포함, 개인정보보호 핵심 업무 수행 결과를 정기적으로 보고 - 개인정보보호 위험 및 기회 검토	반기 1회
최고경영진	개인정보보호 업무 현황이 담긴 네이버 정보보호 활동 리포트를 매월 말일에 보고	월 1회

주요 의사결정 시 위험 및 기회를 고려하는 방식

- 이사회는 개인정보보호에 대한 핵심 리스크 사안을 보고받아 검토하고, 주요 의사결정 시 개인정보보호에 영향을 미칠 수 있는 사항을 고려
- CPO를 중심으로 한 관리 체계를 통해 서비스 기획 초기부터 '개인정보 안심설계(Privacy by Design)' 원칙을 적용하여 개인정보 처리 목적, 범위 및 방식의 적정성을 사전에 검토하고, 프라이버시 리스크를 구조적으로 예방
- AI의 영향력이 확대되는 환경에서 개인정보보호와 이용자 권리를 주요 고려 요소로 반영하여 의사결정을 수행
- 생성형 AI의 기획, 개발, 배포, 운영 등 전 생애주기에 걸쳐 개인정보 처리에 대한 적법성과 안전성을 확보할 수 있도록 고위험 개인정보 처리 활동에 대해 철저한 감독하에 사전 검토를 거쳐 추진 여부를 판단

다른 지속가능성 위험 및 기회와의 상충 고려

- 데이터 활용 확대는 서비스 경쟁력 및 매출 증대 기회로 이어질 수 있으나, 개인정보 최소 수집 및 목적 제한 원칙과 상충할 가능성이 있어 서비스 기획 단계에서 활용 범위의 적정성을 사전 검토
- 개인정보보호 기준 강화는 단기적으로 비용 증가 및 출시 지연 요인이 될 수 있으나, 규제 리스크 감소 및 중장기적 비용 절감 효과를 함께 고려하여 의사결정을 수행
- 생성형 AI 등 신기술 도입 시 매출 확대 기회와 개인정보 관련 신규 리스크가 동시에 발생할 수 있어, 고위험 기능에 대해서는 보호조치 강화를 전제로 단계적으로 추진

목표 설정 및 진척도에 대한 관리 감독

- 매년 개인정보 및 프라이버시 관련 위험 예방 및 기회를 위한 목표를 수립, 이를 이사회에 보고
- 수립된 목표는 이사회 내 ESG위원회가 경영진 ESG KPI로 승인하며, 성과 및 목표 달성 현황을 모니터링
- 모니터링된 ESG KPI 달성성과는 이사회 내 보상위원회의 검토를 거쳐 경영진 보수 중 성과 인센티브(상여)에 반영

경영진 보상(상여) 연계 성과 지표

목표	세부 지표
AI 학습 데이터의 개인정보보호 강화를 위한 선도적인 관리 체계 확립	AI 학습 데이터 수집 및 유통 적법성 확보
	AI 학습 데이터 비식별조치 가이드 마련 및 공개

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

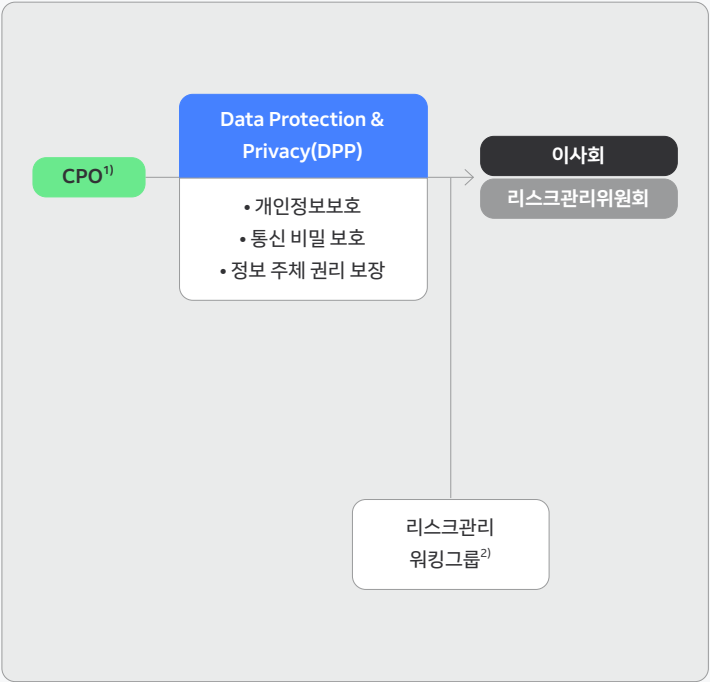
개인정보보호

경영진의 역할

역할 위임 및 감독 방법

- 네이버는 개인정보보호 관련 위험과 기회에 대한 관리 역할을 CPO에게 위임하며, 개인정보보호위원회는 외부자문기구로서 CPO에게 전문적 자문과 권고를 제공함
- 이를 통해 개인정보보호 관련 의사결정이 경영진, 위원회, 이사회로 이어지는 체계 내에서 일관되게 관리·감독될 수 있도록 함
- 경영진을 비롯한 전체 부서장은 최소 연 2회 개인정보보호 교육 필수 수강

개인정보보호 조직도



1) Chief Privacy Officer
2) 주요 임원 및 실무 부서장으로 구성

CPO(개인정보보호책임자)

- 네이버의 개인정보 처리 및 보호에 관한 업무 총괄 책임, 최고경영진 직속으로 개인정보보호 리스크를 전사적으로 관리
- 개인정보보호 관련 핵심 사안에 대한 과제 및 이행 현황을 관리하며, 그에 따른 수행 결과를 리스크관리 워킹그룹을 통해 수시로 이사회에 보고
- 개인정보보호 주관부서의 임원으로서 법적 자격요건을 충족하며, 업무 경력, 보유 기술 및 자격증, 전공 등을 종합하여 개인정보보호 분야의 전문성을 가진 자를 선임

역할 및 책임	• 회사 및 계열사를 포함한 개인정보보호 업무 총괄 • 보안 사고 발생 시 사고 처리 및 대응 방안 제시 • 계열사 포함 타 부서와 긴밀한 업무 협조 체계 구축 • 개인정보보호 관련 의사 결정을 위한 타 위원회 참여 및 의견 조정
개인정보보호 관련 이력	• 개인정보보호위원회 개인정보 분야 연구 개발 사업 심의위원회 위원 • 개인정보보호위원회 개인정보 기술 포럼 위원 • 한국인터넷진흥원 개인정보정책자문단 자문위원 • 개인정보보호 활용 통계 조사 자문위원 • 개인정보보호위원회 정책 및 연구위원

통제 및 절차

- 네이버 주요 임원 및 실무 부서장으로 이루어진 리스크관리 워킹그룹을 격월 1회 운영하여 개인정보보호 리스크 보고, 검토 및 논의

보고 대상	리스크관리 워킹그룹(주요 임원 및 실무 부서장)
보고 내용	개인정보보호 리스크 보고 및 검토, 논의
2025년 개인정보보호 주요 보고 안건 - 인공지능 서비스 DPP 테마 점검 결과 공유	
보고 빈도	격월 1회

- 네이버 CPO와 국내 정보보호 분야 전문가들로 구성된 ‘네이버 개인정보보호 위원회’를 분기마다 개최해 전문적인 연구 활동과 외부 자문 진행

네이버 개인정보보호위원회 역할 및 기능

역할	• 네이버 서비스에 직·간접적으로 영향을 미칠 수 있는 국내외 개인정보 및 프라이버시 보호 법제 동향과 기술 등에 대해 연구하고 개인정보보호 정책 방향성 제시 • 이용자의 시각에서 개인정보 및 프라이버시 보호 관련 개선 사항이 서비스에 반영될 수 있도록 중재적 역할 수행
기능	• 전문 연구: 이용자 프라이버시 보호에 관한 전문적인 연구 활동, 네이버 프라이버시 백서 발간(NAVER Privacy Whitepaper) 등 • 정책 자문: 프라이버시 보호 관점에서의 정책과 방향에 대한 상위 전문 자문 • 서비스 검증 개선: 네이버 서비스의 프라이버시 안전성 검증 및 개선, 이용자 VOC 채널 역할

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

위험 및 기회

- 네이버는 개인정보 적법처리 대응 강화, AI 서비스 개인정보 점검 강화 등 지속적인 개인정보보호 관리 및 안정적인 통제 활동을 통해 개인정보 관련 위험의 발생 가능성을 낮은 수준으로 관리
- 개인정보보호는 이용자 신뢰 확보와 직결되는 핵심 요소로서 서비스 경쟁력 강화 및 이용자 기반 확대와 신규 서비스 및 비즈니스 기회 창출로 이어지는 중요한 기회 요인으로 인식
- 이에 따라 임직원, 파트너, 수탁자, 이용자 등 다양한 이해관계자 대상 개인정보보호 역량 강화를 적극 이행하는 한편, 가명정보 처리 활용 확대, 컴플라이언스 점검 강화 등을 추진

위험 및 기회 요인		잠재적 재무 영향	가치사슬 ¹⁾	기간 ²⁾			관리 방안
				단기	중기	장기	
위험	개인정보보호 규제 강화 및 관리체계 취약	규제 위반 시 과징금·손해배상 비용 발생 및 운영 비용 증가	Own Operation	○	○		• 프라이버시 컴플라이언스 점검 체계 • 개인정보 적법처리 대응 강화 • 수탁자 대상 개인정보 관리·감독 강화
	AI 모델 및 서비스 개인정보 취약점 노출	취약점 대응을 위한 추가 개발·보완 비용 증가 및 시장 경쟁력 약화	Upstream, Own Operation	○	○		• AI 모델 및 서비스 개인정보 점검 강화
	취약계층 및 이용자 개인정보 보호 관리 미흡	브랜드 신뢰 저하로 이용자 이탈 및 중장기 수익 창출 기반 약화	Own Operation, Downstream		○	○	• 개인정보 자기결정권 보장 강화 • 아동·청소년 개인정보보호 인식 제고
기회	개인정보 관리체계 고도화 및 내재화	운영 관리 비용 효율화 및 데이터·역량 강화를 기반으로 한 선도적 경쟁 우위 확보로 매출 증가	Own Operation	○	○	○	• 개인정보보호 대외 인증 및 수상 성과 • 임직원 개인정보보호 역량 강화 • 가명정보 처리 및 활용 체계
	파트너·스타트업 대상 개인정보보호 역량 강화	공동 사업화 및 해외 연계 확대를 통한 신규 매출 창출 기회 증가	Own Operation		○	○	• 파트너 개인정보보호 역량 강화 • 스타트업 글로벌 규제 대응 지원
	이용자 프라이버시 강화 및 인식 제고	이용자 신뢰도 상승 및 서비스 충성도 제고로 장기적 수익 창출	Own Operation, Downstream		○	○	• 프라이버시 강화 보상 제도(PER) • 이용자 인식 제고를 위한 소통 강화

1) 영향이 발생하는 가치사슬 단계
2) 단기: 1년 미만, 중기: 1~5년, 장기: 5년 이상 영향을 받거나 대응이 필요한 기간

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

정책

- 매년 최소 1회 이상 개인정보보호 정책, 지침, 가이드라인의 제·개정 필요성을 검토 후 개인정보보호책임자의 승인 하에 정책, 지침, 가이드라인 제·개정
- 개인정보보호 정책은 회사 사업 운영 전반에 걸쳐 수집·이용·제공·관리되는 개인정보 처리에 적용되며, 연계정보를 포함한 모든 개인정보를 처리하는 임직원 및 관련 주체에 대해 적용
- 개인정보보호 정책은 수탁자(서비스 제공업체)에 대해서도 적용되며, 동일한 수준의 개인정보 안전조치 이행을 요구하고 연 1회 이상 정기 점검을 통해 준수 여부를 확인
- 서비스 전반에 적용되는 개인정보보호 원칙과 각 서비스 운영 정책을 ‘네이버 프라이버시 센터’를 통해 외부에 투명하게 공개

네이버 개인정보보호 원칙

- 안정적인 서비스 운영과 이용자의 개인정보 및 프라이버시 보호를 위해 네이버의 환경과 문화에 맞는 ‘네이버 개인정보보호 원칙’ 제정

1. 네이버는 개인정보보호에 관한 모든 법령과 국제 기준을 준수합니다.
2. 네이버는 회원 개인정보의 처리를 항상 투명하게 공개합니다.
3. 네이버는 이용자의 ‘개인정보 자기결정권’ 행사를 존중합니다.
4. 네이버는 개인정보를 목적에 맞게 최소 수집하며, 책임 있게 관리합니다.
5. 네이버는 이용자의 프라이버시 보호를 최우선으로 고려합니다.

수집 목적 범위 내 개인정보 활용 원칙

- 수집된 개인정보가 최초 수집 및 이용 목적의 범위를 벗어나서 이용되거나 이용자 동의 없이 타 서비스에 활용되지 않도록 목적 제한 원칙에 기반한 정책 및 가이드라인을 수립 및 운영
- 개인정보를 처리 목적 범위 내에서만 적합하게 처리하도록 관리 강화 추진



규정

개인정보보호의 원칙: 개인정보 처리 목적에 필요한 범위에서 적합하게 개인정보를 처리하여야 하며, 그 목적 외의 용도로 활용하여서는 아니 된다.

연혁

2006	• 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC 27001 국제 인증 취득(세계 최초 개인정보보호 부문 특화)
2011	• 전사 개인정보보호 관리체계에 대한 PIMS 인증 취득(국내 제1호 PIMS 인증)
2013	• 네이버 프라이버시센터 오픈 • 개인정보보호 연간 리포트 발간 시작
2015	• 국내 최초로 투명성 보고서 공개, 통신 비밀 보호 업무 외부 검증 보고서 공개
2016	• 네이버 프라이버시 백서 발간 시작
2018	• 네이버 로그인 ‘2단계 인증’ 보안 기능 추가, 네이버 프라이버시센터 내 GDPR ¹⁾ 안내 페이지 공개
2019	• 아동용 개인정보 수집 및 이용 안내, 사업자 회원을 위한 안전한 개인정보 관리 안내서 제공
2020	• AI 스피커 프라이버시 정책 공개, 국내 최초 ‘개인정보 이용현황’ 옵트아웃 ²⁾ 기능 적용, 중소기업 대상 온라인 라이브 개인정보보호 교육 시행
2021	• 밴드 for Kids 및 밴드 웹 아동 개인정보 처리에 대한 PRIVO ³⁾ 인증 취득 • 네이버 프라이버시 센터 개편으로 ‘글로벌 지원’ 메뉴 오픈, ‘프라이버시 보호 설정’ 주소록 서비스 적용
2022	• 국내 기업 최초로 APEC ⁴⁾ CBPR ⁵⁾ 인증 취득
2024	• 파트너사 개인정보보호 컨설팅 프로그램 정식 출시 • ‘개인정보보호의 날’ 기념 대내외 캠페인 및 교육 진행
2025	• 아동/청소년 대상 프라이버시 부트캠프 개최 • KAPP 선정 ‘올해의 개인정보보호 우수기업상’ 수상

1) EU General Data Protection Regulation, 일반 데이터 보호 규정
2) 정보 소유 당사자가 정보수집을 명시적으로 거부할 때에 정보수집을 중단하는 정보 처리 방식
3) 온라인에서 수집된 미성년자의 보편적 신원 및 개인정보보호를 위한 솔루션을 제공하는 미국의 제3자 독립조직
4) Asia-Pacific Economic Cooperation, 아시아태평양경제협력체
5) Cross-Border Privacy Rules, 국경 간 프라이버시 규칙

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

위험 관리 방안

프라이버시 컴플라이언스 점검 체계

- 서비스 개인정보·위치 정보, 모바일 앱, 고유식별정보, 임직원 개인정보 현황 점검, 수탁자 관리 등 6대 영역에 대한 정기 점검 체계를 구축하여 전사 프라이버시 컴플라이언스 수준 관리 및 고도화 추진
- 각 부문별 법적, 기술적 보호조치 이행 현황을 주기적으로 검증하고, 개선 필요 사항을 신속히 보완하는 상시 점검 및 개선 프로세스 운영
- 서비스 출시 단계에서 개인정보 영향도 점검을 포함한 사전 통합 점검 프로세스를 운영하여 신규 서비스 전반의 프라이버시 리스크 선제 대응 체계 구축
- 특정 이슈 및 잠재 리스크 발생 가능 영역에 대해 테마 점검을 수시로 실시함으로써 변화하는 규제 환경 및 리스크 요인에 대한 대응 역량 강화

프라이버시 컴플라이언스 점검 영역

서비스 개인정보·위치 정보 현황 점검 네이버 서비스 관련 법령 및 규정 준수 여부 점검	모바일 앱 프라이버시 보호 현황 점검 네이버 모바일 프라이버시 보호 수준 강화
고유식별정보 안전조치 점검 고유식별정보 안전성 확보 조치 실태 점검	개인정보 수탁자 점검 관계 법령에 따른 수탁자 관리·감독 의무 이행
임직원 개인정보 현황 점검 네이버 임직원 개인정보보호 인식 제고	서비스 출시 점검 / 테마 점검 서비스 점검 프로세스에 개인정보 영향도 점검 포함

개인정보 적법 처리 대응 강화

- 개인정보 보호법 개정 대응을 위한 외부 전문가 참여 '개인정보 적법 처리 근거 연구반' 발족 및 운영 추진
- 계약 이행 근거 해석 시 이용자 기대를 반영한 '처리 필요성' 중심의 판단 기준 수립
- 개인정보 처리 판단 기준으로 '정보주체 예측가능성'과 '처리 필요성'을 핵심 요소로 도출
- 적법 처리 근거 선택과 관련한 책임 주체를 개인정보처리자로 구체화
- 신규 서비스, AI 학습 데이터 활용 등 다양한 활용 사례를 중심으로 적법 처리 근거 적용 범위 검토
- 개인정보 처리방침 내 처리 항목 및 법적 근거의 명확한 기재 기준 마련 및 이용자 이해도 제고 방향 검토
- 연구반 논의 결과를 기반으로 법 개정 사항의 실무 적용 방안 도출 및 대외 공개 체계 마련

수탁자 대상 개인정보 관리·감독 강화

- 개인정보 처리 위탁에 따른 리스크를 보다 효율적이고 체계적으로 관리하기 위해, 수탁자 점검 시스템인 PCM(NAVER Processor Compliance Management system)을 오픈

수탁자 대상 개인정보 관리 및 감독 현황

수탁자 관리 체계 구축	- 국내 개인정보 위탁 전 과정에 대해 One-Stop 수탁자 관리 체계를 구축하여 운영 개인정보 위수탁 계약 발생➡수탁자 등록➡수탁자 점검➡위수탁 상시 관리 - 점검은 상시/정기 점검 2 Track으로 진행 - 위탁 업무 특성, 규모 등을 고려해 수탁자별 맞춤형 점검 양식 활용 - 개인정보 보호법 개정에 따른 수탁자 관리·감독 의무 강화에 대응하여 관리 체계를 지속 고도화
수탁자 점검 운영	- 개인정보 수탁자 현황 점검을 연 1회 실시하고 있으며, 점검 시 재수탁자에 대한 관리·감독 여부까지 포함하여 확인 - 상시/정기 점검 체계를 병행 운영하고, 위험도 및 규모를 고려한 차등 점검 수행 결과를 기반으로 수탁자 개인정보보호 수준을 지속적으로 개선
교육 및 컴플라이언스 강화	- 개인정보 처리 수탁자를 대상으로 개인정보보호 세미나를 정기적으로 운영 - 위탁 단계별(업무 시작 전·수행 중·종료) 준수사항과 주요 리스크 사례를 중심으로 교육 진행 - 수탁자 점검 기준 및 PCM 시스템 활용 방식을 사전 공유하여 이해도 및 협력 수준 제고 - 수탁자의 개인정보보호 역량 강화를 통해 전반적인 컴플라이언스 수준 향상 유도

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

AI 모델 및 서비스 개인정보 점검 강화

- 사내 ‘인공지능 개인정보보호 가이드라인’을 바탕으로 네이버 주요 인공지능 서비스의 개인정보보호 수준을 점검하고 AI 관리 체계를 강화하기 위한 실행 계획 마련

인공지능 개인정보보호 가이드라인 개요 및 주요 내용

개요	- 네이버의 인공지능 기술 및 서비스가 개인정보보호 관련 법령을 준수하고, 이용자의 프라이버시에 대한 권리를 보장 및 보호하는 것을 목표 - 개인정보보호위원회의 ‘AI 개인정보보호 자율점검표’ 등을 참고하여, 인공지능 서비스의 구축 및 운영을 위해 AI 기술 개발, AI 서비스 개발, 그리고 AI 서비스(기술) 운영 단계별로 준수해야 할 사항을 규정
주요 내용	- 인공지능 개인정보 처리 특성과 인공지능 윤리 준칙 안내 - 인공지능 서비스의 구축 및 운영 단계별 준수사항 안내 - 인공지능에 안전장치 마련과 정보 주체의 권리 보장 적용 사례

- 네이버 AI의 기반이 되는 ‘HyperCLOVA X 파운데이션 모델’을 대상으로 학습데이터 처리 절차, 안전장치 적용 현황을 중점 점검하고, 다양해지는 AI 모델과 버전에 유연하게 대응할 수 있는 전사적 AI 관리체계 강화를 위한 실행 계획을 수립
- 네이버 On-Service AI의 핵심인 ‘AI 브리핑’ 서비스 운영 전반에 대한 이용자 권리 보장 수준을 점검하고, 프롬프트 및 출력 데이터에 대한 개인정보 필터링을 한층 강화

개인정보 자기결정권 보장 강화

- 개인정보 수집부터 이용, 제3자 제공, 파기까지 전 과정에서 이용자 통제권과 처리 투명성을 중심으로 개인정보 관리 체계를 운영
- 최소 수집과 목적 기반 활용 원칙 하에 동의 및 철회, 정보 공개, 제3자 제공 관리까지 연계된 개인정보 처리 기준을 통해 이용자 권리 보장과 책임성 강화

개인정보 이용·관리 및 자기결정권 보장 체계

프라이버시 센터 투명성 보고서 통계

개인정보 이용 현황 페이지	- 네이버 서비스 이용 시 발생한 개인정보 수집 및 이용 내역과 본인이 동의한 제3자 제공 이력을 국내 최초 이용자 행태에 따라 개인 맞춤형으로 제공 - 네이버 서비스 내 모든 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공 항목을 확인하고, 동의 철회를 통해 삭제까지 가능하도록 하여 개인정보 자기통제권의 실현 과정 원스톱으로 제공
맞춤형 광고 안내 페이지	이용자 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고에 대하여 정보 수집과 보유, 파기, 이용자 통제권 행사 및 피해 구제 방법에 관한 운영 원칙 공개
개인정보 관리	- 이용자는 언제든지 ‘회원정보’ 페이지에서 자신의 개인정보를 조회·수정·삭제·열람 가능 - 법률에 특별한 규정이 있지 않는 한 개인정보 처리·정지 요청을 할 수 있고, 언제든지 회원 탈퇴 등을 통해 개인정보의 수집 및 이용 동의를 철회 가능
개인정보 수집·파기	- 개인정보는 목적에 맞게 최소한만 수집, 최고 보안 전문가들이 24시간 철저히 관리 - 개인정보는 정보 주체에게 사전에 동의 받은 범위 내에서만 활용하고 있으며, 이용 목적 등에 변경이 발생하면 정보 주체에게 재동의를 받고, 매년 실시하는 개인정보 현황 점검에서 이를 확인 - 이용자의 개인정보는 기타 법령에 보관 기간이 명시된 경우를 제외하고는 개인정보의 수집 목적이 달성되면 지체 없이 파기하며, 매년 실시하는 개인정보 현황 점검에서 이를 확인 - 정보주체가 아닌 제3자로부터 개인정보를 제공받는 경우, 개인정보보호법에 따라 정보주체에게 ‘개인정보 수집 출처 고지’ 진행 - 개인정보보호법 개정에 따라, 기존 동의 기반으로 수집한 개인정보의 적법 처리 근거를 재검토하여 정보주체의 권리를 보다 효과적으로 보호할 수 있도록 처리 근거를 개편
제3자 제공	- 제휴사 서비스 이용 등을 위해 수집한 이용자 개인정보를 제3자에게 제공해야 하는 경우, 개인정보보호법에 따라 이용자로부터 개인정보 제3자 제공에 대한 동의 후 진행 - 관계법령에 따라 수사기관에 제공된 이용자 정보 처리 통계를 연 2회 ‘투명성 보고서’ 공개

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

아동·청소년 개인정보보호 인식 제고

- 아동·청소년 이용자를 위한 개인정보보호 체계를 구축하고, 이해하기 쉬운 콘텐츠와 정책 공개를 통해 이용자 접근성 강화
- 교육 프로그램과 캠페인을 통해 아동·청소년 대상 개인정보보호 인식 제고 및 참여 확대

아동·청소년 개인정보보호 정책 및 인식 제고 활동

아동 개인정보 보호 강화 노력	• 아동을 위한 밴드 앱 ‘밴드 for Kids’와 밴드 웹, PRIVO의 미국 아동 온라인 프라이버시 보호법(COPPA) 세이프 하버 인증 획득을 통해 글로벌 수준의 아동 개인정보보호 체계 검증 • 네이버 프라이버시센터의 ‘아동 개인정보보호 메뉴’를 통해 네이버의 아동 개인정보보호 활동 및 정책을 한눈에 확인할 수 있도록 공개
아동 이용자 배려	• 국내 최초로 네이버 회원가입 시 ‘개인정보 수집 및 이용에 대한 동의’ 아동용 버전 제공 • 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 ‘개인정보 이용 내역 통지 메일’을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송 • 아동 및 청소년 이용자들도 개인정보 처리방침을 쉽게 이해할 수 있도록 2013년부터 네이버 개인정보 처리방침 ‘EASY 버전’ 및 ‘인포그래픽 버전’ 공개 • 2023년부터는 네이버 밴드, 엔트리, 소프트웨어야놀자 서비스에서도 각각 ‘아동용 개인정보 처리방침’ 제작 및 공개 • 모든 아동용 콘텐츠의 언어 수준은 서울대 국어교육연구소가 검증하며, 프라이버시센터에 검증 보고서 공개
아동 개인정보 보호 인식 제고 활동	• 7월 아동 및 청소년을 대상으로 ‘네이버 프라이버시 부트캠프’ 운영 • 10월 네이버 개인정보보호 블로그를 통해 아동 및 청소년을 대상으로 개인정보 보호 교육 콘텐츠 시청 캠페인을 전개하고, 이와 연계한 참여형 OX퀴즈 이벤트 실시 NAVER Privacy Boot Camp 2025 네이버 프라이버시 부트캠프 

기회 관리 방안

개인정보보호 대외 인증 및 수상 성과

- 개인정보 보호 법제, 정책, 실무 전반에 대한 지속적 개선 노력 및 전문성 확보
- 프라이버시 센터 개설 및 투명성 보고서 공개 등 개인정보보호 체계 지속 발전 성과
- 글로벌 시장 요구 수준에 부합하는 개인정보보호 및 내부통제 체계 유지

2025년 올해의 개인정보보호 우수기업상	APEC CBPR	ISMS-P	ISO/IEC 27001
개인정보전문가협회(KAPP) 주관	프라이버시 보호 원칙을 기반으로 기업의 개인정보보호 체계를 평가하는 국제 인증	국내 개인정보보호 관리체계 인증	국제 정보보호 관리체계 인증
			

임직원 개인정보보호 역량 강화

- 네이버 및 네이버 계열사의 계약직을 포함한 전 임직원과 개인정보 취급자를 대상으로 개인정보보호 교육을 상·하반기 연 2회 시행

2025년 임직원 대상 개인정보보호 교육 실적

	상반기	하반기
내용	개인정보보호 실천 수칙을 지키지 않아 발생한 회사 내외부의 개인정보 유출 사고 사례	직무별, 수준별, 관심사별로 선택할 수 있도록 다양한 교육 프로그램 개설(5개)
대상	전 임직원 (고용 형태 무관)	네이버 법인 내 개인정보 취급자
대상자 수	4,715명	2,979명
수료율	98.4%	99.4%

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

가명정보 처리 및 활용 체계

- 가명정보의 안전한 처리·활용을 위해 처리 전 과정에 대한 정책·절차 및 관리 체계를 구축하고, 데이터보호협의회(DPC)를 통한 적정성 검토 절차를 운영
- 재식별 가능성 확인 및 지속적 모니터링을 통해 가명정보 처리 과정의 위험 요소를 사전에 관리하고, 안전한 활용 환경을 유지
- 가명정보 활용을 통한 대안신용평가, 신용평가 모델 구축 등 혁신적 금융 서비스 사례를 창출하여 데이터 기반 비즈니스 경쟁력을 강화

관리 조직

- 개인정보보호 담당 부서가 가명정보 처리 과정의 위험성 검토 및 파기 결과를 확인하는 관리 체계 운영
- 개인정보보호책임자, 개인정보 담당자 및 데이터 전략·운영 담당부서장으로 구성된 데이터보호협의회(DPC)를 통해 가명정보 처리 적정성 검토 수행

처리 절차

- 가명정보 처리 전 과정에 대해 ‘가명·익명정보 처리 및 활용 계획’을 수립하고, 사업부 임의 처리를 방지하는 정책 및 절차 운영
- 개인정보보호 담당 부서 주관으로 데이터 및 처리 환경의 위험성 요소를 분석·평가하는 사전 위험성 검토 수행
- 가명처리 완료 후 데이터보호협의회를 통한 적정성 검토 절차 운영 및 처리 목적·위험성·결과 적정성 종합 검토
- 재식별 가능성 확인 시 추가 가명처리 등 보완 조치 수행하고, 승인 범위 내에서만 처리 및 지속적 모니터링 수행
- 가명정보 활용 목적 달성 시 안전한 파기 및 결과 공유를 이행하고, 관련 절차를 사내 가이드라인에 반영하여 임직원 누구나 열람 가능하도록 관리

활용 성과

- 사잇돌 대출 심사 내 대안신용평가 적용: 가명결합 기반 대안신용평가(ACS) 스코어를 반영하여 비금융데이터를 활용한 정교한 신용평가 체계 적용, 금융 이력이 부족한 중·저신용자의 금융 접근성 확대
- 후불결제 CSS 기반 신용평가 모델 구축: 가명결합 데이터를 기반으로 후불결제 승인심사부터 한도 산정까지 전 과정을 아우르는 신용평가 모델 구축, 금융이력이 부족한 이용자에게 크레딧 형성 기회 제공
- 금융기관 심사전략 분석 지원: 금융기관 심사전략 분석 과정에서 가명결합 데이터를 활용해 Npay 스코어를 제공함으로써, 데이터 기반의 정교한 심사전략 수립 및 금융서비스 고도화 지원

파트너 개인정보보호 역량 강화

- 매년 파트너의 개인정보보호 역량 강화를 위한 파트너 대상 다양한 교육 및 캠페인 진행

파트너 개인정보보호 역량 강화 프로그램 운영 현황

파트너 개인정보보호 컨설팅 지원 프로그램	- 파트너사 대상으로 개인정보보호 컨설팅 프로그램 8회, 상담 프로그램 12회 등 전체 20회 프로그램을 운영하였으며, 파트너사의 개인정보보호 수준을 높이고 직면한 개인정보보호 이슈를 해결하기 위한 솔루션을 제시 - 프로그램 종료 후 진행된 만족도 설문에서 참여 파트너사로부터 컨설팅은 평균 4.9점(5점 만점), 상담 프로그램은 평균 5점의 높은 평가 점수 획득
파트너 대상 개인정보보호 교육 및 캠페인	- 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원 대상 개인정보 관리 안내 배포 - 6월: [2025 네이버 개인정보보호 캠페인] ① 꼭 필요한 정보만 받기 - 10월: [2025 네이버 개인정보보호 캠페인] ② 고객 정보는 ‘나만’ 보게 하기 - 12월: [2025 네이버 개인정보보호 캠페인] ③ 쓰고 나면 꼭 삭제하기 ‘개인정보보호 주간’을 맞아 사업자 회원 대상으로 개인정보 보호 교육 영상 제작 및 배포 (주제: 오래 자리를 비워야 할 때, 고객의 개인정보 이렇게 지켜주세요!) ‘온라인 쇼핑 플랫폼 부문 민관협력 자율 규제’ 참여

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

스타트업 글로벌 규제 대응 지원

- 스타트업의 글로벌 시장 진출을 지원하기 위해 GDPR¹⁾, CCPA²⁾ 등 주요 개인정보 보호 규제 대응 가이드 및 프로그램 제공
- 각 국가별 개인정보 보호 규제 요구사항을 반영한 체크리스트, 인포그래픽, 교육 콘텐츠 등 실무 지원 자료 제공

글로벌 개인정보보호 규제 대응 지원 현황

EU GDPR	• 스타트업 기업들의 유럽 진출에 도움이 될 수 있는 GDPR 개인정보 영향평가 프로그램 가이드 제공 • GDPR이 요구하는 단계를 잘 반영한 CNIL PIA 프로그램의 사용을 돕기 위해 프로그램 한국어 사용 매뉴얼을 공익적 목적으로 무료 제공 • GDPR 준비에 필요한 사항을 한 눈에 확인할 수 있는 인포그래픽 공개 • 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 유럽 내 프라이버시 관련 이슈 및 규제 동향 관련 정보 공유 • 유럽 진출 스타트업 기업들의 EU GDPR 전반에 대한 이해를 돕기 위해 ‘EU GDPR의 이해’라는 제목의 교육 영상 공개
미국 CCPA	• 스타트업 기업들의 미국 시장 진출 시 CCPA의 적용 여부 검토 및 요구사항 준수를 위해 실무적으로 필요한 내용을 담은 CCPA 준수 가이드라인 제작 및 공개 • 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 미국 내 주요 프라이버시 법령, 아동 프라이버시 보호 등 미국 내 프라이버시 보호 관련 현황 및 동향 정보 공유 • 미국 진출 스타트업 기업들의 CCPA 전반에 대한 이해를 돕기 위해 ‘미국 CCPA 알아보기’라는 제목의 교육 영상 공개
일본법 준수	• 일본 시장 진출 시 일본 개인정보보호법 준수를 위한 가이드라인 제작·공개 • 가이드 문서에 나오는 요구사항을 한 눈에 확인할 수 있는 일본 개인정보보호법 준수 체크리스트 제공 • 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 일본 내 프라이버시 관련 이슈 및 규제 동향 관련 정보 공유

* 정보 제공만을 목적으로 하며, 법률적인 자문이나 해석을 제공하지는 않음

1) General Data Protection Regulation, 일반 데이터 보호 규정

2) California Consumer Privacy Act, 캘리포니아주 소비자 개인정보 보호법

프라이버시 강화 보상 제도(PER)

- 이용자 참여 기반 PER 제도를 통해 개인정보보호 개선과 보상 연계 강화

PER 운영 개요 및 성과

🔒 프라이버시 강화 보상제도

개요	• 네이버 서비스의 개인정보 및 프라이버시 관련 개선 사항 의견 수렴 및 사례 보상을 위한 제도로 2016년부터 운영 • 법률 및 정책 준수 개선, 콘텐츠 오류 수정, 개인정보보호 강화, 신규 프라이버시 제안 등의 주제로 접수																
대상	• 일반 이용자 누구나 쉽고 편리하게 참여 가능하며, 접수 내역 및 처리 단계도 실시간 확인 가능하도록 서비스 설계 • 이용자 참여 유도 및 우수 이용자 보상을 위해 ‘PER 등급’ 및 ‘PER 명예의 전당’을 운영																
프로세스	이용자 리포트➡검토 승인➡서비스 반영 개선➡사례 보상																
2025년 성과	접수 건수 및 보상 건수 매년 꾸준히 증가 (단위: 건) 접수 건수 25% ↑ (전년 대비) <table><thead><tr><th>Year</th><th>Submissions</th></tr></thead><tbody><tr><td>2023</td><td>204</td></tr><tr><td>2024</td><td>268</td></tr><tr><td>2025</td><td>335</td></tr></tbody></table> 보상 건수 54% ↑ (전년 대비) <table><thead><tr><th>Year</th><th>Compensation Cases</th></tr></thead><tbody><tr><td>2023</td><td>82</td></tr><tr><td>2024</td><td>91</td></tr><tr><td>2025</td><td>140</td></tr></tbody></table>	Year	Submissions	2023	204	2024	268	2025	335	Year	Compensation Cases	2023	82	2024	91	2025	140
Year	Submissions																
2023	204																
2024	268																
2025	335																
Year	Compensation Cases																
2023	82																
2024	91																
2025	140																

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

이용자 인식 제고를 위한 소통 강화

- 개인정보 처리 현황과 정책을 다양한 채널을 통해 공개하여 이용자 대상 정보 제공 및 소통 강화
- 참여형 프로그램 운영을 통해 개인정보보호 인식 제고 및 이용자 참여 확대

소통 및 인식 제고 활동

소통 채널 운영	• 개인정보처리방침 내 개인정보보호책임자 및 담당자를 공개하고, 고객센터 문의 채널을 마련
투명성 강화 활동	• 매년 이용자 프라이버시 보호에 대한 전문 연구 수행 결과를 담은 ‘네이버 프라이버시 백서’를 발간하고 ‘네이버 프라이버시 백서 주제 발표 세미나’ 개최 📄 NAVER Privacy Whitepaper • 연간 개인정보보호 활동을 담은 ‘네이버 개인정보보호 리포트’ 매년 발간 📄 개인정보보호 리포트 • 네이버 프라이버시 센터 내 ‘앱 프라이버시 보호 현황’ 메뉴를 통해, 네이버 애플리케이션에서 처리되는 개인정보와 접근 권한 현황을 투명하게 공개 • 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈와 관련해 이용자와 직접 소통할 수 있는 공식 블로그, SNS 및 ‘네이버 프라이버시TV’ 운영
인식 제고 활동	• 3월 네이버가 제공하는 다양한 계정 보안 기능을 소개하고, 블로그 퀴즈 이벤트 진행 • 6월·10월·12월 총 3회에 걸쳐 사업자 회원 대상 개인정보보호 3원칙을 소개하고, 이메일·공지사항·블로그 등을 통해 관련 내용 안내 • 10월 ‘개인정보 보호 주간’을 맞아 일반 이용자 대상 명절 연휴기간에 발생하기 쉬운 개인정보 유출 예방 영상, 온라인 사업자 대상 실전 보안 가이드 영상을 각각 공개하고 퀴즈 이벤트 진행 • 12월 이용자 개인정보 관리 현황 점검 캠페인 활동 및 블로그 댓글 이벤트 진행

개인정보보호 주간 교육 및 캠페인 실시

- 개인정보보호의 날을 기념해 ‘개인정보보호 주간’을 지정하고 온·오프라인 연계 교육 및 캠페인 운영
- 이용자, 파트너, 임직원이 함께 참여하는 프로그램을 통해 개인정보보호 중요성 인식 및 실천 기반 마련
- 콘텐츠 배포, 참여형 이벤트, 교육 프로그램 등을 통해 전사 및 서비스 전반의 개인정보보호 문화 확산

전략 및 사업모형 회복력

- 네이버는 개인정보 규제 강화, AI 서비스 취약점 노출, 이용자 자기결정권 침해 등 주요 개인정보보호 위험을 발생 가능성은 낮으나 브랜드 신뢰와 사업모형에 미치는 영향이 크고 회복 기간이 중장기에 이를 수 있는 위험으로 인식하고, 사고 발생 시 이용자 피해 최소화과 서비스 신뢰 회복을 포함한 개인정보보호 회복력 강화를 위해 대응 활동을 지속 수행함

예방 중심 대응 체계  서비스 기획 초기부터 ‘Privacy by Design’ 원칙을 적용하고, 개인정보 처리 전반·모바일 앱·수탁자 관리 등 6대 영역 정기 점검을 통해 프라이버시 컴플라이언스 수준을 상시 관리함. 또한 AI 서비스 전 단계 개인정보 점검을 통해 신규 기술 도입에 따른 프라이버시 위험을 사전에 식별·통제하여 위험 발생 가능성을 낮은 수준으로 유지	회복 역량 실증  수탁자 점검 시스템(PCM)을 통해 국내 개인정보 위탁 전 과정을 One-Stop으로 관리하고, ‘개인정보 유출 대응 가이드’ 기반의 탐지·분석·대응·복구 및 재발 방지까지의 전 과정을 표준화하여 운영함. 사고 발생 시 피해 범위 신속 파악, 조치 이행 및 후속 개선을 체계적으로 수행하여 이용자 영향 최소화 및 서비스 정상화 역량을 지속적으로 검증
인증 기반 관리체계  ISMS·P·APEC CBPR·PRIVO COPPA 등 국내외 개인정보보호 인증을 유지하고, 연 1회 이상 개인정보보호 관리체계 적절성을 점검하여 미흡사항을 CPO에 보고·즉시 개선함으로써 개인정보보호 체계의 신뢰성과 회복력을 정기적으로 검증	위험·기회 균형 검토  가명정보 활용 확대, 파트너십 강화 등 사업 기회 추진 시 개인정보 최소수집·목적 제한 원칙과의 정합성을 전제로 의사결정을 수행. 이를 통해 데이터 활용과 개인정보 보호 간 균형을 유지하고, 개인정보보호 위험과 기회를 통합적으로 고려하여 지속가능한 사업모형의 안정성과 회복력을 확보

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

위험관리 프로세스

- 네이버는 개인정보보호 위험 최소화를 위해 ‘Privacy by Design’ 원칙을 엄격히 적용하고, 서비스 기획부터 종료 단계까지 전체 생애 주기에 걸쳐 이용자의 프라이버시와 데이터를 보호하기 위한 위험관리 프로세스를 운영
- 개인정보 보호 및 리스크 관리를 위한 nPIMS(NAVER Private Information Management System)를 운영하여 위험 식별부터 평가·우선순위 설정까지 전 과정을 체계적으로 지원

프로세스	방법
위험 식별	• 다음과 같은 투입변수 및 매개변수를 활용하여, 연1회 개인정보보호 리스크의 현황을 점검하여 위험을 식별 - 투입변수 : 서비스 개인정보보호·위치기반 서비스·모바일 앱·고유식별정보 처리·글로벌 서비스·임직원 등 6대 영역 및 수탁자별 현황을 매년 점검하여 위험 투입변수 파악 - 매개변수 : 개인정보 관리시스템(nPIMS) 및 수탁자 점검 시스템(PCM)을 통해 리스크 현황 데이터를 수집·분류하고, 개인정보보호 법령 요건 및 내부 기준 대비 현황을 확인하여 위험 식별의 매개변수로 활용
위험 평가 및 우선순위 설정	• 개인정보보호 법령 및 내부 규정 준수 여부를 모니터링하고, 개인정보 관리시스템(nPIMS) 상시 운영을 통해 프라이버시 민감도 확인 및 자문 제공 • 개인정보 영향 평가(Privacy Impact Assessment)를 통해 처리 단계별 위험 요인을 분석하고, 위험 수준 및 우선순위 결정 - 서비스 기획, 상세설계, 개발, 출시, 운영, 종료 등, 서비스 Life-cycle 전반에 걸쳐, 개인정보 침해 가능성 및 유관법률 기준의 위험을 평가하고, 이에 대한 리스크 관리 방향을 수립
위험 대응 및 개선	• 개인정보보호 리스크의 현황 점검(1년 주기) 후 개선 조치 및 제재 조치 - 서비스 개인정보보호, 위치기반 서비스, 모바일 앱 개인정보보호, 고유식별정보 처리, 글로벌 서비스 개인정보보호, 임직원 개인정보보호, 제휴사 개인정보보호, 개인정보 수탁자별 파악된 개선 사항 • 수탁자의 경우 개인정보보호 법령에 따라 40개 항목을 점검하고 있으며, 리스크 수준을 상·중·하로 분류하여, 위반 확인 시 사전에 수립된 기준에 따라 페널티 스코어를 부과 - 네이버 CPO가 평가 결과 확인 후, 수탁자 수준에 기반한 개선을 요청 - 개인정보보호 수준이 낮거나 개선 조치가 지속적으로 이행되지 않는 수탁자는 계약 해지 등의 제재 조치를 취하는 방식으로 수탁자의 개인정보보호 수준 유지 및 향상을 위해 노력 • 이용자 피해 방지 및 최소화를 목적으로 ‘개인정보 유출 대응 가이드’를 수립, 이에 기반하여 신속하고 효과적으로 대응
모니터링 및 검토	• 개인정보보호 처리부서를 대상으로 개인정보보호 활동 및 고유식별정보 안전성 확보 조치 준수사항 등을 주기적으로 점검하여, 위험 변화 및 신규 위험 요소를 지속 확인 • 개인정보 유출 가이드 주기적 업데이트를 통해 리스크관리 통제 프로세스의 실효성을 유지

전사 위험관리 통합 방법

- 전사 단위의 리스크관리 워킹그룹 운영을 통해 전사 통합 위험관리를 수행, 2개월마다 정기 회의를 실시하고 있으며 필요 시 수시 회의 소집
 - 전사 통합 위험관리 내 개인정보보호 이슈를 포함하고 관리 책임자가 참여하여 주기적으로 리스크 통합 관리
 - 매년 개인정보보호 이슈에 대해 주기적으로 현황 보고 및 리스크관리·예방
- 매년 이사회 내 리스크관리위원회에 전사 통합 리스크관리 차원에서 계획 및 이행 수준을 2회 보고

TOPIC 1.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

개인정보보호

목표	지표	2025년 성과	세부 추진 목표	
			2026~2027년	2030년
글로벌 프라이버시 분야의 First Mover로서 이용자 통제권, 투명성 최대 보장	개인정보보호 투명성 향상 및 기술 공유 건수	• 보고서 연 2건 이상 발행 - 개인정보 필수 동의 제도 개편 및 적법처리 근거 다양화에 대한 내부 연구결과 공개	• 보고서 연 2건 이상 발행 - AI 에이전트 등 신기술 발전에 따른 최신 프라이버시 이슈 보고서 발간 등	• 보고서 연 2건 이상 발행 - 개인정보보호가 글로벌 빅테크의 자사 경쟁력 우위 강화에 활용되는 사례 보고 등
	정보주체 개인정보 관리 강화 및 인식 제고 지원	• 전년 대비 개인정보보호 수준을 높이기 위한 프로그램 참여 파트너사(수탁사 포함) 2배 이상 확대 달성 - 파트너사 및 수탁사 지원 만족도 조사 실시, 95% 이상 달성 • 아동·청소년 개인정보보호 인식 강화를 위한 오프라인 부트캠프 행사 진행	• 참여 파트너수 전년 대비 확대 - 컨설팅, 상담, 교육 등 프로그램의 종류 확대 - 비수도권 소상공인 및 중소기업 우선 지원 - 파트너사 맞춤 업무 템플릿 제공 등 • 대학생 대상, AI 및 개인정보보호 인식 제고 - 대학생 대상, ‘AI 서비스 활용 개인정보보호 아이디어톤 프로그램’ 개최 및 외부 피칭	• 참여 파트너사 수 전년 대비 확대 또는 참여 프로그램 다양화 - 파트너사 개인정보보호 수준 향상을 위한 개인정보관리 지원 프로그램 확대 등 • Data Portability(데이터 이동권) 보장을 통해 이용자의 데이터 통제권 강화
	Privacy Compliance 준수 및 강화 활동을 위한 신규 개선 과제 발굴 및 이행	• 국가 개인정보 처리통합안내서 기준에 부합하는 팀네이버 명의의 ‘개인정보 처리 및 보호 공동 가이드라인’ 발행 - 담당자 및 임직원 대상 인식제고 수행	• AI학습데이터 수집 및 유통 적법성 확보 - AI 학습 데이터 확보 ‘개인정보 수집/외부 공유 준수 가이드라인’ 제정 - AI 수집·구매·학습·연구 관련 부서 대상 특화 교육을 통한 가이드라인 실행력 강화 • AI학습데이터 비식별조치 가이드 마련 및 공개 - 사내 학습데이터 개인정보 비식별 조치 방법 및 성능 평가 - 개인정보 비식별 조치 점검결과 기반 가이드 제작 및 배포	• 네이버에서 수집·보관 중인 개인정보에 대해 국내외 서비스 중 가장 높은 수준의 개인정보보호법이 보장하는 정보주체 권리 보장 - 이용자 개인정보 열람권, 정정권, 동의 철회권
	개인정보 처리 전체 생애주기를 기술적으로 추적하고 관리 체계 PrivacyOps 구축	N/A(※ 2026년 신설)	• 개인정보를 체계적으로 관리할 수 있도록 처리 가시성 확보 - 전사 개인정보처리현황 관리 Manual화 • Systematic으로 변환할 수 있는 Framework 수립	• 전사 개인정보 처리 현황에 대한 가시화 및 추적을 자동화 - 전사 개인정보 데이터를 Catalog(메타 데이터) 형태로 관리할 수 있는 시스템 구현

별도 관리 지표

지표		단위	2023	2024	2025
개인정보 유출사고	이용자 정보 유출 건수	건	0	0	0
	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실	만 원	0	0	0
	이용자 정보 유출로 영향을 받은 이용자 수	명	0	0	0
	개인식별정보 수반 비율(PII)	%	0	0	0

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

의사결정기구의 관리·감독

의사결정기구

이사회 내 리스크관리위원회

- 정보보호에 대한 핵심 리스크 사안을 보고받아 검토하고 주요 정보보안 리스크에 대한 의사결정에 참여, 최상위 거버넌스 기구로서의 감독 수행
- 2021년 제정된 ‘리스크관리위원회 운영규정’에 리스크관리위원회의 정보보안 관련 위험 및 기회 감독 책임 명시

최고정보보호 위원회

- 경영진(CEO, CRO) 및 주요 계열사 CISO로 구성, 팀네이버 차원의 통일된 정보보호 관리 체계 설계 및 관리
- 연결 계열사(팀네이버)에 대한 정보보호 거버넌스 총괄 관리·감독 역할 수행

보고 방법 및 빈도

- 이사회 내 리스크관리위원회는 CISO(정보보호최고책임자)로부터 반기 1회 정기 보고를 받음
- 최고정보보호 위원회는 각 계열사의 CISO에게 반기 1회 정기 보고 및 수시 보고를 받음

보고 대상	보고 내용	보고 빈도
이사회 내 리스크관리위원회	• 전사 리스크관리 내 정보보안을 포함, 정보보안 계획 및 업무수행 결과 보고	반기 1회
	[2025년 주요 보고 안건] • 3월, Security 24년 결산 및 25년 계획 보고 • 12월, Security 25년 결산 및 26년 활동 키워드 보고	
최고정보보호 위원회	• 팀네이버 차원의 전사 정보보호 관리 체계 설계 관리 • 팀네이버 차원의 정보보호 이슈 사항에 대한 검토 및 결정	반기 1회, 필요 시 수시 소집

주요 의사결정 시 위험 및 기회를 고려하는 방식

- 이사회는 보안에 대한 핵심 리스크 사안을 보고받아 검토하고, 주요 의사결정 시 정보보안에 영향을 미칠 수 있는 사항을 고려
- CISO를 중심으로 한 관리 체계를 통해 서비스 기획 및 설계 단계부터 출시 전까지 전 단계의 보안 위험에 대해 안전성을 확보할 수 있도록 단계별 보안 리뷰를 실시하고 있으며, 식별된 보안 위험 수준에 따라 설계 변경, 보완 조치 또는 출시 보류 여부를 판단
- 외부 서비스를 신규 오픈하거나 주요 변경을 추진할 경우, 외부 공개 전 보안성 검토를 필수 절차로 적용하여 위험 요소를 사전에 식별·평가한 후 평가 결과에 따라 오픈 일정 조정 또는 보완 조치를 반영하도록 의사결정 체계를 개선
- 생성형 AI 및 LLM 기반 서비스 도입 시 발생 가능한 신규 보안 위협을 사전에 관리하기 위하여 개발 보안 가이드를 제정하고, 해당 기준에 따라 철저한 감독 하에 서비스 설계 및 도입 여부를 검토

다른 지속가능성 위험 및 기회와의 상충 고려

- 클라우드 및 AI 인프라 확장은 서비스 안정성과 확장성을 높이는 기회가 있으나, 관련 복잡성 증가는 신규 보안 위험 증가를 수반함에 따라 철저한 보안 검토를 전제로 클라우드 및 AI 인프라 확대 추진
- 데이터 기반 서비스 고도화는 개인화·정교화된 기능 제공이 가능하나, 내부 보안 관리 비용 증가 및 최소 권한 원칙 적용에 따른 개발 유연성 제한을 동반하므로 업무 효율성을 고려한 서비스 고도화 추진이 필요
- 외부 협력 확대 및 Open API 제공은 생태계 확장 기회를 제공하나, 외부 연계 지점 증가는 공격 표면 확대 가능성을 동반하므로 보안 검토를 거친 범위 내에서 개방 수준 결정

목표 설정 및 진척도에 대한 관리 감독

- 매년 정보보호 및 정보보안 관련 위험 예방 및 기회를 위한 목표를 수립, 이를 이사회에 보고
- 수립된 목표는 이사회 내 ESG위원회가 경영진 ESG KPI로 승인하며, 성과 및 목표 달성현황을 모니터링
- 모니터링된 ESG KPI 달성성과는 이사회 내 보상위원회의 검토를 거쳐 경영진 보수 중 성과 인센티브(상여)에 반영

경영진 보상(상여) 연계 성과 지표

목표	세부 지표
정보 유출 및 침해 사고 사전 예방을 위한 보안 체계 강화	정보 유출 및 침해 사고 대응 체계 강화
	네이버 주요 서비스·플랫폼 취약점 개선을 통한 보안 리스크 해소

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

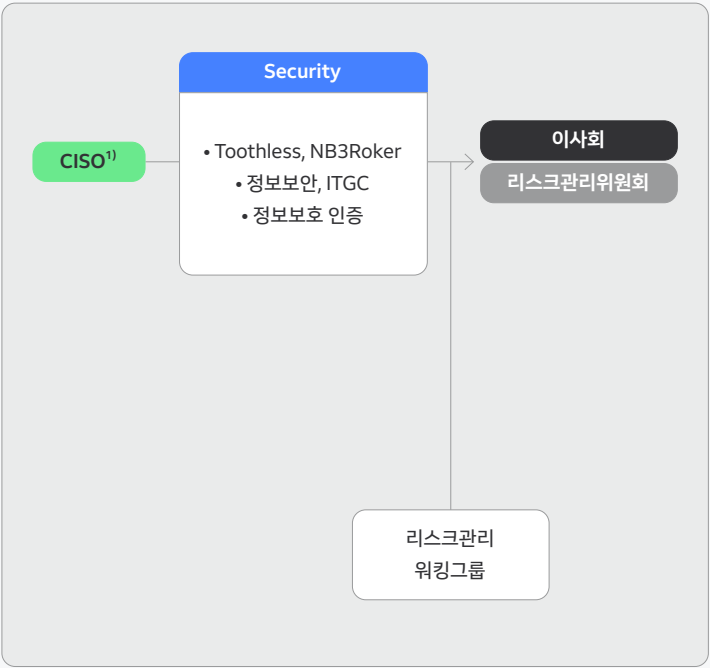
정보보안

경영진의 역할

역할 위임 및 감독 방법

- 네이버는 정보보안 관련 위험과 기회에 대한 관리 역할을 CISO에 위임
- 이를 통해 정보보안 관련 의사결정이 경영진, 위원회, 이사회로 이어지는 체계 내에서 일관되게 관리·감독될 수 있도록 함

정보보안 조직도



1) Chief Information Security Officer

정보보호최고책임자(CISO)

- 네이버의 데이터 보안 및 정보의 안전한 관리 등 정보보호 업무를 총괄, 최고경영진 직속으로 정보보안 리스크를 전사적으로 관리
- 정보보안 관련 핵심 사안에 대한 과제 및 이행 현황을 관리하며, 그에 따른 수행 결과를 리스크관리 워킹그룹을 통해 이사회에 보고
- 정보보안 주관부서의 임원으로서 법적 자격요건을 충족하며, 업무 경력, 보유 기술 및 자격증, 전공 등을 종합하여 정보보호 분야의 전문성을 가진 자를 선임

역할 및 책임	• 회사 및 계열사를 포함한 정보보호 업무 총괄 • 보안 사고 발생 시 사고 처리 및 대응 방안 제시 • 계열사 포함 타 부서와 긴밀한 업무 협조 체계 구축 • 정보보호 관련 의사 결정을 위한 타 위원회 참여 및 의견 조정
정보보안 관련 이력	• 한국CISO협의회 부회장 • 공공데이터전략위원회 공공데이터 개방·활용 분과위원회 위원(2024~) • 행정안전부 공공데이터분쟁조정위원회 위원(2022~) • 한국신용정보원 금융데이터포럼 위원(2020~) • 행정안전부 전자정부 민간협력 위원

통제 및 절차

- 네이버 주요 임원 및 실무 부서장으로 이루어진 리스크관리 워킹그룹을 격월 1회 운영하여 정보보안 리스크 보고, 검토 및 논의

보고 대상	리스크관리 워킹그룹(주요 임원 및 실무 부서장)
보고 내용	정보보안 리스크 보고, 검토 및 논의
	2025년 정보보안 주요 보고 안건 - AI 도구 사용 보안 정책 변경 검토 - 서비스 내 피싱 및 개인정보 불법 유통 등 대응 방안 사례 공유
보고 빈도	격월 1회

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

위험 및 기회

- 네이버는 전사적 보안 관리 체계 운영 및 통제 활동을 통해 정보보안 위험 발생의 가능성을 매우 낮은 수준에서 관리하고 있으나, 발생 시 기업에 미치는 영향이 크고 회복 기간 또한 중장기에 이를 수 있는 주요 위험으로 인식
- 이에 따라 침해사고 대응 프로세스, 취약점 점검 및 관리, 보안 기술 강화 등 사전 예방 중심의 정보보안 관리 활동을 추진하고 있으며, 임직원 및 파트너 대상 보안 관리 등을 통해 위험을 체계적으로 관리하는 한편, 정보보호 인증, 대외 협력, 이용자 보안 역량 강화를 통해 정보보안 관련 기회 요인 또한 지속적으로 확대

위험 및 기회 요인		잠재적 재무 영향	가치사슬 ¹⁾	기간 ²⁾			관리 방안
				단기	중기	장기	
위험	사이버 침해사고 발생	사고 대응 비용 발생 및 이용자 이탈로 인한 매출 손실	Own Operation	○	○	○	• 침해사고 대응 프로세스
	서비스 보안 취약점 이슈 발생	정보보호 시스템 도입 및 개발 비용 증가, 취약점 대응 미흡 시 서비스 수요 감소에 따른 매출 손실	Upstream, Own Operation	○	○		• 서비스 보안 관리 • AI 모델 및 AI 이용 서비스 보안점검 프로세스 수립 • 서비스 취약점 관리 • 보안 기술 개발 및 확대 적용
	임직원 또는 파트너 대상 정보 유출	기밀 정보 유출로 인한 손해배상 비용 발생, 경쟁 우위 상실에 따른 매출 손실	Own Operation	○	○		• 서비스 특화 보안 교육 • 임직원 교육 및 인식 제고 활동 • 파트너 정보보안 관리
기회	정보보호 관리체계 및 서비스 안전성에 대한 이용자 신뢰 확대	이용자 유지 및 시장 확대 기회 확보를 통한 매출 증가	Own Operation		○	○	• 정보보안 적절성 평가 및 인증 취득 • 이용자 인식 제고 활동
	보안 기술력의 대외 공유 및 협력 생태계 확장	정보보안 선도기업 이미지 확보 비즈니스 협업 기회에 따른 신규 매출 창출	Upstream, Own Operation		○	○	• 정보보안 기술 및 지식 공유 • 대외협력 및 이니셔티브

1) 영향이 발생하는 가치사슬 단계
2) 단기: 1년 미만, 중기: 1~5년, 장기: 5년 이상 영향을 받거나 대응이 필요한 기간

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

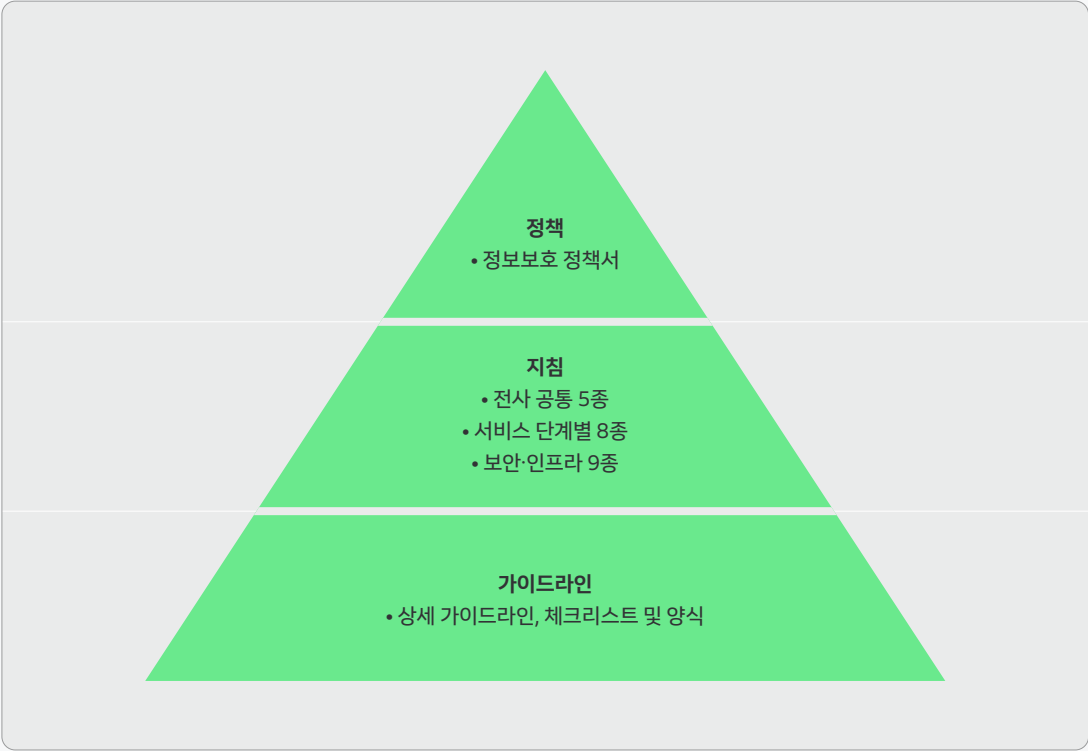
지표 및 목표

정보보안

정책

- 정보 자산에 대한 기밀성, 무결성, 가용성 보장을 위한 최상위 정책 문서로서 '정보보호 정책서'를 수립하였으며, 이에 따른 지침 및 가이드라인을 구성하고 업무에 반영
- 네이버 전 사업영역 및 사업장에 해당 정책 적용
- 계열사의 정보보호 정책 체계는 원칙적으로 네이버의 정보보호 정책 체계와 동일하게 적용
- 2025년 네이버 계열사 정보보호 정책 미팅을 11회 실시하며 전사적인 정보보호 활동 수행
- 매년 정보보호 정책 및 정보보호 관리체계의 준수 여부를 점검하여, 발견된 미흡사항 개선 및 정보보호 관리체계 고도화 진행

네이버 정보보호 정책 체계



연혁

2006	• 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC 27001 국제 인증 취득
2010	• 전사 정보보호 관리체계에 대한 ISMS 인증 취득(국내 최초 관계사 포함 전체 계열사 대상)
2013	• 국내 최초 SOC(Service Organization Control) 2, 3 인증 동시 취득
2016	• ISO/IEC 27017, 27018 인증 취득(클라우드 서비스 분야 정보보호 검증 추가)
2018	• 네이버 애플리케이션의 보안 취약점을 국제 수준으로 엄격히 관리하고 있음을 보여줄 수 있는 CNA(CVE ¹⁾ Numbering Authority) 자격 획득 • 네이버 로그인 '2단계 인증' 보안 기능 추가
2019	• 네이버 보안 취약점 제보 포상 프로그램인 버그바운티(Bug Bounty) 독자 운영 개시 • 네이버 서비스 ISMS-P(정보보호 및 개인정보보호 관리체계) 및 데이터센터 각 운영 ISMS(정보보호 관리체계) 인증 취득
2020	• 개발 보안 내재화(Security by Design)를 위한 네이버 DevSecOps 플랫폼인 Toothless 정착
2021	• 스마트스토어 판매자 대상 파트너스퀘어 TV 정보보안 교육 시행
2022	• 네이버 업무 위탁 파트너사 대상 파트너 정보보호 교육 시작
2023	• 네이버의 DevSecOps 시스템(NShiftKey) 외부 릴리스 • 네이버의 연간 정보보호 활동을 요약한 네이버 보안백서(NAVER Security Whitepaper) 발간 시작(2022년 활동·성과)
2024	• LLM ²⁾ 을 사용하는 애플리케이션 보안 가이드 작성 및 사내 공지
2025	• 사내 개발자 대상 시큐어 코딩 학습 플랫폼인 Secure Coding Champion(SCC) 리뉴얼 오픈 • 사내 컨테이너 이미지 내 보안 위협을 통합 관리할 수 있는 보안 관리 플랫폼(Seawall) 고도화 • 피싱 판단 API, NAVER Anti-Phishing System(NAPS) X를 개발하여 자사 서비스에 파일럿 형태로 적용 • 네이버 서비스를 대상으로 수행된 피싱 공격 113,471건에 대한 분석 결과를 담은 피싱 유포 사례집 발간 ('26.1 공개)

1) Common Vulnerabilities and Exposures, 공개적으로 알려진 컴퓨터 보안 결함 목록
2) Large Language Model, 초거대 언어모델

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

위험 관리 방안

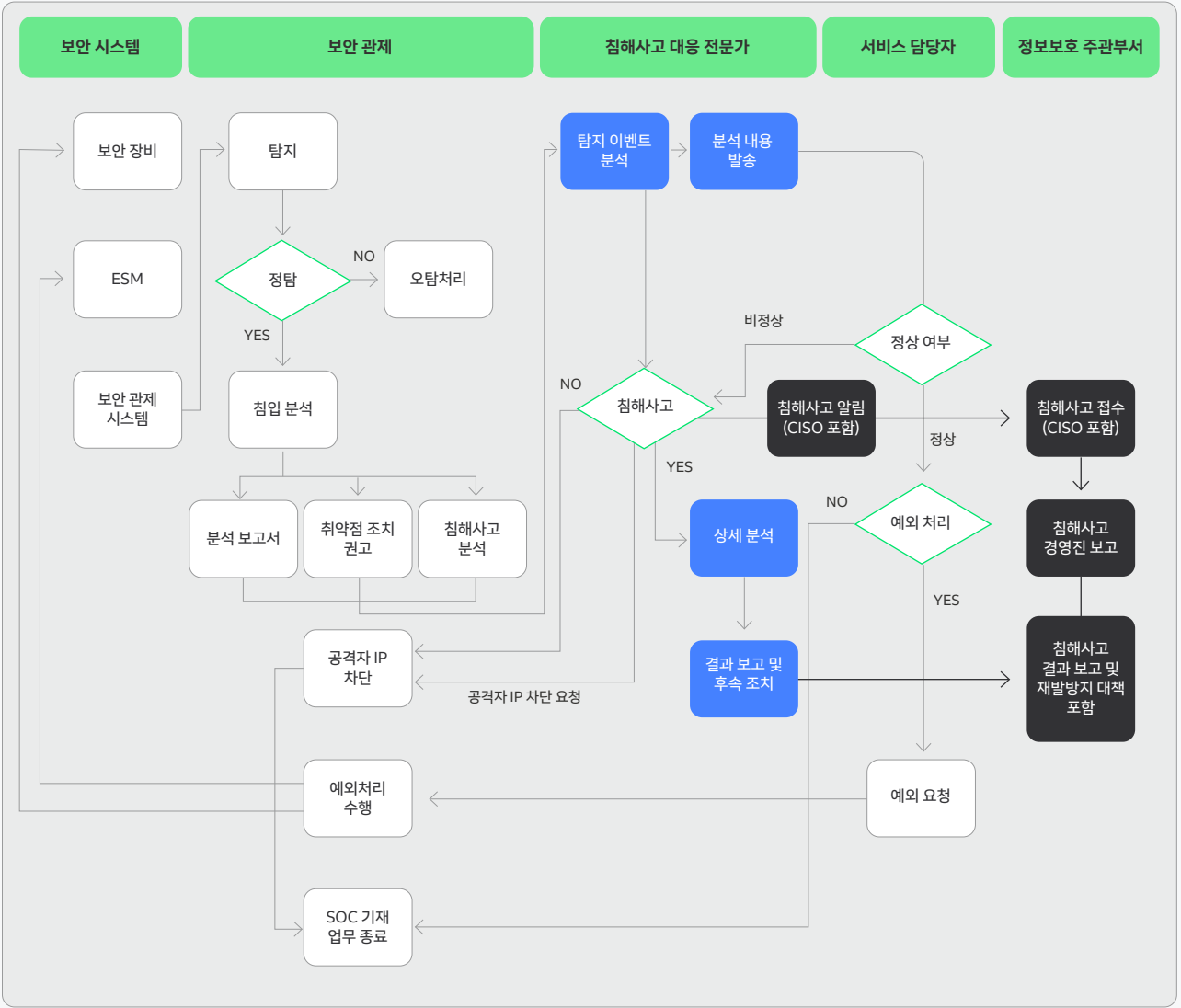
침해사고 대응 프로세스

• 네이버는 해킹, DDoS, 사이버 침해 등 외부로부터의 공격 시도를 사전 예방, 실시간 탐지, 분석 및 대응하기 위해 침해사고 대응 프로세스 운영

1. 사전 예방 및 모니터링

모니터링 (위험 탐지)	- 신규 취약점 모니터링 - 보안 공지 전파 - 외부 보안 동향 수집 - 침해 지표(IoC)를 활용한 내부 스캔 - 보안장비 로그 연관 규칙을 통한 위험 탐지
취약점 점검	- 매년 종합 보안 진단 및 내부 정보보호 현황 점검 등을 통해 보안 위험 식별 - 취약한 버전을 사용 중인 자산 검색 - 취약점 스캐너를 이용한 점검 - 취약 자산 업데이트 - 불필요한 취약 서비스 제거
모의훈련	- 매년 1회 이상 외부 기관과 협조하여 APT, 서버 해킹, DDoS 대응 모의훈련 진행 - 최근 3년 동안 전체 공격에 대한 탐지 및 대응 100% 완료 모의훈련 유형 - APT(Advanced Persistent Threat): 임직원 대상 사회공학적 악성 이메일을 발송하고 이에 대한 탐지·대응 훈련 - 서버 해킹: 서버 대상 취약점 공격 탐지·대응 훈련 - DDoS(Distributed Denial of Service): 홈페이지 또는 서버 대상으로 대용량의 악성 트래픽을 보내고 이에 대한 탐지·대응

2. 침해사고 대응



TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

3. 사후 대응 및 재발 방지

공격 탐지 시 공격 대응 및 재발 방지 대책 수립 프로세스

1 공격 대응	2 결과 보고	3 후속 조치
- 이벤트별 심각도 정의 - 피해 내역, 피해 범위 산정 - 침해 시스템, 악성코드 상세 분석 - 침해 시스템 네트워크 격리 - 악성 통신 차단	- 침해사고 분석보고서 작성 - 정보보호 최고책임자 보고 - KISA¹⁾ 및 개인정보보호위원회 등에 신고	- 침해사고 원인 제거 - 재발 방지 대책 수립 - 재발 방지 가이드 적용 - 이행 점검 - 탐지 방안 적용 및 모니터링

1) Korea Internet & Security Agency(한국인터넷진흥원)

공격 대응 및 재발 방지 대책 수립의 기준이 되는 심각도 등급과 공격 유형의 세부 내용

유형	설명
심각도 등급	
정상	해킹 기법 및 보안 취약점 등이 발견되었으나 그 피해가 미미하며 사이버상의 국가 경제·사회 제반 활동이 정상적인 경우
관심	취약점, DDoS, 악성코드 등 공격 시도의 증가
주의	위험도 높은 취약점, DDoS, 악성코드 등 신규 해킹 기법의 출현으로 피해 발생 가능성이 증가
경계	취약점, DDoS 등 사이버 공격으로 인해 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우
심각	사이버 공격으로 인해 중요 정보 또는 지적 재산권의 파괴, 손상, 유출이 발생하여 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우
공격 유형	
스캐닝	네트워크 상에서 공격 대상을 파악하기 위한 행위
악성코드	다양한 방식으로 서버나 PC에 악성코드 감염 시도
취약점 공격	알려진 취약점 또는 0-day 취약점을 활용, PC 및 서버 권한 탈취 시도
DDoS	다수의 서버, PC 등을 이용해 비정상적인 트래픽을 유발시켜서 대상 시스템을 마비시키는 공격 행위

서비스 보안 관리

- 서비스의 안전한 운영을 위해 서비스 기획·설계·개발·출시 전 단계에서 서비스에 필요한 보안 점검 진행
- 소스코드 저장소 기반 DevSecOps(Development, Security, Operations) 지원 시스템 개발 및 운영

네이버 DevSecOps: Toothless

개요

서비스 기획 및 디자인 보안 리뷰 절차를 마련하고, 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안 리뷰가 가능하게 하여 원활한 협업을 돕는 지원 시스템

개발 단계에서 보안성을 높이기 위해 Toothless 전사 필수 적용 시행

프로세스

```
graph LR; Dev[개발자] -- "변경사항 등록(Pull Request) 1" --> GH[GitHub 저장소 Repository]; GH -- "2" --> TL[Toothless]; TL -- "4" --> SASAST[정적분석(SAST) 동적분석(DAST)]; GH -- "7" --> H[Harbor Registry]; H -- "3" --> CICD[CI/CD 빌드 및 배포 시스템]; CICD -- "배포(Deploy)" --> S[서버]; S -- "5" --> SASAST; SASAST -- "6" --> R[정적분석·동적분석 보고서]; R -- "10" --> Dev; R -- "11" --> Dev; R -- "8" --> SW[Seawall 이미지 취약점 분석]; SW -- "9" --> CB[컨테이너 보안 분석]; CB -- "9" --> SASAST; TL -- "검토 및 수정" --> Dev;
```

Toothless

소스코드 스캔
민감정보 스캔
오픈소스 취약점 스캔
웹서버 스캔
컨테이너 취약점 스캔

정적분석(SAST)
동적분석(DAST)

Toothless 기반 시큐어 코딩

리포터
Report
리스크 보고서
소스코드, 민감정보, 오픈소스 취약점

보안이슈 관리
Wing
Toothless-Wing
보안 이슈 트래킹 시스템

2025년 성과

Toothless 적용 Repository 건수 35,096 개 (전년 대비 4,223건 ↑)

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

AI 모델 및 AI 이용 서비스 보안점검 프로세스 수립

- **AI 모델 보안 평가 체계 구축:** LLM 모델에 대한 Security 평가 데이터셋 및 레드티밍 기반의 안전성 평가 프로세스를 수립하고, 발견된 위협 요소는 개발 팀과 협업하여 모델 학습에 반영함으로써 지속적인 보안 개선 체계 마련
- **AI 서비스 개발 단계 보안점검 내재화:** LLM 기반 애플리케이션의 핵심 보안 주제 가이드 정립, LLM을 활용한 오탐 검증을 결합하여 개발 단계에서의 취약점 탐지 및 안전한 코드 개선까지 아우르는 보안점검 프로세스 수립

LLM 활용 서비스 보안 이슈 및 네이버 대응 방안

이슈	대응방안
• 대규모 언어 모델(LLM)이 소프트웨어 시스템에 통합되면서, 애플리케이션과 이용자에게 심각한 영향을 줄 수 있는 보안 문제가 간과될 경우 큰 이슈로 대두	• LLM 기반 애플리케이션의 보안을 효과적으로 강화하기 위해 개발자가 우선적으로 고려해야 할 9가지 핵심 보안 주제를 가이드로 만들어서 공유함으로써 개발 단계에서의 보안을 강화
• LLM을 활용한 서비스가 증가함에 따라 LLM에 대한 Safety와 Security가 중요한 이슈로 대두됨 • 정적분석(SAST) 툴 기반으로 탐지한 취약점 결과에 오탐이 존재 • 탐지된 취약한 코드에 대한 안전한 코드를 확인하기 어려워 취약한 코드 개선의 어려움	• LLM 모델에 대한 Security 평가 데이터셋 구축 및 레드티밍을 통해서 모델에 대한 안전성을 평가 • 발견된 위협 요소에 대해서 개발 팀과 협업하여 모델 학습을 통해서 안전성 강화 • 상용 LLM을 이용하여 SAST 툴에서 탐지한 결과(코드 스니펫 이용)에 대해 오탐 여부 체크하여 불필요한 수정 작업 제거 • 취약한 코드에 대한 안전한 코드 제시하여 개발자들에게 편의성 제공하고 취약한 코드 개선 촉진

서비스 취약점 관리

- 서비스별 취약점을 관리하기 위한 보안 취약점 보상제도(버그 바운티) 및 CVE 발행 시스템 운영

버그바운티(Bug Bounty)

- 보안 취약점 및 버그에 대해 외부 분석가의 도움을 받아 사고 발생 이전에 버그를 확인하고 대처할 수 있는 프로그램
- 취약점 및 개선 사항 제보 → 적절한 보상 및 사례 지급

2025년 성과

참가자 수	지급된 리워드	총 제보 건수	평균 조치 기간
126명	\$33,900	255건	25일 (전년 대비 ↓28.5%)

CVE(Common Vulnerabilities and Exposures)

- 소프트웨어 보안 취약점을 국제표준 관리 번호인 ‘CVE 번호’로 발급할 수 있는 권한을 가진 ‘CNA(CVE Numbering Authority)’로 2018년 국내 최초 등록
- 네이버는 사용자들이 보다 효율적으로 대응하고 보안을 강화할 수 있도록, CNA로서 취약점을 신속하고 정확하게 식별하며 CVE를 발행하며 취약점 정보를 투명하게 공개

CVE 발행 절차

취약점 발견	취약점 제보	평가	CVE 예약	CVE 공개
• 화이트 해커 • 외부 보안 전문가 등	• 네이버 버그바운티, 웨일 버그바운티	• 내부 검토 후 발행 여부 결정	• 취약점에 대한 CVE ID 예약, CVE Record 작성	• 전 세계 공유 cve. naver.com(네이버) • cve.org(CVE) • nvd.nist.gov(NVD) 등

2025년 성과

CVE 발급 건수	누적 건수
10건	39건

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

보안 기술 개발 및 확대 적용

- 다양한 어뷰징 및 피싱 시도를 통한 데이터 오염 및 계정 오용을 방지하고 이용자 브라우저 환경에서의 보안을 강화하기 위해 보안 기술 개발 및 확대 적용

NAVER Safe Browsing

개요	• 2022년부터 자체 피싱 수집 엔진(NAPS, Naver Anti-Phishing System) 개발, 이용자 데이터를 위협하는 피싱 대응 강화 • 브라우저, 모바일 앱을 포함해 카페 채팅과 같이 이용자들이 피싱 공격에 노출될 수 있는 자사 서비스에 확대 적용
2025년 성과	• 신규 수집 모듈(전자문서 피싱, pDNS 기반) 추가 개발하여 차단 적용 • 플리마켓 외 3개의 자사 서비스 연동 완료 • 시그니처 기반 피싱 자동 탐지 모듈 개발 및 차단 활용

Web Traffic Monitor

개요	• WTM(Web Traffic Monitor)은 어뷰징 행위를 룰 기반으로 탐지 및 차단할 수 있는 플랫폼 • 트래픽이 서비스 서버로 전달되기 전에 어뷰징 행위를 검출할 수 있는 구조로 운영하여 서비스 품질 향상 및 서버 부하 완화 기능
2025년 성과	• WTM 기능 고도화로 서비스로 인입되는 어뷰징 트래픽 검출 강화 및 캡차(Captcha) 도입으로 차단 강화

Ncaptcha

개요	• 규칙 기반으로 이용자 브라우저 환경에서 동작하는 Invisible Captcha로 이용자 경험 저하 없이 적용 가능 • WASM(Web Assembly) 형태 구현 및 강력한 난독화 기능 적용을 통해 기존 Captcha의 문제점을 보완
2025년 성과	• 회원 로그인, 쇼핑, 지도 등 주요 서비스 적용 및 어뷰징 트래픽 차단 기여

서비스 특화 보안 교육

- 매년 특정 서비스를 선정해 모의해킹에 준하는 보안 점검 실시, 외부 해커의 관점에서 서비스 보안 취약점을 진단하고 발견된 보안 버그의 원인과 해결 방안을 개발자에게 교육
- 2019년 사전 서비스를 시작으로 매년 1개 이상의 서비스에 대해 서비스 특화 보안 교육을 진행
- 2025년 컨테이너 플랫폼, 플레이스, 콘텐츠 서비스 및 네이버 베트남 개발센터 대상으로 보안 점검 실시

프로세스

1 대상 선정 및 공지	2 집중 모의해킹	3 개발자 대상 보안 교육	4 교육 결과 피드백 설문
• 특정 서비스·조직 선정 및 모의해킹 사전 공지	• 약 2주간 외부 해커 관점에서 해당 서비스 대상 모의해킹 실시	• 모의해킹 결과를 바탕으로 개발자 대상 보안 버그 설명 및 해결 방안 제시	• 서비스 특화 보안 교육에 대한 만족도 및 개선 방안 조사

연도별 성과

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
• 사전	• 플레이스 • 웹툰 • 예약 & 주문 •페이	•파이낸셜	•바이브 •블로그	•카페/밴드 •스마트스토어 •네이버 앱/게임/스포츠	•회원 서비스 •광고 서비스	•컨테이너플랫폼 •플레이스 •베트남 개발센터 •콘텐츠

2025년 성과

Container 플랫폼(2월)	플레이스 서비스(6월)
총 70명 참석	총 163명 참석
교육 만족도 4.71점	교육 만족도 4.48점
베트남 개발센터(9월)	콘텐츠 서비스(11월)
총 104명 참석	총 232명 참석
교육 만족도 4.89점	교육 만족도 4.85점

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

임직원 교육 및 인식 제고 활동

• 정보보안 관련 회사 정책 및 내용을 이해하고 부주의로 인한 정보보안 위반이나 정보 유출을 예방하기 위해 전사 정보보안 교육, 캠페인, 대상별 인식 제고 및 역량 강화 활동 수행

전사 정보보안 교육

- 교육 내용 업무 기기 및 데이터 보안, 정보유출 모니터링 강화 안내 등
- 교육 대상 네이버 및 계열사 전 임직원(임원/정규직/계약직/파견직/인턴)
- 교육 주기 연 1회 진행

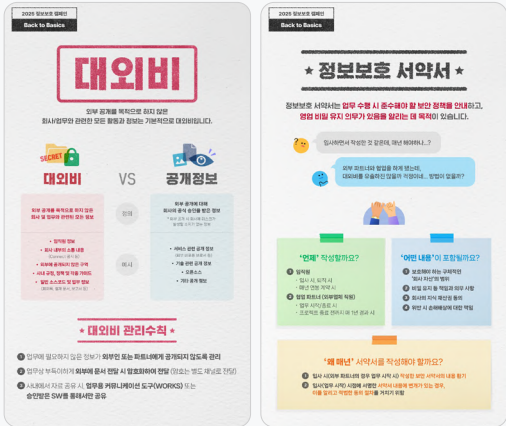
2025년 교육 이수율
네이버 법인 기준 97.1%



정보보안 참여 캠페인

- 캠페인 주제 기초적이지만 기본이 되는 보안 내용 되짚어보기
- 캠페인 목표 기본적인 보안 수칙들을 가볍게 되새겨볼 수 있도록 내용을 구성하여, 놓치기 쉬운 부분들을 다시 한번 리마인드 할 기회를 마련하고자 함
- 진행 방식 Connect 공지 및 DID 게시를 통한 캠페인 진행

	2025년 캠페인 내용
1회차	어디까지가 대외비일까요?
2회차	정보보호 서약서, 왜 작성해야 할까요?
3회차	(개인)정보보호 교육 내용 돌아보기 퀴즈
4회차	꼭 지켜야 할 업무기기 보안수칙
5회차	내 PC에 설치된 보안 프로그램이 궁금해요!



대상별 인식 제고 및 역량 강화 활동

신규 입사자 정보보호 교육

- 정보보호, 개인정보보호, 정보보안 실천사항, 개발자 대상 보안 교육 및 가이드 등 5개 교육으로 상세 개편하여 신규 입사자 대상 업무 시작 전 교육 시행
- 교육 만족도와 개선 의견을 조사하여 교육 효과성 개선



교육 과정	교육 주제	대상	주기	이수율
신규 입사자 정보보호 교육	정보보호의 중요성 및 신규 입사자 정보보호 실천사항	신입 직원	월 1회	100%

개발자 정보보안 교육

- 2019년부터 'TechShare' 매월 운영
- 시스템과 보안 영역에서 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 정보보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우 강의
- Tech 직군 대상 '개발자가 알아야 할 단계별 보안 프로세스'를 주제로 정보보안 교육 시행



교육 과정	교육 주제	대상	주기	이수율
개발자 보안 교육	개발자가 알아야 할 단계별 보안 프로세스	Tech 직군 신입 직원	월 1회	100%

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

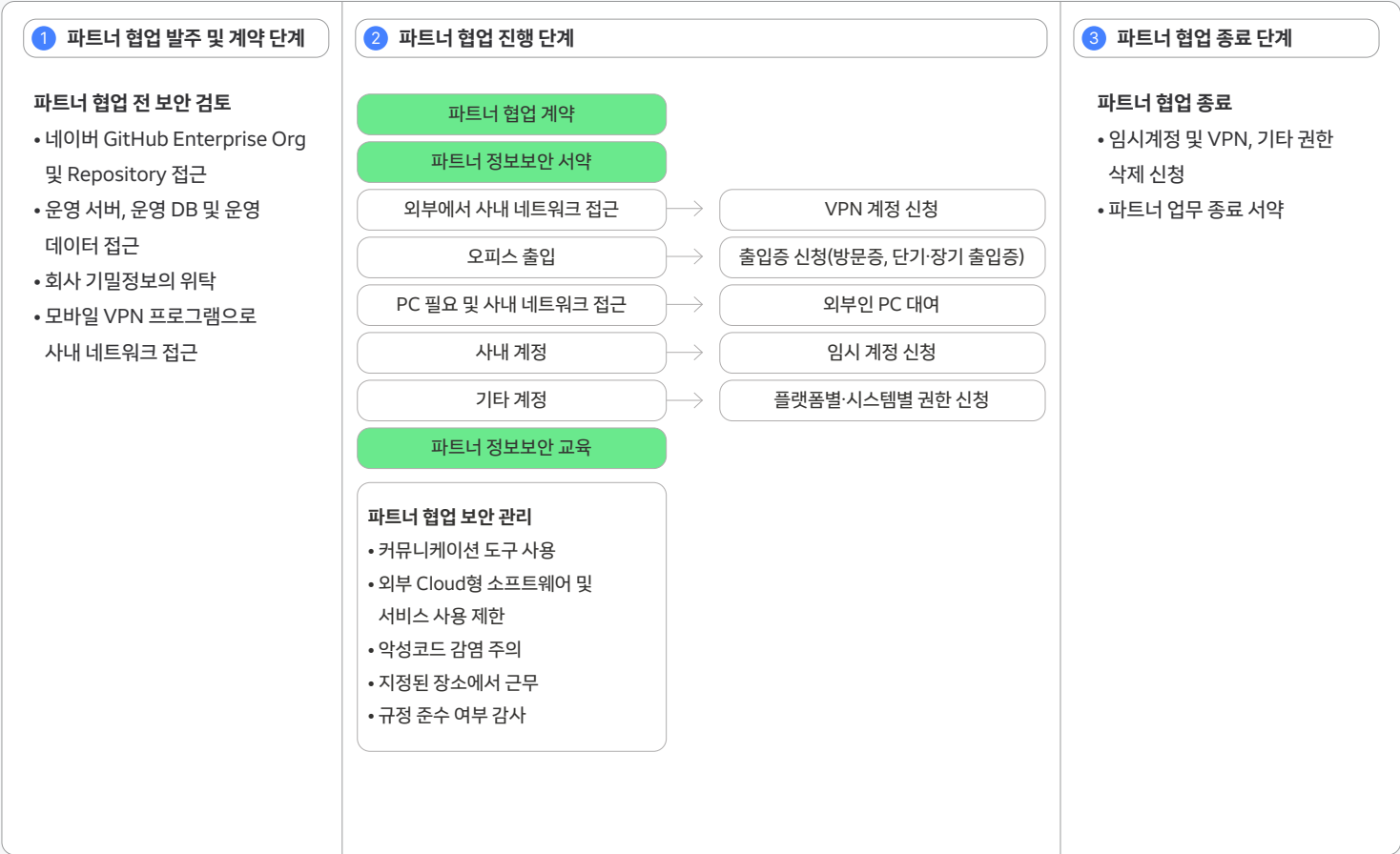
지표 및 목표

정보보안

파트너 정보보안 관리

- 외부 파트너와 업무 위탁 및 협업 과정에서 준수해야 하는 정보보안 사항에 대한 관리 강화
- 사내 네트워크 및 사내·기타 계정의 접근 과정에서 정보보안을 위해 파트너 정보보안 서약 실시
- 파트너(외부 직원) 대상 보안 인식 제고 및 협업 과정에서 보안 위협 예방을 위한 정보보안 교육 실시

파트너 협업 관리 업무 프로세스



파트너 정보보호 교육

교육 내용	외부 직원이 지켜야 할 보안 수칙
교육 대상	파트너(외부직원)
교육 방식	온라인(비공개 채널)
교육 주기	상시
교육 이수 확인	정보보호 서약서에서 교육 여부 체크

파트너 정보보호 교육

NAVER 파트너 정보보호 교육 영상

1:10 / 2:10

NAVER Security구독

조원수 141회 2024. 4. 1.파트너 정보보호 교육은 함께 업무를 하는 파트너 분들께,회사의 정보보호 관련 수칙을 안내하고 협조를 요청하기 위해 진행하고 있습니다.보안 유의 사항을 준수하여 악성코드 감염, 정보 유출 등 보안 사고의 발생을 미연에 방지할 수 있도록 함께 노력해주세요!!

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

기획 관리 방안

정보보안 관리체계 적절성 평가 및 인증 취득

- 네이버의 정보보호 관리체계가 내부 보안 정책 및 법적 요구사항에 따라 효과적으로 운영되고 있는지 연 1회 이상 점검하고, 발견된 문제점을 CISO에게 보고 및 개선
- 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 네이버의 서비스 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증
- ISO/IEC 27001, ISMS/ISMS-P, SOC 2, 3 등 정보보호 인증의 요구사항인 ‘정보보호 관리체계 점검’ 항목을 충족
- 현황점검 및 정보보호 인증심사에서 발견한 정보보호 이슈의 개선여부를 지속적으로 확인

정보보호 관리체계 점검 상세 내용

점검 방식	점검 목적
자사 관리·운영 항목 체크리스트에 근거한 프로세스 확인 및 샘플링 현황 조사	정보보호 리스크 파악 및 개선하여 회사의 정보보호 수준을 지속적으로 향상, 외부 정보보호 인증 및 파트너 보안 요구사항에 대한 원활한 대응

정보보안 인증 보유 현황 및 적용 범위

인증	설명	인증 범위
정보보호 및 개인정보보호 관리 체계 인증(ISMS-P)	정보 서비스 보호와 개인정보보호 관리 능력을 통합적으로 고려한 인증	네이버 서비스 운영(고객센터, 비즈니스, 네이버인 증서 및 전자문서 포함) 및 이용자(B2C, B2B) 개인 정보 관리(심사받지 않은 물리적 인프라 제외)
정보보호 관리체계 인증 (ISMS)	정보통신망의 안전성 확보 및 조직의 정보 자산 보호 능력에 대한 인증	네이버 데이터센터('각') 운영
국제 정보보호 관리체계 인증 (ISO/IEC 27000시리즈)	정보보호 수준의 지속적 개선 및 이용자 요구사항 충족을 보장하는 국제 인증 ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701 취득	The Information Security Management covers the development, maintenance, operation of all services in NAVER Corporation including security activities for protecting customer's privacy information using the applicable controls
서비스·부서 내부 통제(SOC)	서비스·부서에 대한 내부통제의 적절성을 평가 확인	네이버로그인, 스마트플레이스, 카페, 밴드·밴드키즈

정보보안 인식 제고

이용자 인식 제고 활동

피싱 예방 캠페인	• 스마트스토어 사칭 피싱 사례 공유 및 주의 당부 • 광고주 센터 피싱 사례 공유 및 주의 당부 • 최신 메일 기반 유포 피싱 사례 공유 및 주의 당부
피싱 동향 분석 자료 배포	• 신규 유포 피싱 사례들에 대한 세부 분석 내용 공유 • 연구자들이 활용 가능한 피싱 특성 통계 데이터 공유

정보보안 기술 및 지식 공유

- 정보보안 기술 공유를 통한 개발자 및 이용자 대상 정보보안 대외 기여 활동 전개

NShiftKey	• Toothless 운영 경험과 노하우를 바탕으로 DevSecOps 보안 도구인 NShiftKey를 외부 개발자들이 무료로 사용할 수 있도록 공개 • 소스코드 정적분석, 민감정보 노출 여부 분석, 오픈소스 라이브러리 취약점 분석 기능 포함 14개 언어에 대해 분석 기능을 제공 • Codeshield AI 기능 업데이트(2025): AI가 코드 컨텍스트를 이해하고 정탐/오탐 여부를 스스로 판단, 정탐으로 확인된 취약점에 대해 수정 코드 제안, RAG 기반 정확도 향상
네이버 보안백서	• 네이버 보안백서를 매년 발간해 주요 정보보안 활동 및 보안 이슈 공개 • 내부 임직원 대상으로 공유하던 보안백서를 2022년 활동·성과부터 공개 버전으로 발행 • 네이버 정보보안의 투명성을 높이고, 우수한 보안 콘텐츠 및 기술을 외부에 공유 • 2025년 Security Report 플랫폼 오픈
피싱 유포 사례집 발간	• 협력 기반 보안 대응 생태계 구축을 위해 2026년 1월 총 21개월(2024.1~2025.9)의 피싱 공격에 대한 전략 방안을 대외에 공개 • 피싱 공격 113,471건 분석에서 발견된 주요 피싱 패턴 및 특징 공유 • 새로운 피싱 유형 소개 및 네이버 대응 사례 소개 • 피싱 특성별 분류 체계 소개 • 단기 및 중장기 대응 전략과 권고 사항안내 • 향후 종합적·국제적 공조로 대응 체계 강화 의지 전달

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

대외협력 및 이니셔티브

외부 발표

2025 AI Cyber Defense Contest
(2025.12, 과기정통부 주최, KISA 주관)

- AI Red Teaming 기반 보안 위협 대응 및 연구 사례 발표
- AI Security 및 Safety 확보를 위한 공격, 방어 전략 공유
- 자동화 테스트 방법론 및 글로벌 기업 사례 인사이트 도출



기술 교류

네이버x현대차x삼성전자 보안 기술 교류회
(2024-2025)

- 주요 기업 간 AI, Web, Mobile 보안 기술 교류 및 공동 논의 진행
- LLM Security 및 Guardrails, 인증 전략 등 최신 보안 기술 공유
- 기업 간 실무 중심 보안 대응 사례 및 인사이트 교환

글로벌 이니셔티브

APWG

- 글로벌 피싱 대응 협의체 참여를 통한 위협 정보 공유 체계 구축
- 네이버 서비스 기반 피싱 탐지 및 대응 사례 공유
- ‘Accredited Reporter’ 자격 획득을 통한 대응 신뢰도 강화



산업 협력

오소리(OSORI) 프로젝트

- 오픈소스 정보를 통합·공개하여 투명하고 신뢰 가능한 오픈소스 생태계 구축을 목표
- 네이버 시큐리티는 2024년 10월부터 참여하여 오픈소스 및 라이선스 정보를 데이터 형태로 기여
- 2025년 10월, 오픈소스 라이선스 데이터 16건 및 SW 데이터 2,234건 추가 기여



전략 및 사업모형 회복력

•네이버는 사이버 침해사고, 서비스 보안 취약점, 임직원·파트너 대상 정보 유출 등 주요 정보보안 위협을 발생 가능성은 낮으나 사업모형에 미치는 영향이 크고 회복 기간이 중장기에 이를 수 있는 위협으로 인식하고, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 사전 예방 중심의 관리 체계를 지속 고도화하여 정보보안 회복력을 강화하고 있음

예방 중심 대응 체계  서비스 기획·설계·개발·출시 전 단계에 DevSecOps 기반 보안(Toothless)을 전사 필수 적용하고, 연간 종합 보안 진단 및 취약점 점검을 통해 위협 발생 가능성을 낮은 수준으로 관리하며 사고 발생 시 신속한 탐지·대응·복구가 가능한 침해사고 대응 프로세스를 운영	회복 역량 실효성 검증  매년 외부 기관과 협력하여 APT·서버 해킹·DDoS 대응 모의훈련을 실시하며, 최근 3년간 전체 공격에 대한 탐지 및 대응 100%를 달성하여 불확실한 사이버 위협 환경에서의 실질적인 회복 역량을 지속 검증
인증 기반 관리체계  ISO/IEC 27001·ISMS·SOC 2/3 등 국내외 정보보호 인증을 유지하고, 연 1회 이상 정보보호 관리체계 적절성을 점검하여 미흡사항을 CISO에 보고·즉시 개선함으로써 보안 체계와 전략의 회복력을 정기적으로 검증	위험-기회 균형 검토  클라우드·AI 인프라 확장, 외부 협력 확대 등 사업 기회 추진 시 보안 검토를 전제로 의사결정하여 정보보안 위험과 기회를 균형 있게 고려함으로써 지속가능한 사업모형 회복력을 유지

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

정보보호 위험관리 가이드라인

- 정보보호 관련 잠재적 위험 요인을 식별하고, 식별된 위험에 대해 위험 영향도 및 발생 빈도 등을 고려한 위험평가를 수행하여, 위험 허용 수준을 넘어서는 위험을 우선적으로 관리

위험 식별

- 다음과 같은 투입변수 및 매개변수를 활용하여 정보보호 위험을 식별

투입변수	내부	내부 정보보호 점검 결과, 외부 기관 인증 및 심사 결과
	외부	언론 기사·제보 등 외부 채널, 외부 이해관계자 의견, 관련 법률 및 규제 요구사항
매개변수		회사의 목적, 부서 및 프로세스의 목표를 기반으로 내외부 경영환경 전반을 고려

위험의 성격·발생가능성·영향 크기 평가 방식

- 위험분석
 - 위험의 원인, 발생가능성 및 영향 요인을 확인하여 위험 평가를 위한 정보를 제공
 - 위험의 내용 및 맥락에 따라 정성 분석, 정량 분석 또는 복합 분석 수행
 - 발생할 수 있는 결과에 따른 위험 분류, 영향도·발생 빈도 및 관련 위험 연계성을 기준으로 중요도 판단
- 위험평가
 - 분석 과정에서 발견된 위험 수준(영향도·발생 빈도 등)과 네이버 경영환경을 종합적으로 고려하여 내부 위험 기준과 비교하여 평가

위험기준	법률·규제·기타 요구사항 및 조직의 위험 허용 범위를 반영하여 설정한 내부 기준
임계치	위험허용수준(DoA, Degree of Assurance)을 초과하는 위험에 대해서 리스크관리 시스템을 통해 리스크관리 수행

위험 처리 및 모니터링

- 위험을 최소화하기 위해 아래와 같은 방법으로 관리
 - 위험 회피: 위험을 발생시키는 행위를 하지 않거나 중단
 - 위험 수용: 효용성을 고려하여 위험을 감수
 - 위험 전가: 위험을 제3자에게 이전
 - 위험 감소: 위험의 원인 제거, 위험의 가능성, 위험의 결과로 인한 영향도를 최소화
- 모니터링 및 검토
 - 위험 기준 변경 및 위험 관리, 우선 순위의 수정이 필요할 수 있는 위험 등의 변화를 확인
 - 리스크관리 통제 프로세스의 효과성과 효율성을 평가
 - 새로운 위험 요소를 식별

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

전사 정보보안 위험관리 프로세스

- 정보보호 관리체계 기반의 관리적·기술적·물리적 보안관리에 대한 위험을 식별
- 회사의 위험관리 프로세스에 따라 위험 평가 및 위험 처리 계획을 수립
- 계획된 위험에 대한 처리를 진행하고, 위험 처리 결과에 대해 모니터링 및 보고 수행

프로세스	방법
위험 식별	• 정보보안 관리체계 기반의 관리적·기술적·물리적 보안 항목별 준수 여부 확인
위험 분석	• 정보보안 관련 위험 파악 후 영향도 검토
위험 평가	• 위험별 상·중·하 등급 위험 평가
위험 처리	• 위험관리시스템을 통한 정보보안 처리 계획 등록 및 관리 - 위험처리 유형: 축소·감소·전가·회피 - 위험처리 일정, 담당자, 처리 내용 관리
모니터링 및 검토	• 처리 결과 모니터링 및 결과 확인 • 처리 결과에 대한 CISO 보고

서비스 보안 위험관리 프로세스

- 각종 보안 위협에 대응하기 위해 ‘Let’s Shift Left’ 보안 전략을 적용하여 서비스 기획·설계·개발 단계에서부터 보안 취약점 발생을 관리 및 감독하고 최소화하며, 발생한 보안 취약점에 대해서는 신속한 개선 조치 수행
- 서비스 보안 점검 프로세스를 통해 서비스 기획·설계·개발·출시 전 단계에서의 보안 취약점 식별

프로세스	방법
위험 식별	• 설계 및 개발 단계에서 보안 리뷰 • 보안 검수 및 취약점 탐지 자동화 스캔 • 버그바운티 제도 활용
위험 분석	• 발견된 위협에 대해서 상세 분석 및 서비스 영향도 검증
위험 평가	• 내부 평가 기준에 따라 Critical, Major, Minor로 위험 등급 산정
위험 처리	• 이슈 관리 도구를 통해서 상세 기록 및 전파 - JIRA를 통해 이슈 등록 및 개발 담당자 지정 - NB3Roker¹⁾를 통해서 지속적인 이슈 처리 상태 확인
모니터링 및 검토	• 이슈 패치 여부 확인 및 우회 포인트 점검 - 수정 완료 시 이행 검수 진행 - 취약점 탐지 툴(SSRP)을 통해 롤백 대응

1) NAVER Security에서 자체 개발한 시스템으로, 보안 검수, 모의해킹, 종합보안진단 결과로 나온 취약점을 관리

전사 위험관리 통합 방법

- 전사 단위의 리스크관리 워킹그룹 운영을 통해 전사 통합 리스크관리를 수행, 2개월마다 정기 회의를 실시하며, 필요 시 수시 회의 소집
- 전사 통합 리스크관리 내 정보보안 이슈를 포함하고 관리 책임자가 참여하여 주기적으로 리스크 통합관리
- 매년 정보보안 이슈에 대한 주기적 현황 보고 및 리스크 관리·예방 (2025년 기준 6회 참석, 정보보안 안건 3건 보고)
- 매년 리스크관리위원회에 전사 통합 리스크관리 차원으로 계획 및 진척을 2회 보고

TOPIC 2.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

정보보안

목표	지표	2025년 성과	세부 추진 목표		
			2026년	2027년	2028년 ~ 2030년
정보보호 생태계 조성 리딩·선도	양방향 AI Safety 보안 기술 강화 및 점검 영역	• AI 모델 및 AI 이용 서비스에 대한 보안점검 프로세스 수립 및 3회 점검	• AI 모델 및 서비스 리스크관리 체계 내 보안 검토 확대 • AI를 활용해 취약한 코드에 대한 안전한 코드를 제안하여 서비스 출시 전 보안 취약 발생 최소화	• AI 모델 보안 점검 강화 및 보안 점검 대상 AI 이용 서비스 확대 • 취약점 탐지에 AI 모델을 활용하여 보안 취약 탐지 효율 확대	• AI 모델에 대한 점검 자동화 파이프라인 구축
	이용자 및 파트너 정보보안 인식 제고 강화 건수	• 이용자 대상 정보보안 캠페인 연 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 5건 이상 공유 • 파트너 협업 대상 정보보안 교육 1회	• 이용자 대상 정보보호 캠페인 연 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 5건 이상 공유 • 피싱 유포 사례집 외부 공유 • 파트너 협업 직원 대상 정보보호 교육 1회 이상	• 이용자 대상 정보보호 캠페인 연 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 5건 이상 공유 • 피싱 분석내용 공유를 위한 외부 행사 1회 이상 참석 • 파트너 정보보안 기술력 강화 이행 지원	• 이용자 대상 정보보호 캠페인 연 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 분석 내용 5건 이상 공유 • 피싱 분석 내용 1건 이상 외부 공유 • 파트너 정보보안 기술력 강화 이행 지원
	이용자 보호를 위한 기술 개발	• 사이트 검색 피싱 사이트 자동화 • 세이프 브라우징(사전 피싱 방지 URL 경고 솔루션) 연동 사용처 2개 이상 확대	• 세이프브라우징 연동 서비스 확장 및 탐지 범위 확대 - 연동 사용처 2개 이상 확대 • 어뷰징 차단 플랫폼을 통한 주요 서비스 대응 강화	• 세이프 브라우징 서비스 플랫폼화 및 차단 범위 확대 - 악성 URL 대응 플랫폼 서비스 개발 - 연동 사용처 2개 이상 확대 - 피싱 수집 채널 2건 이상 신규 개발 • 크롤링 차단 기술 연구 및 개발	• 세이프 브라우징 서비스 외부 플랫폼 서비스 연동 강화 - 능동적 차단 채널(외부 신고 채널) 확보 - 차단 요청 시스템 개발 (외부 신고 채널 구축) • 어뷰징 대응 전사 플랫폼 체계 확립
	서비스 보안 침해 및 유출 방지를 위한 신규 개선 과제 발굴 및 이행	• Access Log Monitor 시스템 구축을 통한 신규 위협 포인트 사전 차단 10건 이상 발굴 • 컨테이너 보안 시스템(Seawall) 탐지 품질 향상 및 로직 개선 • 정보 유출 체계 관리 강화를 위해 PC 데이터 유출 경로 감시 및 차단 솔루션 도입	• 정보유출 모니터링 확대 구축 및 고도화 - E-DLP 확대 적용, Necromancer 모니터링 체계 고도화	• DevSecOps 시스템 통합 (Toothless, Seawall, OMS) - 소스코드, 컨테이너, PM/VM, 오픈소스 취약점 현황 관리 및 통계 제공 • 내부 정보 유출 및 침해사고 모니터링 체계 강화	• 내부 정보 유출 및 침해사고 모니터링 및 SOAR 적용, 보안 대응 자동화

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

의사결정기구의 관리·감독

의사결정기구

이사회

- 연간 예산 승인과 주요 자본 지출, 인수·매각을 포함한 주요 의사결정 및 최종 감독

이사회 내 ESG위원회

- 기후 관련 목표·전략 승인 및 이행 모니터링
- 기후 관련 중대 위험·기회 및 전환 계획 심의·승인
- ESG위원회의 기후 관련 위험 및 기회 감독 책임은 2021년 제정된 ‘ESG위원회 운영규정’에 명시

기량 및 역량

- 이사회 및 ESG위원회의 전문성 확보를 위해 독립이사 선임 시 경영, 경제, 회계, 법률뿐만 아니라 기후, ESG 관련 전문지식과 경험의 보유 여부를 종합적으로 고려
- ESG위원회를 대상으로 연 1회 이상 기후변화 관련 정기 교육을 실시하여 관리·감독 역량 강화

ESG위원회 역량 강화 교육 내역

교육일자	교육실시주체	참석 독립이사	주요 교육내용
2025.04.01.	Green Impact	ESG위원회 독립이사 전원(노혁준, 변재상)	2025년 ESG전략 개편

보고 방법 및 빈도

- ESG위원회는 환경 및 기후 관련 안건을 포함해 최소 연3회 이상 정기적으로 개최
- ESG위원회는 환경 및 기후 관련 주요 위험·기회, 관련 핵심 과제 및 이행 결과를 정기적으로 보고받으며, 이를 기후변화 관련 주요 안건 의사결정에 반영

주요 의사결정 시 위험 및 기회를 고려하는 방식

- 이사회는 기업 경영 주요 의사결정 과정에서 기후변화에 따른 위험 및 기회 분석, 균형 있는 대응 전략 고려
- 위험 및 기회는 발생 가능성과 재무·비재무적 영향도를 기반으로 평가되며, 중대성 평가 결과를 바탕으로 조치 대상 여부를 판단
- 탄소배출권 가격 상승, 데이터센터 에너지 사용량 증가에 따른 에너지 비용 상승을 주요 기후 관련 위험으로 식별하여 투자 및 운영 관련 의사결정에 반영
- 에너지 절감 기술 개발에 지속적으로 투자하고 있으며, 운영 단계 재생에너지 전환을 추진함에 있어 추가성 확보가 가능한 재생에너지 장기 고정가격 계약(PPA, Power Purchase Agreement) 방식을 우선적으로 고려
- PPA 구조를 통해 에너지 가격 변동에 따른 재무적 부담을 완화하고 장기적인 비용 절감을 도모

2025년 ESG위원회 기후변화 관련 보고안건 및 결의사항

개최일자	의안내용	가결여부	기후변화 관련 위험·기회 고려
2025.06.11.	2024년 네이버 연결법인 온실가스 배출 및 감축 현황	보고	에너지 효율화 기술 및 재생에너지를 이용한 온실가스 감축 현황 검토
2025.10.01.	친환경 경영 고도화 진행 현황	보고	재생에너지 확보, 환경친화적 서비스 확대 등을 통한 친환경 경영 고도화 방향 검토
2025.12.18.	FY25 ESG 중대 토픽 위험 및 기회 검토	가결	중대 토픽으로 선정된 ‘온실가스 및 에너지 관리’ 관련 경영진 KPI 수립 방향 검토

다른 지속가능성 위험 및 기회와의 상충 고려

- 정보보안 및 서비스 안정성 강화를 위한 서버 이중화, 데이터 저장·백업 확대, 보안 모니터링 강화 등 데이터센터·서버 인프라 확충은 사이버 리스크 대응 및 서비스 경쟁력 제고에 긍정적으로 기여하나, 서버 가동 및 냉각 수요 증가로 전력사용량이 확대되어 에너지 비용 상승 및 온실가스 배출량 증가 가능성 존재
- 따라서 데이터센터·서버 인프라 확충 관련 기회 및 대응 방안은 기후변화 대응 측면의 에너지 사용 및 온실가스 배출 영향과 함께 종합적으로 검토 필요
- 이를 완화하기 위해 고효율 서버 도입, 데이터센터 에너지 효율화, 재생에너지 조달 확대 등의 대응 방안을 추진

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

목표 설정 및 진척도에 대한 관리 감독

- 연초 기후변화 대응 관련 목표를 수립하고 이를 이사회 내 ESG위원회가 경영진 ESG KPI로 승인하며, 성과 및 목표 달성현황을 모니터링
- 모니터링된 ESG KPI 달성성과는 이사회 내 보상위원회의 검토를 거쳐 경영진 보수 중 성과 인센티브(상여)에 반영

2025년 경영진 기후변화 대응 영역 KPI 달성현황

경영진 ESG KPI	세부 개선 과제	달성 현황	
데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련	• PPA, 발전소 투자 등 경쟁력 있는 지속가능한 에너지 확보 추진 • 데이터센터 각 춘천 RE70 수준의 재생에너지 확보 - 2025~2026년 2개년 추진 목표	달성 (진행 중)	• 데이터센터 각 춘천 6MW 태양광 PPA 개시 • 그린팩토리 1MW 태양광 PPA 추가 개시 (기존 1.5MW → 2.5MW) • 지분투자 및 PPA 추진을 통한 데이터센터용 대규모 재생에너지 확보 체계 구축
재활용품 회수 보상 거점 정보 제공 전국 확대	• 전국 지자체 ‘고품질 재활용품 회수보상 사업 수거 거점’ 네이버 플레이스 연동	달성	• 전국 지자체 ‘고품질 재활용품 회수보상 사업 수거 거점’ 네이버 플레이스 연동 완료

경영진의 역할

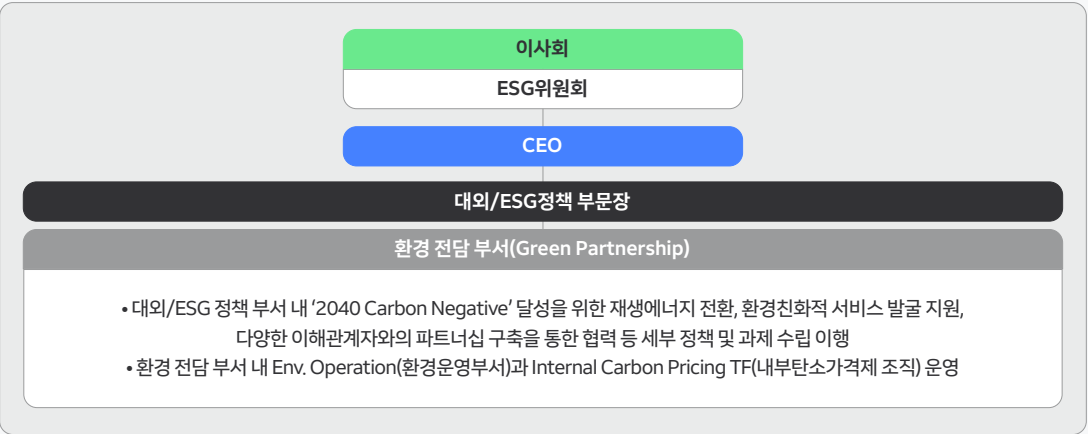
역할 위임 및 감독 방법

- 네이버는 기후 관련 위험 및 기회에 대한 관리 역할을 CEO 및 대외/ESG정책 부문장에 위임
- 이러한 역할 수행 과정에서 CEO 및 대외/ESG정책 부문장은 이사회 내 ESG위원회의 감독을 받음
- CEO는 저탄소 전환 및 관련 사업 기회 확대를 위한 전사 전략을 총괄하고, 기후·에너지 관련 주요 투자·자본 배분·자금 조달 의사결정
- 대외/ESG정책 부문장은 기후 대응 전략 및 ESG 과제 수립·추진을 총괄하고, 기후 관련 위험·기회에 대한 대응 과제 설정 및 이행 관리하며, 대내외 커뮤니케이션을 통한 네이버 기후변화 대응 방향성 확산

통제 및 절차

- ‘네이버 환경경영방침’을 기반으로 기후변화 대응 정책을 수립·운영하고 있으며, 전담 부서를 통해 기후 관련 위험 및 기회의 식별, 평가 및 대응 과제 관리를 수행
- ISO 14001 연계 경영검토 과정에서 연 1회 이상 기후변화 교육을 실시하며, 필요 시 워킹그룹을 통해 환경 관련 사안 논의 진행
- 환경 전담 부서에서 기후 관련 주요 위험·기회, 핵심 과제 및 이행 결과를 대외/ESG 정책 부문장, CEO 및 ESG위원회에 정기 보고하며, 경영진과 ESG위원회는 이를 검토하여 관련 의사결정에 반영

온실가스 및 에너지 관리 조직도



TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

위험 및 기회

- 네이버는 전력 요금 상승, 탄소배출권 구매 부담 증가 등 기업에 미치는 재무적 영향이 크고 회복기간 또한 중장기에 이를 수 있는 중대한 리스크를 인식
- 재생에너지 장기 고정가격 계약, 고효율 설비 도입, 정책 인게이지먼트, 비즈니스 연속성 계획 수립 등을 통해 기후변화 관련 위험을 체계적으로 관리
- 재생에너지 인프라 투자 확대, 네이버 서비스 내 환경적 가치 내재화 등을 통해 기후변화 관련 기회요인 또한 지속적으로 확대

온실가스 및 에너지 관리 위험 및 기회

위험 및 기회 요인		잠재적 재무 영향	가치사슬 ¹⁾	기간 ²⁾			관리 방안
				단기	중기	장기	
전환 위험	국제 정세 변화에 따른 비재생에너지 전력 공급 불안정 및 전력요금 상승	전력비 상승	Upstream		○	○	• 재생에너지 장기 고정가격 계약을 통해 에너지 가격 변동에 따른 비용 리스크 완화 및 중장기 전력 비용 안정화 도모
	고효율 설비 및 에너지 절감 기술 도입 요구 증가	기술 개발 및 설비 투자 비용 증가	Own Operation	○	○		• 건축 단계부터 친환경성과 에너지 효율을 설계에 반영 • 자체 기술 역량 확보를 통해 데이터센터 운영 효율을 제고
	온실가스 배출량 증가로 인한 탄소배출권 구매 부담의 증가	탄소배출권 구매 비용 증가	Own Operation		○	○	• 에너지 절감 활동 및 재생에너지 사용 확대를 통한 온실가스 감축
	탄소 규제 강화로 인한 국내 재생에너지 수요 증가	재생에너지 전환 비용 증가	Own Operation		○	○	• 정책 인게이지먼트 활동을 통해 재생에너지 공급 확대 및 합리적인 시장가격 형성 도모
물리적 위험	극한기상 발생에 따른 사옥 및 데이터센터의 물리적 손상	설비 복구 비용 증가 및 서비스 중단에 따른 매출 손실	Own Operation	○	○	○	• 디지털트윈 활용 취약 지역 평가 • 방재·배수 설비 구축 및 전력·통신 이중화 • 비즈니스 연속성 계획 수립 및 훈련
기회	재생에너지 기반 인프라 전환 추진	중장기 전력비 및 탄소 비용 부담 완화	Upstream & Own Operation			○	• 재생에너지 인프라 투자 확대(재생에너지 발전소 지분투자, 태양광 설치 등)
	환경친화적 서비스 확대에 따른 이용자의 증가 및 산업 경쟁력 확보	이용자 유입 확대로 매출 증가	Downstream			○	• 네이버 서비스 내 환경적 가치 내재화

1) 영향이 발생하는 가치사슬 단계
2) 단기: 1년 미만, 중기: 1~5년, 장기: 5년 이상

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

정책

- 환경 전담 부서 Green Partnership의 주관으로 온실가스 및 에너지 관리 내용을 포함한 ‘네이버 환경경영 정책’을 수립

환경경영 정책 주요 내용

목적

회사의 활동으로 유발되는 기후변화 영향을 최소화하고 다양한 이해관계자와 함께 저탄소 사회 실현을 위한 목적으로 환경정책을 수립 및 운영

정책 범위

내부 임직원, 회사사, 파트너 등 네이버의 사업에 참여하는 모든 이해관계자에게 적용

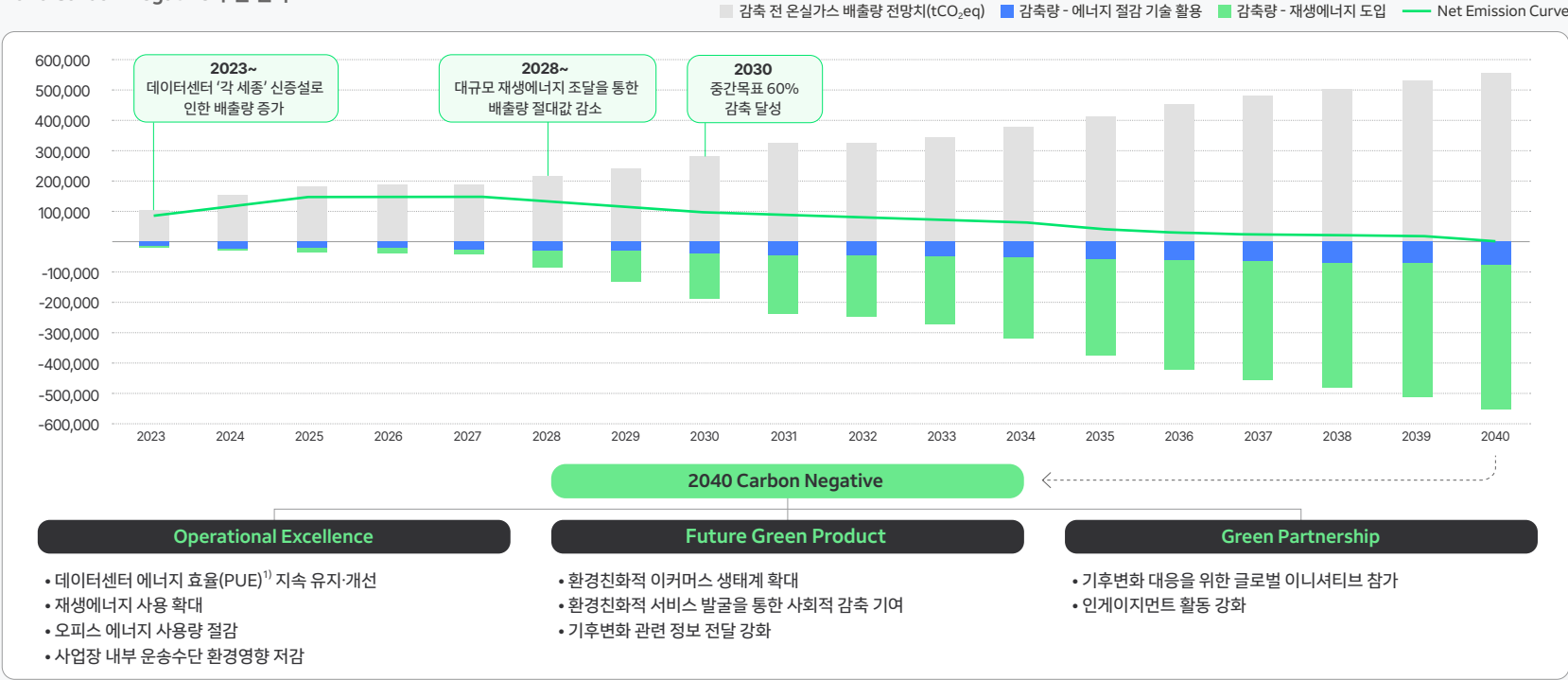
준거 및 협약

파리협정 및 UN 지속가능발전목표(SDGs)에서 제시하는 기후 관련 공통 목표 달성에 대한 책임 및 이와 연관된 법률 및 규제사항

기후 전환계획 - 2040 Carbon Negative 추진 전략

- 식별된 기후변화 관련 위험 대응 및 시장 기회 확장을 위해 2040년 순배출량을 0 이하로 만드는 ‘2040 Carbon Negative’ 전략 수립
- 2030년까지 전력사용량의 60%를 재생에너지로 전환하여 예상 온실가스 배출량의 60% 감축 추진
- 전체 배출량의 약 99%를 차지하는 Scope 2 배출량은 재생에너지 전환을 통해 중점적으로 감축할 예정이며, 이를 위해 재생에너지 발전자산에 대한 자본투자를 확대할 계획
- 직접 감축 이후 남은 불가피한 잔여배출에 대해서는 상쇄 배출권, CCS 등 상쇄·감축 수단의 보완적 활용을 검토할 예정
- 네이버 플랫폼을 활용한 사회적 감축 기여를 측정·관리하여 장기적으로 순배출량 마이너스(Carbon Negative) 지향
- 2040 Carbon Negative 달성을 위해 세 가지 세부 전략 방향을 설정하고 관련 활동 확대 진행 중

2040 Carbon Negative 추진 전략



1) Power Usage Effectiveness

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

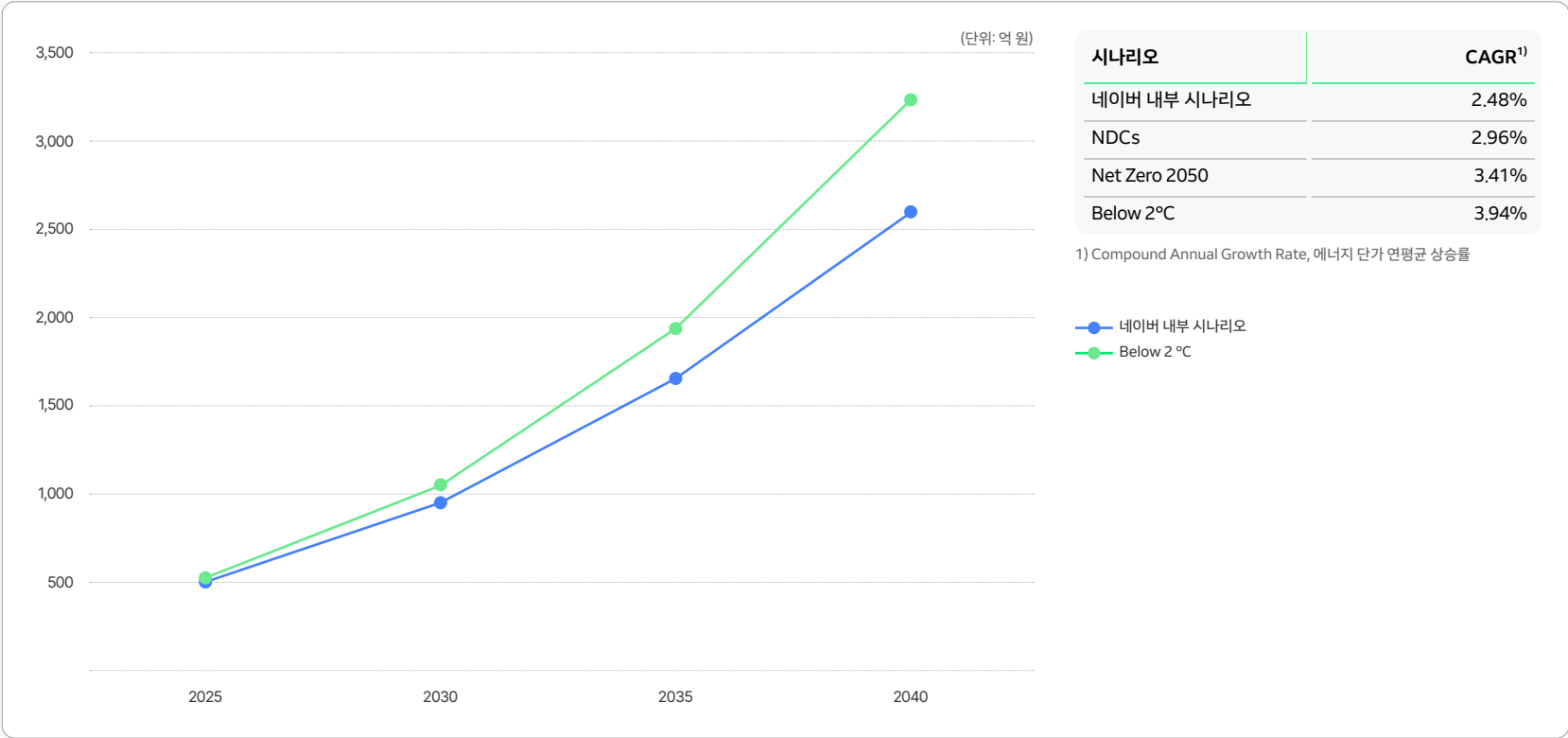
위험 관리 방안

전환 위험

- 국제 정세 변화에 따른 비재생에너지 전력 공급 불안정 및 전력요금 상승

- 한국 전력공급 구조는 수입 연료와 화석연료 발전 비중의 영향을 크게 받으며, 국제 정세 악화 시 전력요금 상승 압력이 기업 전력비 부담으로 연결
- AI 수요 확대에 따른 GPU 서버 도입 증가로 단위 전력소비 상승 — GPU 서버는 기존 CPU 서버 대비 장비당 전력소비가 높아 고성능 냉각 및 전원 수요 동반 증가
- 하이퍼스케일 데이터센터 ‘각 세종’ 증축 공사 진행 중으로 전력사용량의 지속적 확대 예상되며, 2040년까지 현재 대비 약 3배 수준인 1TWh에 달할 것으로 전망
- 지속적인 PPA 체결을 통해 에너지 가격 변동에 따른 비용 리스크 완화 및 중장기 전력 비용 안정화 도모

2025~2040년 시나리오별 예상 에너지 비용



* 표 내 CAGR은 에너지 단가 연평균 상승률이며, 그래프의 비용 곡선은 단가 상승에 전력사용량 증가분을 반영한 총 예상 에너지 비용 기준임

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

- 전환 위험
- 고효율 설비 및 에너지 절감 기술 도입 요구 증가
- 데이터센터 에너지 사용량의 지속적인 증가가 예상됨에 따라 고효율 설비 및 에너지 절감 기술 도입 및 투자 필요성 증가
 - 해당 위험을 사전에 인식하여 건축 단계부터 친환경성과 에너지 효율을 설계에 반영하고 에너지 절감 기술 개발에 선제적으로 투자
 - 사업장 및 데이터센터 에너지 절감 기술 도입에 따른 초기 투자비용이 발생하였으나, 운영 효율 개선에 따른 에너지 비용 절감으로 관련 중장기 비용 부담 완화
 - 자체 기술 역량 확보를 통해 데이터센터 운영 효율을 제고하고 관련 리스크 대응 기반 마련

건축·운영상의 에너지 효율 관리 방안

데이터센터 각 세종	데이터센터 각 춘천	1784
NAMU¹⁾ 자체 개발 공조 시스템 적용 • 자연 바람으로 서버 냉각 • 2025년 16,673 tCO₂.eq의 온실가스 절감 재생에너지 사용 • 태양광: 2025년 전력 발전량 232.2 MWh • 지열에너지를 본관 및 숙소동 냉난방에서 활용하여 1,838 MWh 에너지 절감 에너지 효율화 • PUE(전력사용효율지수)²⁾ 1.1x 유지 스노우 멜팅 시스템 운영 • 서버 폐열 활용 데이터센터 내부 도로 제설	AMU³⁾ 및 NAMU 개발·적용 • 차가운 외기 활용 서버실 냉방 • 2025년 12,932 tCO₂.eq의 온실가스 절감 재생에너지 사용 • 태양광: 2025년 전력 발전량 192.7 MWh 에너지 효율화 • PUE(전력사용효율지수)²⁾ 1.1x 유지 녹지 기반 탄소 저감 • 약 2,944 tCO₂를 저장, 연간 약 156 tCO₂ 흡수 (커넥트원 포함, 국립공주대학교 연구 결과) • 건축물 단열 성능 개선 및 에너지 효율 향상	에너지 효율 관련 인증 획득 • 복사냉방·수축열·고효율 조명 시스템 적용 • 건축물 에너지효율등급 1++등급 인증 획득 재생에너지 사용 • 태양광: 2025년 전력 발전량 172.8 MWh • 지열 시스템으로 냉난방 에너지 4,568 MWh 절감 그린팩토리 • 태양광: 2025년 전력 발전량 21.3 MWh 커넥트원 • 태양광: 2025년 전력 발전량 111.6MWh

1) Naver Air Membrane Unit, 각 춘천에서부터 쌓아온 10년 이상의 경험과 노하우가 반영된 3세대 공조설비로, 기후 환경에 따라 직접 외기와 간접 외기를 선택적으로 사용할 수 있는 하이브리드 시스템
2) Power Usage Effectiveness, 데이터센터의 전체 전력 사용량을 IT 장비 전력 사용량으로 나눈 값으로 1에 가까울수록 에너지 효율성이 높음을 의미
3) Air Misting Unit, 미스트 냉각 장치

사업장 환경 인증 마일스톤



TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

전환 위험

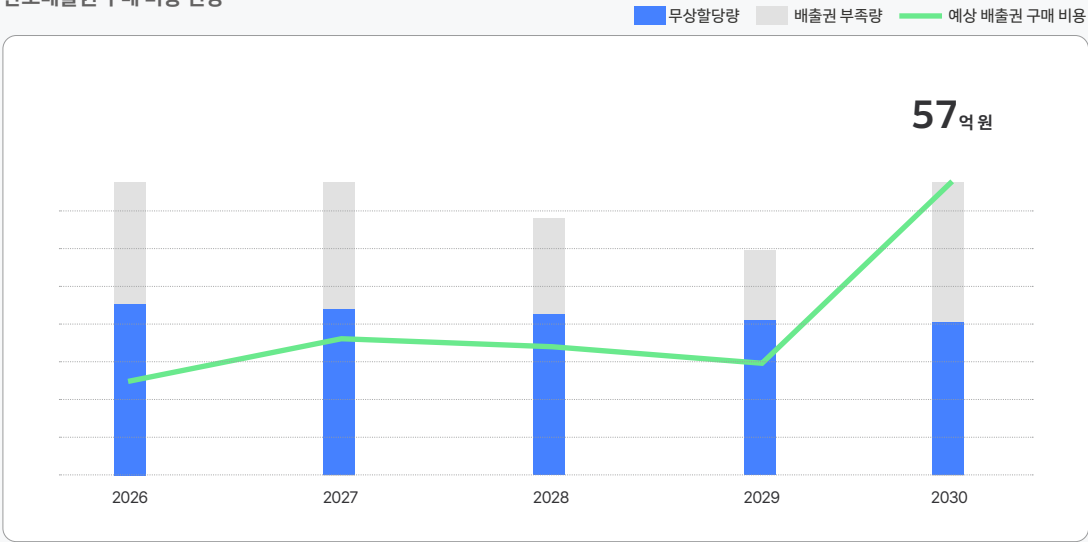
- 온실가스 배출량 증가로 인한 탄소배출권 구매 부담의 증가

- 각 세종 데이터센터 확장에 따른 온실가스 배출량 급증으로 배출권 필요 수량 증가 예상
- 한국 배출권거래제 4차 계획기간 할당 축소로 인한 배출권 가격 상승 및 초과 배출에 따른 구매 비용 증가
- 재생에너지 전환 및 에너지 효율화 추진을 통해 탄소배출권 구매 수량 축소
- 내부탄소가격제를 활용한 사전적 비용관리 및 탄소시장·규제 변화 모니터링

➤ 내부탄소가격제(Internal Carbon Pricing) 적용 확대

- 재생에너지 계약, 사업장 에너지 절감 투자 등에 탄소 가격을 반영하여 주요 의사결정 수행
- 2024년 하반기부터 임직원 개개인의 업무기기 선택을 위해 탄소가격을 반영한 ‘친환경 소비 정보’를 제공하여, 환경 영향을 인지한 의사결정을 할 수 있도록 지원하고, Scope 3 배출량과 연계하여 산정하는 정책을 시행
- 업무기기 내부탄소가격제 시행으로 내부 임직원 인식 개선과 함께 공급망 인게이지먼트를 추진하는 효과

탄소배출권 구매 비용 전망¹⁾



1) 현재 상태에서 추가적인 재생에너지 전환을 하지 않았을 경우 발생하는 비용

전환 위험

- 탄소 규제 강화로 인한 국내 재생에너지 수요 증가 및 조달 비용 상승

- EU 탄소국경조정제도(CBAM) 시행, 미국 청정경쟁법(CCA) 도입 논의 등 다양한 탄소 규제 및 제도 강화 추세
- 탄소 규제 강화 및 재생에너지 수요 증가에 따른 조달 단가 상승 및 전력 전환 비용 증가
- 태양광, 풍력, 수력 등 다양한 에너지원과 PPA, REC, 자가발전, 지분투자 등 재생에너지 조달 포트폴리오 다변화를 통해 특정 재생에너지 의존도 완화
- 재생에너지 발전자산 지분투자 및 장기 계약을 통해 안정적인 재생에너지 물량 확보
- 재생에너지 조달 확대를 위한 제도 개선 필요사항을 검토하고, 시장 기반 확대를 위한 정책 의견 개선
- 재생에너지 전환 비용을 최소화하기 위해 편익 분석 실시하여 최적의 도입 시기 도출

➤ 재생에너지 이니셔티브 참여

RE100

- 회원사로 2040년까지 기업이 사용하는 전력의 100%를 재생에너지로 조달하겠다는 약속과 이를 위한 활동 수행

CREF

- Corporate Renewable Energy Foundation, 기업재생에너지재단
- 특별 회원으로 국내 재생에너지 관련 인게이지먼트 활동 수행

CoREi

- Corporate Renewable Energy Initiative, 기업 재생에너지 이니셔티브
- 참여 기업으로 재생에너지 조달 확대를 위한 정책 개선 논의 등에 참여

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

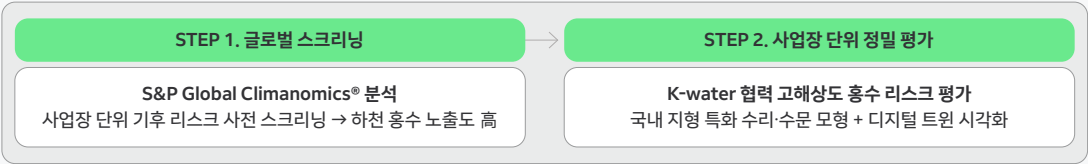
지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

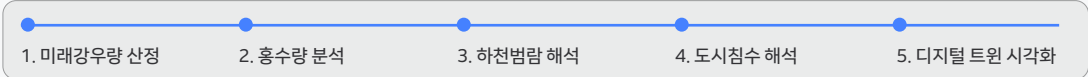
물리적 위험

- 극한호우로 인한 사옥 및 데이터센터의 물리적 손상(K-water 협업)

- 네이버는 기후변화로 인한 극한기상이 사업장 운영에 미치는 영향을 파악하기 위해 S&P Global Climonomics® 분석을 수행하였으며, 분석 결과 급성 물리적 리스크 중 ‘하천 홍수’ 노출도가 상대적으로 높게 도출
- Global Tool의 분석 한계를 보완하여 국내 좁은 지형에 특화된 사업장 단위의 정밀 물 리스크 시뮬레이션 구현
- K-water의 수문 분석 전문성과 당사의 디지털 트윈 IT 인프라를 결합하여 실질적인 물 리스크 평가 체계 구축



분석 방법



분석 가정 및 주요 변수	
분석 기간	근미래(~2040년) 기후 조건 중심 반영
검토 빈도	최대 500년 빈도 극한 강우 시나리오 적용(보수적 접근)
기후 시나리오	IPCC AR6 SSP 4중 및 기상청 등 지역기후모델 5종(HadGEM3-RA, CCLM, WRF, RegCM, GRIMs)
해석 방식	근미래 대응에 유효한 조건을 중심으로, 하천수위 상승과 도시침수 영향을 연계해 보수적으로 해석
주요 변수	미래 확률 강우량, 강우 지속시간, 유역 특성, 하천 수위, 우수 관망 배수 능력, 지반고/표고차

분석 모형 및 시각화			
HEC-HMS	HEC-RAS	Infoworks-ICM	Digital GARAM*
미래 극한 강우 발생 시 유역에서 하천으로 유입되는 유입 홍수량 산출	산정된 홍수량을 바탕으로 하천의 수위 상승폭을 추정하여 제방 범람 가능성 분석	우수 관망 용량 및 사업장 지반고를 분석하여 주변 도로, 저지대의 국지적 침수 발생 가능성 분석	공학적 수치 해석 결과를 3D 공간 정보와 결합하여 입체적이고 직관적으로 리스크를 시각화

분석 사업장



본사
위치: 경기도 성남시 / 인근 하천: 탄천



데이터센터(각 춘천)
위치: 강원 춘천시 / 인근 하천: 소양강



데이터센터(각 세종)
위치: 세종시 집현동 / 인근 하천: 금강

분석 결과

1784 본사

외수 영향 없음

내수 영향 미미

핵심 시설 안전

- 외수(하천범람): 탄천 인근에 위치하나 500년 빈도 극한 강우 시에도 하천 월류 및 범람 영향 없음
- 내수(도시침수): 사업장 내 최대 침수심 0.2m 이하로 유지되어 우수 정체로 인한 영향은 극히 미미한 수준

- 시설 영향: 직접적 물리적 리스크가 없는 것으로 평가

각 춘천 데이터센터

외수 영향 없음

내수 일부 영향

핵심 시설 안전

- 외수(하천범람): 하천 수위보다 지반고가 약 90m 이상 높아 소양강 월류 시에도 침수 위험 원천 차단 가능
- 내수(도시침수): 본관-서관 사이 도로 (0.51m) 등 일부 외곽 구역에서 국지적 물고임 식별

- 시설 영향: 주요 건물 인근 수심은 0.1~0.3m 수준으로 내부로의 직접적인 물 유입 가능성은 없음. 다만, 통행 동선에 대한 안전 관리 필요

각 세종 데이터센터

외수 영향 없음

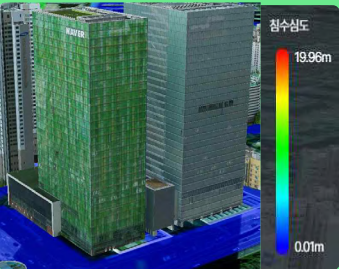
내수 일부 영향

핵심 시설 안전

- 외수(하천범람): 금강 수위 상승 대비 지반고가 약 40m 이상 높아 외수 범람에 의한 내부 침수 발생 가능성 없음
- 내수(도시침수): 남측 구내 식당 저지대 및 숙소동에 국지적 정체 발생 가능성 있음

- 시설 영향: 0.3m 이상 침수는 매우 좁은 구역 한정 발생 가능성 있음. 다만, 서버실 등 데이터센터 주요 운영 기능에 미치는 직접적인 영향은 낮음

500년 빈도 도시침수 해석 가시화



500년 빈도 최대 침수심 시각화



500년 빈도 최대 침수심 시각화



TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

기회 관리 방안

기회 - 재생에너지 기반 인프라 전환 추진

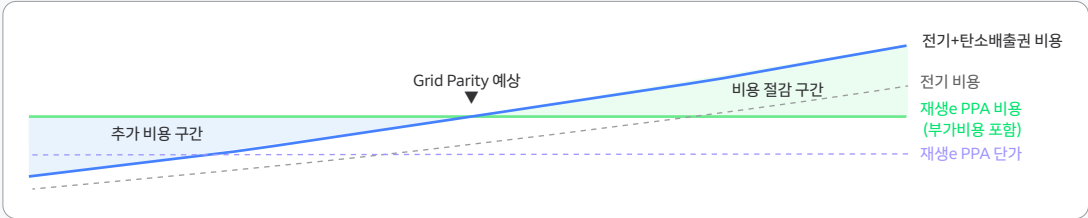
- 재생에너지 기반 전력 조달 구조 확대 및 저탄소 인프라 전환을 통한 에너지 운영체제 개선
- 신규 인프라 구축 및 주요 투자 의사결정 시 에너지 효율성과 예상 탄소비용을 함께 고려
- 재생에너지 인프라 확보 및 전환 과정에서 단·중기 투자비용 증가, 장기적으로는 전력비 및 탄소비용 부담 완화, 에너지 가격 변동성에 따른 비용 리스크 축소
- 재생에너지 조달수단 및 에너지원 다변화, 장기계약, 발전자산 투자 등을 통해 중장기 전력 조달 안정성 및 비즈니스 지속가능성 제고

재생에너지 PPA 계약 현황

2022년 10월 태양광 1.5MW PPA 계약	2023년 9월 소수력 2.3MW PPA 계약	2024년 11월 태양광 7MW PPA 계약	2026년 4월 풍력 약 70MW 지분투자 계약
확보 후 전환율: RE 1.4% • 발전 사업자: 엔라이튼의 발전 자회사 • 사용 사업장: 1784 (2023년 말 그린팩토리로 변경)	확보 후 전환율: RE 8.3% • 발전 사업자: K-water 용담 제2수력 • 사용 사업장: 1784	확보 후 전환율: RE 7% (데이터센터 각 세종 신설로 RE 전환율 감소) • 발전 사업자: 신성E&G의 발전 계열사 • 사용 사업장: 데이터센터 각 춘천(6MW) • 발전 사업자: 여주 대왕8호 태양광 등 • 사용 사업장: 그린팩토리(1MW 추가)	확보 후 예상 전환율: RE 46% • 발전 사업자: GS풍력발전 계열사 • 사용 사업장: 데이터센터 각 세종 (예정)

* 확보 후 예상 전환율은 재생에너지 예상 발전량을 기반으로 산정

재생에너지 전환에 따른 비용 절감 효과 분석



기회 - 환경친화적 서비스 확대에 따른 이용자의 증가 및 산업 경쟁력 확보

- 지속가능한 서비스에 대한 일반 이용자의 선호가 존재하며, 특히 X세대에서 Z세대로 넘어갈수록 해당 요구가 더 강하게 나타날 것으로 분석
- 이에 대응하기 위해 네이버 서비스 내 환경적 가치 내재화

네이버 쇼핑 내 환경 인증 상품 별도 표기	네이버배송(N배송) 서비스를 통한 탄소 배출 저감 기여	네이버 전자문서 서비스 제공	네이버 검색 및 지도에서 재활용품 회수거점, 재활용센터 등 정보 확대
-------------------------------	--------------------------------------	--------------------	--

- 네이버가 제공하는 환경친화적 서비스는 신규 이용자 유입 혹은 서비스 이용자의 방문 빈도를 높여 매출이나 기업가치 상승으로 이어질 수 있으며, 플랫폼 내 주요 파트너인 중소기업 및 소상공인, 콘텐츠 창작자까지 가치 확산 가능
- 플랫폼 기업으로서 사회 전체의 친환경 전환과 사회적 탄소배출 저감에 기여하는 방안을 고민하여 이를 서비스로 제공하고자 하며, 특히 정량적 탄소 감축량의 산출을 목표로 추진 중
- 네이버가 제공하는 다양한 서비스에서 환경적 포인트를 발견해 개선하고, 그에 따른 탄소 감축량을 산출하여 2040 Carbon Negative 달성과 저탄소 사회 전환에 기여함으로써 저탄소 전환 환경에서도 지속가능한 사업 운영 기반 강화

네이버 주요 환경 기여 서비스

그린커머스	플레이스 자원순환 정보 제공	전자문서 서비스	환경 스페셜 로그
-------	--------------------	-------------	--------------

전략과 사업모형의 회복력

- 하이브리드 냉방과 전력 이중화: 외기 냉방 시스템(NAMU)과 전력·통신 선로의 다중화 구성을 통해 극한의 기후 조건에서도 사옥 및 데이터센터의 물리적 안정성을 확보
- 에너지 조달의 다변화 및 안정화: PPA 체결과 재생에너지 포트폴리오 구축을 통해 에너지 가격 변동에 따른 리스크를 완화하고 장기적인 전력 공급 안정성을 도모
- 선제적 탄소 비용 관리: 내부탄소가격제 운영과 에너지 효율 혁신을 통해 탄소 배출권 구매 비용 상승 등 규제 변화에 따른 재무적 리스크를 선제적으로 관리
- 사업 모델의 유연한 전환: 대규모 자산 전환 없이도 기존 IT 인프라에 환경친화적 기능을 통합할 수 있는 구조적 유연성을 통해 시장 변화와 이용자 요구에 기민하게 대응

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

위험관리 프로세스

프로세스	실시 주체	주기	방법	
식별	ESG워킹그룹 & Env Operation (부서 환경 리스크관리 TF)	연 1회	- IFRS S2 권고안 기반, 투자자, 규제 기관, NGO 등 이해관계자 요구사항을 반영하여 기후 관련 위험 및 기회 식별 - 네이버가 직접 운영하는 사업장 뿐만 아니라 업스트림, 다운스트림을 포함한 전체 가치사슬 전반에 걸친 영향 고려	
분석			- 단기/중기/장기로 발생 시점을 구분하여 발생 가능성 검토 - 이중 중대성 평가를 통해 '외부 환경이 재무 성과에 미치는 영향'과 '기업 활동이 사회·환경에 미치는 영향'을 종합적으로 고려 - 물리적 위험은 SSP 시나리오, 전환 위험 및 기회 요인에 대해서는 IEA, NGFS 시나리오를 기반으로 평가	
평가	Green Partnership (전사 환경 리스크/ 기회 관리 담당자)		- 사회·환경적 중요성과 재무적 중요성을 종합적으로 고려한 영향도와 발생 가능성을 기반으로 리스크 레벨 결정(중대성 평가) - 레벨 2 이상으로 평가된 위험 및 기회 요인은 중대한 사안으로 인식하여 조치 계획 수립 및 이행	
처리	Green Partnership		중대성이 높은 리스크/기회에 대하여 사업에 미치는 재무 영향을 수치로 도출하고 회피, 완화, 전가, 수용 또는 채택 등의 대응 계획 수립	
모니터링 및 검토			- 주요 리스크/기회에 대해서는 연 1회 이상 상시 모니터링하고 그 결과를 이사회 내 ESG위원회에 보고 - ESG위원회에서는 위험·기회 관리 프로세스를 전사적인 위험관리 프로세스와 일관되게 통합하여 관리하며 전반적인 사업 계획과 고려하여 기후 관련 최종 의사결정을 수행	

전사 위험관리 통합 방법

- 이사회 내 리스크관리위원회에서 전사 리스크관리 프로세스(ERM)를 운영하며, ESG위원회는 기후 관련 위험 및 기회를 총괄 관리 및 감독하고, 일부 소속 이사가 두 위원회를 겸직하여 효율적인 리스크관리 운영 도모
- 환경 부서는 기후 리스크관리 프로세스를 검토하며, 중요도가 높은 사항은 네이버 대외/ESG 정책 부문장에게 보고 후 ESG위원회에 안건 상정
- ESG 워킹그룹 내 책임부서에서 기후 관련 위험 및 기회를 식별하고 관리
 - 직접 운영 및 가치사슬 내 발생할 수 있는 기후 규제 대응을 위한 협력체계 구성
 - 데이터센터 및 사옥에 영향을 줄 수 있는 물리적 위험 및 의존성과 영향을 주기적으로 검토
 - 각 사업부 대표가 이해관계자의 요구를 전달

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

온실가스 및 에너지 관리

2040 Carbon Negative 목표 및 성과

목표	지표	2025년 성과	세부 추진 목표	
			단기(2026년)	중기(2027~2030년)
2040 Carbon Negative	에너지 절감 활동 및 재생에너지 사용 확대를 통한 온실가스 감축	• 온실가스 감축량 38,416 tCO ₂ eq • 전사 재생에너지 전기 사용량 18 GWh 달성 • 발전소 지분 투자 검토를 통한 데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련	• 온실가스 감축량 4만 톤 이상 달성 • 전사 재생에너지 전기 사용량 24 GWh 이상 달성 • 풍력 발전소 지분 투자 및 PPA 계약을 통한 데이터센터용 재생에너지 확보	• 2030년 전력사용량의 60% 재생에너지 전환 및 예상 온실가스 배출량 60% 이상 절감

경영진 보상(상여) 연계 성과 지표

목표	세부 지표
데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련	• 데이터센터 각 층천 RE70 수준의 재생에너지 확보(2025~2026년 2개년 목표) • PPA, 발전소 투자 등 경쟁력 있는 지속가능한 에너지 확보 추진
재활용품 회수 보상 거점 정보 제공 전국 확대	• 전국 지자체 ‘고품질 재활용품 회수보상 사업 수거 거점’ 네이버 플레이스 연동

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

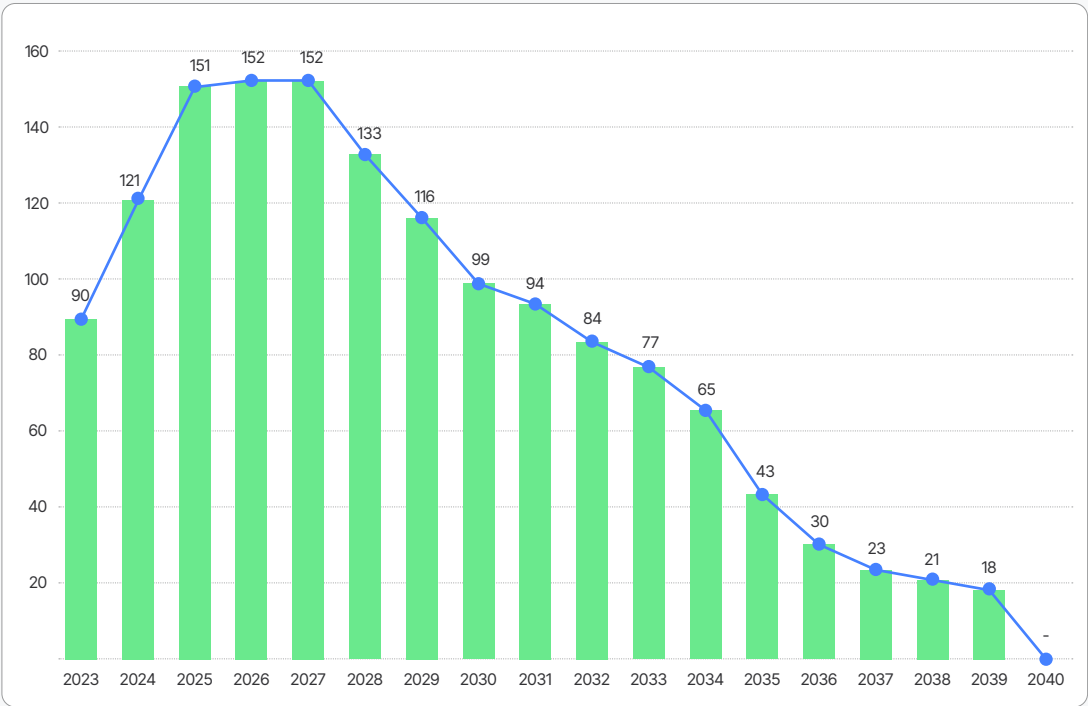
온실가스 및 에너지 관리

Scope 1 & 2 온실가스 감축 목표

- 2030년까지 전력사용량의 60%를 재생에너지로 전환하여 예상 온실가스 배출량의 60%를 절감하는 중기 온실가스 배출 및 감축 목표 수립
- 2023년 신설된 데이터센터 각 세종의 2040년까지 지속적인 증설 계획에 따라 배출량이 계속 증가될 예정
- ‘데이터센터 대규모 재생에너지 확보 기반 마련’을 2025년 경영진 KPI로 설정하고 지속 추진
- 풍력 재생에너지 투자 계약 확보 및 추후 확장 가능성까지 고려한 다양한 잠정적 협력 추진
- 2028년부터 연간 180GWh 재생에너지를 공급받을 예정이며, 이에 따라 2028년부터 배출량 절대값 감소 예상
- 지속적인 대규모 재생에너지 검토를 통해 2030년까지 전력 사용량 대비 60%를 재생에너지로 전환할 계획

Net Zero 로드맵

(단위: 천 tCO₂eq)



Scope 1 & 2 온실가스 감축 지표

Scope 1 & 2 온실가스 배출량 및 감축량 현황

구분	단위	2023	2024	2025
온실가스 배출량	tCO ₂ eq	89,505	121,186	151,019
온실가스 감축량 - 에너지 절감 기술 활용		13,744	21,781	29,835
온실가스 감축량 - 재생에너지 도입		3,065	9,144	8,581
온실가스 감축율	%	-15.8%	-20.3%	-20.3%

재생에너지 사용 현황

구분	단위	2023	2024	2025
재생에너지 사용량 ¹⁾	MWh	6,678	19,915	24,692
재생에너지 전기 사용량		2,867	14,376	18,279
재생에너지 사용 비율	%	3.1	6.8	6.9
RE100 달성률(지열 제외)		1.5	5.3	5.5

1) 지열에너지 사용량, 녹색 프리미엄 구매량 포함

기타 환경 지표

2025년 온실가스 및 에너지 집약도 목표 및 달성 현황

구분	단위	목표 집약도	실질 집약도	달성률
온실가스 배출량	tCO ₂ eq/매출액 십억 원	10.5	12.6	83%
에너지 소비량	MWh/매출액 십억 원	23.4	29.7	78%

2025년 녹색 구매 비율

전기차 관련 성과

발주 준수 기준97%

매입 금액 기준96%

전기차 전환 성과¹⁾18%

전기차 충전소 설치총 133개

1) 전체 자동차 보유 대수 대비 전기차 보유 대수

TOPIC 3.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

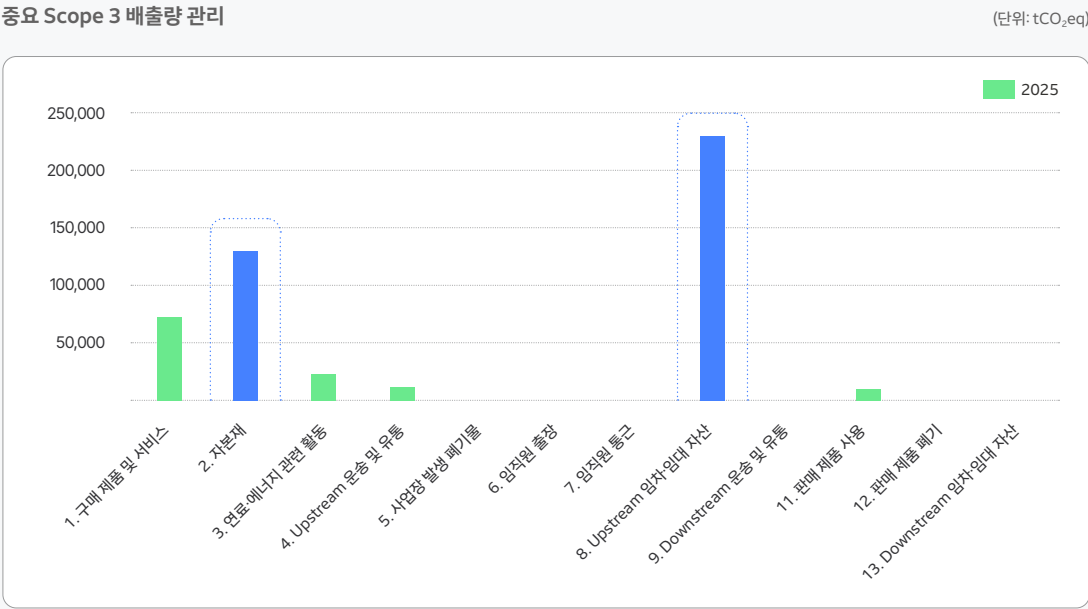
온실가스 및 에너지 관리

Scope 3 온실가스 감축 목표 및 지표

- 사업 운영 활동에서 발생하는 Scope 1 & 2 온실가스를 저감하는 한편, 가치사슬 및 임직원 활동에서 발생하는 Scope 3 배출량을 줄이는 방법도 모색
- Scope 3 배출에서 중요도가 높은 카테고리는 자본재와 Upstream 임차/임대이며, 자본재는 서버 및 인프라 구축에 따른 배출량, Upstream 임차/임대는 임대 IDC 운영에 따른 배출량을 의미

➤ **증장기적 감축 방향**

- 서버 및 인프라 공급사와의 협력을 바탕으로 배출량 관리 및 저감 기회를 모색
- 자원 효율화와 인프라 최적화를 통해 자산 구축 수요 자체를 효율적으로 관리
- 임대 IDC의 재생에너지 적용 가능성과 운영 효율 개선 방향 검토 진행
- 네이버 Scope 3 배출 관리 수준을 높이는 한편, IT 산업 전반의 저탄소 전환 기반 마련에도 기여할 것으로 기대



Scope 3 온실가스 배출량 현황 (단위: tCO₂eq)

구분	네이버 적용 정의	2025	
Upstream	1. 구매 제품 및 서비스	네이버가 구매하여 사업 운영에 사용하는 제품 및 서비스의 생산·제공 과정에서 발생하는 온실가스 배출	71,385
	2. 자본재	서버, 업무기기, 네트워크 장비, 데이터센터 설비 등 자본재의 제조·생산 단계에서 발생하는 온실가스 배출	130,811
	3. 연료·에너지 관련 활동	네이버가 소유한 사업장에서 사용하는 연료 및 에너지를 생산·조달·수송하는 과정에서 발생하는 온실가스 배출	23,169
	4. Upstream 운송 및 유통	구매한 제품 및 자본재가 공급사로부터 운송·보관되는 과정에서 발생하는 온실가스 배출	7,489
	5. 사업장 발생 폐기물	네이버 사업장에서 발생한 폐기물이 외부 위탁처리(재활용, 소각) 되는 과정에서 발생하는 온실가스 배출	195
	6. 임직원 출장	임직원 국내외 출장 시 이동 수단 이용 및 숙박시설 이용 과정에서 발생하는 온실가스 배출	791
	7. 임직원 통근	임직원 출퇴근 시 교통수단 이용 및 주택근무 시 추가 에너지 사용으로 인해 발생하는 온실가스 배출	1,307
	8. Upstream 임차·임대 자산	임차하여 사용하는 건물, 임대 데이터센터 등 운영 통제권을 보유하지 않은 자산의 사용 과정에서 발생하는 온실가스 배출	233,047
Downstream	9. Downstream 운송 및 유통	자체 제조 제품(예: Clova Clock+)이 생산공장에서 물류 거점 및 최종 소비자에게 운송·유통되는 과정에서 발생하는 온실가스 배출	2
	11. 판매 제품 사용	자체 제조 제품(예: Clova Clock+)이 사용 단계에서 소비하는 전력으로 인해 발생하는 온실가스 배출	9,443
	12. 판매 제품 폐기	자체 제조 제품(예: Clova Clock+)이 사용 종료 후 폐기 처리되는 과정에서 발생하는 온실가스 배출	190
	13. Downstream 임차·임대 자산	네이버가 소유하고 외부에서 임대하거나 운영하는 자산 (예: 어린이집)의 운영 과정에서 발생하는 온실가스 배출	427
합계		478,256	

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

의사결정기구의 관리·감독

책임반영방식

- 네이버는 인적 자본 관리 및 조직문화와 관련된 지속가능성 위험 및 기회의 감독 책임을 이사회 및 CEO 직속 위원회에 명시적으로 부여
- 이사회는 운영규정에 따라 임직원 및 인적 자본 관리에 대한 리스크 사안을 검토하고 주요 의사결정에 참여

목표 설정 및 진척도 감독 방식

- 연초 인적 자본 관리 관련 목표를 수립하고 이를 이사회 내 ESG위원회가 경영진 ESG KPI로 승인하며, 성과 및 목표 달성현황을 모니터링함
- 모니터링된 ESG KPI 달성성과는 이사회 내 보상위원회의 검토를 거쳐 경영진 보수 중 성과 인센티브(상여)에 반영됨

경영진의 역할

감독 방법

- 네이버는 인적 자본 관련 위험 및 기회에 대한 감독 책임을 HR 부문에 부여하며, 주요 정책 시행 및 의사결정은 대표이사를 포함한 C레벨이 참여하는 경영회의를 통해 최종 보고·관리하고, 이 중 보상 등 주요 사항은 이사회에도 보고됨
- 임직원 성장 및 채용 부문에서는 별도 의사결정기구인 임직원 성장위원회 및 Hiring Committee를 통해 의사결정함

임직원 성장위원회

- 직군별 성장 지원 담당부서에서 기획·운영하는 프로그램 간 상호 협력을 통해 전사 교육체계의 구조와 운영 방향성에 대해 논의하고자 2024년 신설
- 임직원 성장 체계 설계 및 심의 역할을 수행하는 CEO 직속 위원회로 CEO, CFO, COO, 다수의 직군 성장 관련 부문장으로 구성
- 팀네이버 성장 체계 전반에 대한 방향 제시와 의사결정을 담당하며, 직군별 성장 지원 담당부서 및 교육과정 개발을 위한 실무 그룹은 직무 전문성과 해당 분야의 업력을 고려하여 선발

임직원 성장위원회 역할

성장 및 교육	
연초	• 연간 운영계획에 대한 직군별 의사결정
연중	• 직군별 전사 성장 지원 프로그램 기획·운영·결과 보고·공지
연말	• 연간 운영 결과 취합 및 공지 • 차년도 방향성 논의

Hiring Committee

- 인재 영입 과정에서의 공정성과 주요 의사결정의 합리성을 목적으로 구성된 회의체로 HR부문장이 주관
- 채용 담당부서 리더 및 필요 시 임직원 성장위원회의 직군별 위원이 배석하여 전사 인력 계획(인재 확보 규모 및 주요 선발 계획) 및 채용 결과(선발 절차의 공정성, 선발 결과의 퀄리티) 등을 심의하고 의사결정 수행

Hiring Committee 역할

인재 채용

1. 채용 계획의 심의

- 경영계획과 사업 목표에 기반하여 연간 전사 단위 인력계획을 수립하고, 이를 바탕으로 채용 담당부서에서 조직별 인재 영입 수요를 검토
- Hiring Committee에서는 각 조직의 인력 현황과 재무지표 등을 고려하여 내부 재배치 계획을 포함한 신입·경력 선발 규모를 결정
- 신규 인력 수요는 월 단위로 취합하여 Hiring Committee에서 심의를 진행하며 그 결과를 각 조직에 안내

2. 선발 결과의 확정

- 채용 후보자의 1차 선발 여부는 선발 조직의 부문장이 결정하며, 채용 담당부서는 1차 선발 결과에 대해 Hiring Committee에 보고
- Hiring Committee에서는 선발 과정의 공정성을 검증하고, 채용 후보자의 역량을 내부 기준에 따라 평가한 후, 최종 선발 여부를 확정

통제 및 절차의 내부 기능 통합

- 임직원 성장위원회는 직군별 성장 지원 담당부서 및 교육과정 개발을 위한 실무 그룹과 협력하여 통제 및 절차를 운영
- Hiring Committee는 채용 담당부서와의 협업을 통해 인력 계획 수립, 선발 과정의 공정성 검증 및 채용 후보자 역량 평가를 수행
- 조직문화 관련 위험 대응을 위해서는 연 1회 조직문화진단을 실시하고 개선 과제 이행 현황을 노사협의회 NVO에 공유

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

위험 및 기회

- 직무·역량 중심 채용 체계 고도화와 체계적인 업스킬링·리스킬링 프로그램 운영 등을 통해 전반적으로 인적 자본 관리 영역에서는 기회 요인이 위험 요인 대비 더 크게 작용하는 것으로 판단
- 다만 성과 평가의 공정성·투명성에 대한 신뢰 부족 및 보상 체계의 시장 경쟁력 저하 시 핵심 인재 이탈 가능성 등 일부 위험이 존재하며, 이는 사업 성과 저하 및 인건비 증가로 이어질 가능성 존재
- 이에 네이버는 성과 피드백 기반 리뷰, 개인 목표 관리, 인센티브 및 주식보상 프로그램 운영 등을 통해 평가·보상 체계 고도화 추진

핵심 영역 ¹⁾	위험 및 기회 요인		잠재적 재무 영향	기간 ²⁾			관리 방안
				단기	중기	장기	
인재 채용	기회	직무·역량 중심 채용 체계 고도화를 통해 우수 인재 유입과 채용 경쟁력 강화	추가 인력 충원 비용 절감		○	○	• 포지션별 특성에 맞는 검증절차 운영 • 참여자 피드백을 통한 채용 경험 개선 • 채용 브랜딩 강화 • 외부 우수인재 선제적 확보
역량 개발	기회	체계적인 업스킬링·리스킬링 프로그램 시행	지속적인 수익 창출로 매출 증가		○	○	• 레벨 기반 성장체계 운영 • 신입사원 교육 • 리더십 개발 • 직군/직무별 기본, 전문 교육
성과 평가·리뷰·보상	위험	성과 평가의 공정성과 투명성에 대한 신뢰 부족으로 구성원 동기부여 저하	사업 성과 저하로 매출 감소		○	○	• 성과 피드백 기반 리뷰 • 연중 리뷰 중간점검 • 성과 판단의 정합성 향상을 위한 조직장 가이드 제공
	위험	보상 체계의 시장 경쟁력 저하로 핵심 인재 이탈 가능성 확대	인재 유지를 위한 비용 (인건비) 증가	○	○	○	• 인센티브 제도 • 주식보상 프로그램 • 비임금성 복리후생
	기회	성과·역량 연계 평가 및 보상 체계 고도화를 통해 성과 창출과 인재 유지 강화	생산성 제고로 매출 증가		○	○	• 성과 피드백 기반 리뷰 • 개인 목표 관리
조직문화	위험	근무 환경 및 조직문화 제도의 경쟁력 부족으로 인력 이탈 가능성 증가	인력 확보를 위한 비용 증가		○		• 조직문화 진단을 통한 문화적, 제도적 개선 사항 확인
	기회	유연근무제와 복리후생 제도 고도화를 통해 임직원 만족도 및 생산성 향상	인력 운영 비용 효율성 개선		○		• 경쟁력 있는 복리후생 제도 유지 • 유연근무 및 일·생활 균형 지원

1) 4개의 인재 관리 핵심 영역을 기준으로 구분
2) 단기: 보고기간 말 이후 1년 미만, 중기: 1~5년, 장기: 5년 이상

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

사업 모형 및 가치사슬에 대한 영향

- 인적 자본 관리 관련 지속가능성 위험 및 기회는 네이버의 사업모형과 가치사슬 전반에 영향
- 우수 인재 확보 및 역량 강화는 네이버의 AI, 검색, 커머스, 콘텐츠 등 핵심 서비스 경쟁력과 직결되며, 인적 자본의 질적 수준은 기술 혁신과 서비스 품질에 현재 직접적인 영향으로 작용
- 장기적으로는 글로벌 AI 경쟁 심화에 따른 우수 기술 인재 확보 어려움이 가치사슬 전반의 경쟁력에 영향을 미칠 것으로 예상

전략과 사업모형의 회복력

- 네이버는 글로벌 AI 인재 경쟁 심화, 국내 노동시장 구조 변화 등 인적 자본 관련 지속가능성 위험이 사업모형에 미치는 영향에 대비하여 다각적인 방면에서 전략과 사업모형의 회복력을 구축하고 있음
- 인재 pool 다양화: 글로벌 AI 인재 경쟁 심화 및 국내 노동시장 변화에 대비하여, 베트남 AI 해커톤, 해외 AI 연구센터 (독일 튀빙겐, 캐나다 토론토) 운영 등 국내외 다층적 인재 확보 경로를 구축
- 내부 인재 육성 체계: 직군(Tech, Design, S&B)/직무 특화 교육, 산학협력 프로그램 등 내부 인재 육성 체계를 통해 외부 노동시장 충격에 대한 회복력을 확보 중
- 조직문화 안정성: 조직문화진단 자발적 몰입도를 높은 수준(2025년 73%)에서 유지하고 있으며, 다양성과 포용 차원 긍정 응답률 74%(2021년 대비 22%p 상승)로 포용적 조직문화 기반을 지속적으로 강화 중
- 제도적 안전망: 취업규칙, 인사기준, Culture Code, Integrity Code, 노사협의회 운영규정 등 체계적인 인적 자본 관리 규정 및 정책을 통해 위험 발생 시 신속한 대응이 가능

정책

- 취업규칙 및 인사기준 내 네이버의 인적 자본 관리에 대한 전 과정 내용을 포함하여 관리
- 이외 임직원 관련 정책은 인권경영정책, 안전보건정책, 안전보건규정, Integrity Code(임직원 윤리규범) 등이 있으며 업무를 계획하거나 프로그램을 실행할 경우에 정책 간 내용을 종합적으로 검토

취업규칙 및 인사기준

구분	내용
정의	• 취업규칙: 근로조건 및 복무 기준을 규정 • 인사기준: 회사 생활 전 영역에 적용되는 인적 자본 관리 원칙
적용 대상	전 임직원
운영방식	사내 게시판 기반 상시 열람 및 질의 체계 운영

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

인재 채용

포지션별 특성에 맞는 검증절차 운영

인재 확보를 위한 맞춤형 채용 체계 운영

- 다양한 경험과 높은 수준의 전문성을 보유한 인재를 선발하기 위해 포지션별 특성에 맞춰 최적화된 인재 영입 프로세스 운영
- 인재 영입 과정에서 후보자 평가는 행동 특성에 기반한 기업문화 적합도 검사와 직무 전문성 검증뿐만 아니라, 입사 후 더 높은 수준의 시너지를 창출해 낼 가능성이 있는지를 종합적으로 판단
- 공정한 채용을 위해 후보자 능력 중심의 선발 프로세스를 운영하고 충분한 채용 정보를 제공하고 있으며, 선발 과정 자체가 성장의 경험이 될 수 있는 전형을 설계하고 운영

레벨 기반 성장체계 도입에 따른 인재 영입 프로세스 연계

- 레벨별 기대수준에 기반한 선발 포지션 정의와 채용 전형 과정에서의 내외부 눈높이 컨센서스 형성
- 역량·역할에 대한 기대수준 검증을 위한 영역별 전문 면접위원 육성

데이터 기반 역량 검증 프로세스

기초역량검증	직무역량검증	종합역량검증	Hiring Committee
• 서류 전형 • 기업문화 적합도 검사 • 코딩 테스트	• 기술 인터뷰 • 프로젝트 디벨롭 인터뷰 • 사전 과제 인터뷰	• 종합 인터뷰 • Challenge 전형 • 레퍼런스 체크	• 직군별 위원회 심의

참여자 피드백을 통한 채용 경험 개선

채용 경험 개선을 위한 의견 청취

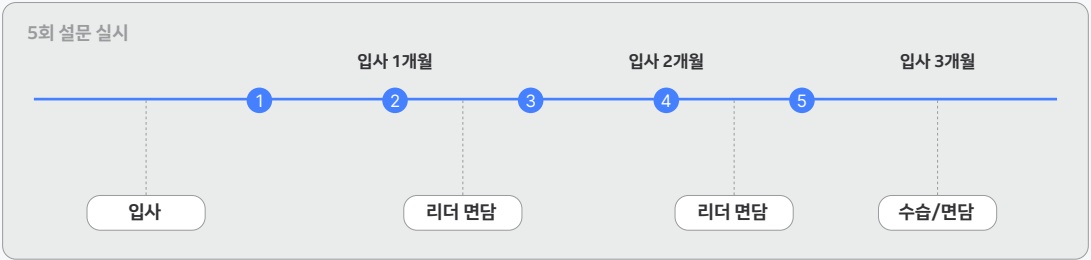
- FGI(Focus Group Interview, 초점집단 인터뷰)를 통해 여러 이해관계자의 의견을 수렴하여 채용 프로세스를 개선하고 채용 경쟁력을 강화하는데 활용

대상별 채용 경험 및 인식 조사 내용

조사대상	조사내용
2030 대학(원)생, 취업준비생	기업 이미지, 채용 정보 습득 경로
면접위원	전형별 검증 방식 개선 의견
신입사원	전형별 참여 경험, 입사 결정 요인

- 신규 입사자 대상 입사 3개월 간 총 5회의 설문을 통해 직무와 역할, 동료, 일하는 문화, 소속감 등에 대한 의견을 청취하고 입사 후 적응도를 점검

신규 입사자 적응도 관리 프로세스



TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

채용 브랜딩 강화

특색 있는 채용 브랜드 이미지 구축

- 누구나 채용에 필요한 정보를 손쉽게 얻을 수 있도록 네이버 채용(NAVER Careers) 홈페이지에 채용 관련 정보를 적시에 업데이트하고 상시 관리
- 직무 소개, 전형 안내뿐만 아니라 네이버의 일하는 문화, 공간, 현직자들의 일상까지 종합적으로 브랜딩함으로써 네이버만의 특색 있는 채용 브랜드 이미지를 구축

해외 인재 pool 발굴 및 양성

- 2025년 9월부터 12월까지 약 4개월 간 베트남 현지 인재 발굴과 육성을 위해 ‘네이버 베트남 인공지능(AI) 해커톤’ 진행
- 해커톤은 네이버클라우드 플랫폼을 활용해 AI 서비스를 개발하는 것을 목표로 하노이과학기술대학, 하노이국립공과대학, 호치민기술대학교 등 베트남 전역 대학생 1,900여 명 참여
- 네이버가 보유한 소프트웨어와 AI 교육 노하우를 바탕으로 한 체계적인 트레이닝 과정으로 운영되어 미래 시대에 필요한 AI 기술 확산에 기여
- 상위 성적을 거둔 50여 명의 학생들을 대상으로 인턴십 기회를 제공하여 AI 및 SW개발자로서 커리어를 확장할 수 있도록 지원

인재영입 브랜딩 관련 외부 평가



외부 우수인재 선제적 확보

외부 우수인재 확보전략

- 인구 감소 등 국내외 노동환경 변화 대응을 위해 외부 파트너십 강화 및 여러 분야에서 전문성을 가진 인재 확보에 총력
- 매년 온라인 인재 영입 설명회, 인턴십, 공모전, 학회 교류 등 양질의 프로그램을 통해 글로벌 역량을 갖춘 인재를 유치
- 미래 성장을 주도할 신입사원을 매년 일정 규모 이상 꾸준히 선발하여 고용시장 활성화에 기여
- 정부기관, 대학교 등 교육기관 연계 커리큘럼을 통해 인재들을 예비 개발자로 양성하고 AI 국가 경쟁력 향상을 선도

인재 pool 데이터베이스 관리

- 자체 채용 시스템(ATS, Applicant Tracking System)을 구축해 개인정보보호규정에 따라 지원자 pool을 관리하며, 네이버 내 다양한 포지션에 적합한 지원자를 효과적으로 확보
- 임직원 대상 인재 추천 제도(NSP, NAVER Scouting Proposal)를 공식화하여 우수 인재 확보 및 절차 투명성 강화

인재 pool 확보 프로그램

프로그램명	상세내용
온라인 인재영입설명회	• 생동감 있는 콘텐츠로 지원자들에게 실질적으로 필요한 정보를 제공하는 2025년 신입 공채 모집 영상 제작 - 선배 사원 ‘함께 일하고 싶은 동료’ 인터뷰 - 공채 신입 ‘신입 공채 전형 소개’ 패널 토크
네이버 커.타.프로그램 (커리어토크)	• 전국 이공계 캠퍼스를 방문하여 커피차 이벤트를 통해 응원의 마음을 전하고, 모교 출신 네이버 선배 사원과의 커리어 토크를 마련하여 커리어에 대한 고민과 생각을 나눌 수 있는 기회 제공
산학연계 프로그램	• 테크, 디자인 분야 우수인재 육성 및 확보를 위해 산학 협력을 체결한 대학교 재학생 대상으로 강의 제공 - 2018~2025년 누적 기준: 246명 양성(35명 입사)
AI Challenge	• 실무에서 다루는 AI 문제를 네이버 현직 엔지니어와 함께 풀어보며 설계, 실험, 검증의 전 과정을 학습하고 개발자로 성장할 수 있는 산학협력 AI 프로젝트 - 2025년(첫 시행): 6명 양성
Boost Camp	• 네이버 커넥트재단 주관 개발자 양성 프로그램으로 성장 가능성이 높은 인재를 선발하여 평균 20주 동안 집중적인 교육을 제공 -2018~2025년 누적 기준: 3,150명 양성(61명 입사)
Internship	• 국내외 우수 인재를 육성 및 조기 확보하고, 직무 체험 경험을 제공하기 위해 ‘글로벌 인턴십’과 ‘체험형 인턴십’ 등 다양한 형태의 인턴십 프로그램 운영 - 2018~2025년 누적 기준: 2,162명 참여

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

역량 개발

레벨 기반 성장체계 운영

- 레벨 기반 성장체계의 기준을 정립하고 평가, 보상, 운영 프로세스를 유기적으로 연결하는 성과관리 체계 구축

성장체계 운영 성과 및 방향성

새로운 성장체계 도입을 위한 2025년의 노력	2025년 결과 기반 새로운 성장체계 도입
• 레벨 기반 성장체계 도입 관련 임직원 대상 안내 - 제도 개요 및 주요 운영 방향, 도입 일정/계획 • 구성원 레벨 점검 - 세 차례에 걸친 개인별 레벨 점검을 통해 레벨 부여에 대한 전사 기준 일치화 • 레벨 상세 설명 및 제도 운영 방안 기획 • 레벨 기반 성장체계와 연계된 HR 제도 설계	• 레벨 기반 성장체계 도입 및 운영 - 세부 운영 기준 및 연계제도 직원 안내 - 개인별 레벨 매핑 결과 오픈 • 연계 제도 순차적 시행 - 직원성장 프로그램, 리뷰/보상 제도 등

신입사원 교육

- 신입사원이 회사와 조직에 빠르게 적응하고, 역할에 필요한 기본 역량을 갖출 수 있도록 입문 교육부터 온보딩 프로그램까지 단계별 교육 체계를 운영

세부 교육 프로그램

구분	개요	주요 프로그램
신입사원 입문 교육	새로운 환경에 빠르게 적응하고 업무 수행의 기본기를 갖출 수 있도록 지원	• 입사 초기 업무 수행에 필요한 회사조직제도 안내 • 협업과 커뮤니케이션 역량 강화를 위한 Soft Skill 교육 • 직무별 기본 역량 습득을 위한 직무 기초 교육
신규 입사자를 위한 온보딩 제도	회사의 철학과 일하는 방식을 이해하고 조직에 자연스럽게 몰입할 수 있도록 지원	• 회사의 철학과 방향성을 이해하는 CODE DAY 운영 • 네이버의 일하는 방식과 조직 문화를 공유하는 HR 오리엔테이션 • 조직과 업무에 자연스럽게 적응할 수 있도록 지원하는 1:1 멘토링 제도 • 동기 네트워킹 및 팀빌딩 프로그램 운영 • 온보딩 가이드, 온보딩 레터 등 초기 적응 지원 콘텐츠 제공

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

리더십 지원 프로그램

- 리더로 성장한 임직원을 대상으로 직책별 리더십 지원체계를 구축하여, 조직 운영에 필요한 기본 리더십 교육부터 임원급 리더 대상의 고도화 프로그램까지 리더십 단계와 니즈에 맞춘 맞춤형 교육을 제공

세부 교육 프로그램

구분	개요	주요 프로그램
레벨 기반 성장체계에 따른 리더십 지원 체계 개편	2026년부터 정식 운영하는 레벨 기반 성장체계에 맞추어, 임직원이 성장 단계별로 요구되는 리더십 역량을 선제적으로 확보할 수 있도록 리더십 교육 및 지원체계 고도화	- 업무 주도권 및 협업 리딩 역량 강화 - 직책 유무와 관계없이 조직 내 영향력을 발휘하기 시작하는 구성원을 위한 맞춤형 리더십 과정 제공 - 효과적인 소통으로 협업을 촉진 및 프로젝트 실행을 이끄는 ‘how-to: facilitating’ 프로그램을 신설 - 기존 리더에게만 제공되던 리더십 프로그램을 구성원으로 확대하여 선배 동료들의 실제 사례를 통한 문제 해결 지원 - NEXT 리더십을 위한 선제적 준비 - 복합적인 문제 해결과 동료의 성장을 지원하는 리더십 역량을 위한 ‘how-to: feedback’ 과정 운영 - 기존 임원 대상이었던 전략적 의사결정(Insight) 프로그램과 서울대 경영대학 협력 기반의 NAVER SLP(Senior Leadership Program) 과정을 성장 단계별로 확대 운영하여, 차세대 리더의 사업 이해 및 리더십 역량 강화를 지원
직책자 대상 리더십 코어 역량 강화	직책 리더가 포용적이고 지속가능한 조직문화를 실천할 수 있도록, 개인의 경험과 역할 수준을 반영한 단계별 리더십 지원 프로그램 운영	- 리더 고유 역할 수행 지원 - 신임 리더 및 임원이 새로운 역할에 빠르게 적응할 수 있도록 돕는 온보딩(onboarding)과 성과관리 및 리더가 알아야 할 필수 인사 제도 교육과정 운영 - 리더의 회복과 네트워킹 지원 - 리더십의 균형을 위한 마음챙김, 개인별 맞춤형 코칭 및 멘토링 동료 리더들과 고민을 나누는 네트워킹 프로그램을 통한 건고한 리더십 생태계를 구축
임원 리더십 역량 강화 프로그램	임원이 각 분야의 핵심 리더로 성장하고, 전사적 관점에서 조직과 임직원의 성장을 견인할 수 있도록 맞춤형 리더십 프로그램 운영	- 전사적 관점 및 네트워크 확보- 임원을 대상으로 사업과 조직 전반을 아우르는 전사적 시각 강화를 위한 사외 전문 코칭 프로그램 운영 - 임직원 간 네트워킹을 통해 국내외 비즈니스 트렌드를 공유하고, 다양한 주제 토론을 통해 유연한 사고와 통찰력 확장 - NAVER ELP(Executive Leadership Program) 과정 지원 2024년부터 임원 대상 경영 역량 강화교육을 통해 경영 환경에 대한 이해를 높이고, 지속가능한 리더십 역량 개발을 추진

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

직군 특화 교육

- 직군별 전문성과 협업 문화를 동시에 강화하기 위해, Tech·디자인·S&B(Service & Business) 직군 각각의 특성에 맞는 맞춤형 성장 지원 프로그램을 운영 중

Tech 직군 성장 지원 프로그램

프로그램 명	프로그램 내용	프로그램 운영 성과
Tech Meetup	• 팀 네이버 개발자가 모여 관심 있는 기술에 대해 논의하고, 발표 내용과 영상을 사내 게시판에 공유	• 2025년 43개 Meetup 진행
Tech Forum	• 팀 네이버의 특정 기술 이슈에 대한 각 분야 전문가들의 발표와 토론을 통해, 임직원의 궁금증을 해소하고 대내외 일관된 커뮤니케이션을 확립하기 위한 기술 커뮤니케이션 행사	• 팀네이버 AI 도구 가이드 수립
Tech Radio	• 최신 기술 트렌드부터 동료들의 고민까지! 알고 싶고 궁금했던 기술 이야기를 공유하는 팟캐스트	• 평균 1회/월 진행, 구독자 수 약 1,200명 및 게시물 평균 조회수 4천회
Tech 성장 로드맵	• Tech 성장 로드맵을 통해 임직원이 성장의 지표를 효과적으로 확인할 수 있도록 지원 • 기술 기본기 이론 및 사내 기술 경험 사례들을 지속적으로 추가하여 개발자 가이드로 활용	• NAVER uni와 Tech 성장 로드맵 연계로 사용성 개선
DAN25	• 팀 네이버 컨퍼런스 DAN25	• 개발 기술과 노하우를 공유하는 개발자 세션 35개 진행
N Innovation Award	• 한 해 동안 영향력과 성과를 보여준 기술을 선정하고 격려하기 위해 진행하는 행사	• 2025년 Biz 트랙에 13개 프로젝트, Tech 트랙에 40개 프로젝트 출품

Tech 직군 교육 성과

구분		단위	2023	2024	2025
개발자 교육	교육 인원	명	5,925	6,625	6,250
	교육 과정 수	개	237	265	250
사내 개발자 컨퍼런스 Engineering Day ¹⁾	발표세션 수	회	220	150	237
	발표자 수	명	254	208	348
	영상 시청 수	회	18,123	12,897	18,846

1) 기술 개발 실무 경험 및 새로운 기술-플랫폼 도입 시 유용한 활용 팁을 공유하며 상호 성장하는 네이버의 대표적인 사내 개발자 행사

2026년도 Tech 직군 교육 방향성

AI 도구 활용과 Best Practice 전파

- 개발 업무 전반에 AI 도구를 실무에 접목하는 사례를 지속적으로 발굴
- 검증된 Best Practice를 DevX 프로그램 채널을 통해 조직 전반에 전파
- 실제 업무 생산성과 코드 품질 향상

레벨 기반 단계별 학습 체계

- 개발직군의 레벨 성장 체계에 맞춰 영역별, 역할별로 활용할 수 있는 온보딩 프로그램 운영
- 실전, 심화 기술 교육 과정과 공유 프로그램들 개발
- 학습의 방향성과 우선순위를 스스로 설정할 수 있는 환경 조성

개인과 조직의 역량 성장

- 개인의 기술 역량 성장이 팀과 조직의 기술 문화로 이어지는 체계 구축
- 수강자에서 발표자·강사·설계자로 역할이 확장되는 참여 구조 운영
- 기술 교육과 공유가 성장 사이클로 활용
- 조직 전체의 기술 경쟁력을 지속적으로 높이는 선순환 구조 형성

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

Design 직군 성장 지원 프로그램

프로그램 명	프로그램 내용	프로그램 운영 성과
Station Zero	• 신입 디자이너의 빠른 실무 안착을 위한 온보딩 프로그램 • 입사 직후 소속 팀 배치 구조로 전환하고, 실무형 과제·디자인 리더 리뷰 중심으로 재편해 실무 맥락 기반 학습 경험 강화	• 만족 응답률 91%, 멘토 평가 유효성 4.0/5점
Design Leader Workshop	• 신입 디자인 리더의 역할 이해와 리더십 역량 강화를 위해 신규 운영 • 개인 진단-사례 기반 토의-리플렉션 구조로 진행	• ‘도움이 되었다’ 응답률 100%
Design Skill-up	• 변화하는 기술 환경 대응 및 실무 역량 강화 목적의 스킬업 프로그램	• Adobe Firefly 기초·심화·고급 및 Custom Model 핸즈온 등 총 5회 운영 • 평균 교육 만족도 4.7/5점
Experience Seminar	• 사용자 경험 중심 사고를 전사 공통 언어로 확장하기 위한 세미나 • 글로벌 서비스 기업 제품 리더 초청 및 실리콘밸리 실무 사례 공유로 구성	• Design 외 S&B·Tech·Corp 등 전 직군으로 참여 확산
N CREATIVE AWARD	• 크리에이티브의 가치를 사용자 변화와 영향력 중심으로 재정의하는 시상 프로그램 • 성과뿐 아니라 창의성·연결성·생산성 등 실행 과정의 가치를 균형 있게 평가	• 총 1,275명이 참여한 47개 프로젝트 출품
DAN25 : 경험&크리에이티브 세션	• 팀네이버 통합 컨퍼런스를 통해 디자인·브랜드·경험 조직의 인사이트를 전사·외부와 공유	• Creative 트랙 13개 세션 운영 • 만족도: 연사 90.4% · 내용 깊이 95.6% · 업무 활용도 93.4%

2026년도 Design 직군 교육 방향성

사용자 경험 설계 기반의 역할 재정립	• 레벨 기반 성장 체계 도입에 맞춰, 디자인 직군의 역할을 사용자 경험 전체를 설계하고 그 기준을 만들어가는 관점에서 재정립 • 전문성을 지속적으로 강화할 수 있는 성장 체계 구축
핵심 역량 정의 및 성장 기반 구축	• 디자인 직군에 필요한 핵심 역량과 스킬셋을 체계화 • 사용자 이해·데이터 기반 의사결정·협업 등 공통 역량 및 직무 전문 역량을 균형 있게 발전시킬 수 있는 환경 조성
레벨 기반 성장 프로그램 재구성	• 온보딩·리더십·직무 역량 강화 등 기존 프로그램을 레벨별 기대 수준에 맞게 재편 • 구성원이 학습·공유·멘토링·리딩 등 다양한 방식으로 참여하여 전문성과 영향력을 쌓을 수 있도록 지원
업무 기반 학습 및 경험 공유 확장	• 실제 업무 사례 중심의 학습과 직무 간 경험 공유를 확대 • AI 기반 업무 변화에 대응하기 위한 활용 사례 및 워크플로우 공유 체계 구축

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

Service & Business(S&B) 직군 성장 지원 프로그램

프로그램 명	프로그램 내용
S&B 구성원 성장 워크숍	• 저연차 S&B 직군 대상 필수 입과 과정으로 확대 운영 • 네트워킹 및 경험 공유에 집중하여 성장의 의미를 돌아보고 동기 부여할 수 있는 워크숍 진행 • 구성원 성장과 시의성을 고려하여 AI특강 커리큘럼 신설 • 2025년 총 3회 운영 (임직원 109명 참여)
S&B Basic Cert.	• S&B 직군 입문자를 대상으로 기초 직무전문성 제고를 위한 Basic 과정 신설(2025년 7월) • 사내 전문가가 실무에 필요한 기본 지식과 개념을 체계적인 강의로 구성한 영상 커리큘럼(9개 강좌)
S&B Growth Experience Share	• S&B 직군의 커리어와 성장경험을 주제로 다양한 공유 세션 진행(11개 강좌)

2026년도 S&B 직군 교육 방향성

일하는 방식의 변화 공유	• 조직 내 AI활용 사례를 공유하고 실제 문제해결과 성과창출을 이끄는 AI Problem Solver 발굴
레벨 기반 프로그램 정례화	• 유사한 레벨/연차 등을 고려한 네트워킹 워크숍을 통해 각자의 고민을 나누고 동기 부여할 수 있는 기회 제공
직무 커리큘럼 업데이트	• Business Development 직무의 이해와 경험을 소개하는 프로그램 신설

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

교육 효과성 평가

직무교육 효과성 평가

- 교육 대상: 불법/유해정보 모니터링 수행 전담 부서 담당자
- 교육 내용: 서비스 관련 직무교육 총 4,066시간(2025년 합계)
- 효과성 평가: 교육 대상자 유해 댓글 모니터링 차단률 개선

직무교육 효과성 지표

- 유해 댓글 모니터링 차단률 86%에서 88%로 개선



전 임직원 자기주도 성장 지원

- 모든 임직원이 학습하고 성장할 수 있도록 사내교육플랫폼 'NAVER uni'의 접근 권한을 계약직, 파견직 임직원을 포함한 네이버 모든 임직원에게 개방하여 운영
- 임직원 업무 역량 및 자기개발을 위한 스터디, 외부교육, 어학교육 등 자기주도 학습 비용 지원

2025년 자기주도 학습 운영 현황

구분	이수 인원	투입
스터디	총 375개 그룹	총 2,981.5시간
외부교육	총 457명	총 16,843시간
어학교육	총 1,408명	1인 평균 146만 원 지원

재취업 지원 교육

- 고용노동부 협약 및 민간 협업을 기반으로 재취업 지원(생애설계) 교육을 설계하고, 사내 중장년 대상 퇴직 이후 불안 완화와 역량 강화를 지원하여 고용노동부 장관상 수상(2025.09)
- 2026년에는 노사발전재단 등과의 협업을 통한 재취업 지원 프로그램 확대 추진 예정

디지털·AI 역량 강화

- 임직원 AI 역량 육성을 위한 기초, 심화교육 및 실습 등 다양한 AI 기본·안전·실전 활용 단계별 교육을 실시
- 특히 AI 안전과 관련한 교육을 조기 진행하여 AI 리스크 예방 및 안전 이해도를 제고

외부 교육기관 파트너십

프로그램 명	프로그램 내용
NAVER ELP (Executive Leadership Program)	2024년부터 서울대학교와 협력하여 임원 대상의 ELP 과정 신설 및 운영 - 상위 역할 수행의 잠재력이 있는 임원을 대상으로 네트워킹 및 과정 이수를 통해 예비 경영자 역량 및 사업자 감각을 기를 수 있도록 지원
공동 연구 파트너십 성과	산학 협력을 통해 ICLR¹⁾ 2025, ACL²⁾ 2025, NAACL³⁾ 2025, CHI 2025, NeurIPS 2025 등의 학회에서 다수의 논문 발표
네이버-튀빙겐(독일) AI 연구센터	LLM의 신뢰성 및 개인정보와 데이터 보안에 관련된 연구 수행
네이버-토론토(캐나다) AI 연구센터	새로운 형식의 LLM 상호작용에 대한 연구 및 소셜 창작자의 디지털 도구 활용 현황 파악을 통한 AI 어시스트 활용 가능성 탐색 연구 수행

1) International Conference on Learning Representations
2) Association for Computational Linguistics
3) The Nations of the Americas Chapter of the Association for Computational Linguistics

우수 인턴십 사례

CHI 2025 Best Paper Award

NAVER AI LAB 내 HCI Research 조직, 인턴십 협업 결과물로 CHI 2025 학회에서 수상

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

성과 평가 및 리뷰

- 임직원 평가는 피드백에 초점을 둔 ‘리뷰’ 제도로 운영하여 근무 모습을 입체적으로 인식하고 성장하도록 지원
- 동료, 리더 등 함께 일한 모든 임직원의 피드백을 취합하여 한 해의 성과 및 협업에 대한 종합적인 결과를 도출하며, 리뷰 결과는 보상과 리더 선임 등 다른 인사 제도들과 연계
- 등급에 따른 개인별 성장 피드백을 명확히 전달하기 위해 상이한 기준을 통합한 ‘팀네이버 표준 리뷰 등급체계’로 운영
- 수시 피드백 시스템 및 상반기 1:1 중간 점검 프로세스로 연말 리뷰 전 업무 방향성에 대한 피드백을 제공하고 성과 목표를 상시 관리하도록 지원
- 리뷰가 목적에 맞게 운영될 수 있도록 각 프로세스별 평가자 교육을 실시하며 전사 공지 및 생중계 등을 통하여 임직원에게 해당 내용 안내
- 성과(Result), 과정(Commitment), 영향력(Extra Impact)의 등급 판단 요소를 통해 결과뿐만 아니라 과정에서의 치열함과 협업 태도, 개인과 조직을 넘어선 영향력까지 다양한 관점에서 구체적이고 명확한 피드백 전달
- 2023년 ‘팀네이버 표준 리뷰등급체계’ 도입 후 2024년에 개선점과 임직원의 니즈를 반영한 운영 기준 및 가이드 보완
- 리뷰 등급 판단 및 피드백 가이드 보완을 통해 등급별 기준에 대한 합의를 강화하고, 조직과 개인 성과를 일치화

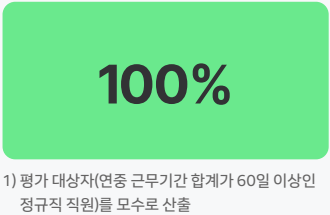
성과 피드백 기반 리뷰

- 리뷰 프로세스는 리뷰 대상자 스스로 한 해의 성과를 돌아보는 ‘Self Review’, 함께 일한 사람들과 피드백을 주고받는 ‘Co-Work Review’, 리뷰 등급을 산정하고 피드백하는 ‘종합 Review’ 단계로 진행
- 이후 ‘Calibration’ 작업을 통해 각 조직별·전사 단위 리뷰의 눈높이를 조정하고, 리뷰 대상자 개인의 성과와 조직 단위의 전체 성과를 고려하여 최종 리뷰 등급 산정
- 단계별 프로세스를 통해 축적된 다양한 관점의 피드백은 조직 리더와의 면담을 통해 성장 메시지로 대상자에게 전달
- 피드백 이후에도 리뷰 대상자의 수용성을 최대한 높이기 위해 등급 및 피드백에 대한 이의 신청 절차 운영
- 리뷰 프로세스 종료 후 매년 리뷰 피드백 경험에 대해 임직원 설문을 진행하고, 취합한 의견은 차년도 제도 운영에 반영

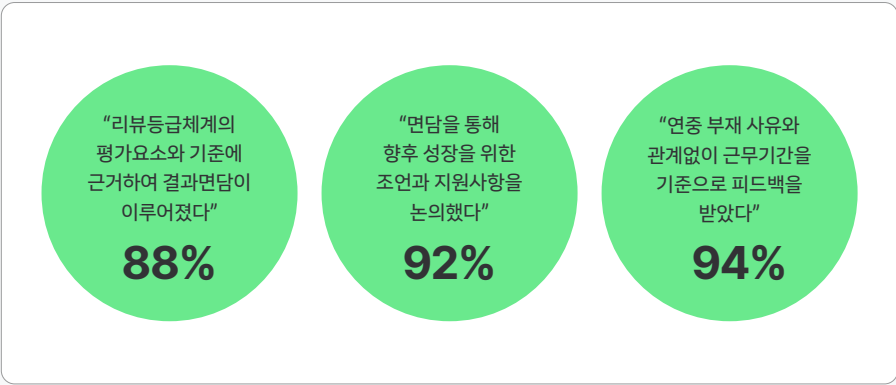
리뷰 프로세스



2025년 성과평가 실시율¹⁾



2025년 리뷰 경험 설문 결과 하이라이트



TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

개인 목표 관리

목표수립

- 개인별 목표수립 이전 공통 목표와 개인 업무의 연계 강화를 위해, 각 부문 및 사업 조직의 방향성과 목표를 구성원과 공유하는 ‘The Sync’ 세션 운영
- 연중 성과관리의 시작으로 조직 목표와 일치시킨 개인별 목표/업무 등록을 진행하며, 이를 기반으로 중간점검 시 기대수준을 조율하고 연말리뷰 시 성과 판단에 활용
- 2026년에는 ‘AI를 활용한 일하는 방식의 변화’를 추가적인 목표로 가이드 진행

상반기 중간점검

- 원소속 리더와 구성원이 1:1면담을 통해 상반기 업무 성과와 과정을 돌아보고, 하반기 업무 방향성과 기대수준에 대한 공감대를 형성
- 면담을 통해 업데이트된 개인의 목표와 업무계획이 잘 관리될 수 있도록 시스템을 통한 히스토리 기록 유지 권장

연말 리뷰

- 연말 리뷰프로세스를 통해 한해 개인의 목표와 기대수준 대비 성과, 과정, 영향력에 대한 종합적인 달성도를 판단
- 원소속 리더와의 면담을 통해 리뷰 결과에 대해 피드백하고 성장의 메시지를 전달

보상

인센티브 제도

- 기본 보수(연봉) 이외에, 회사의 성과를 함께 나누기 위한 인센티브(변동보수) 제도를 운영
- 인센티브 지급 여부 및 총 지급 규모는 매년 이사회에서 회사의 재무 실적 및 사업 성과 등을 종합적으로 고려하여 결정하며 개인별 인센티브 금액은 성과 및 업무과정이 반영된 연말 리뷰 등급과 연계하여 산정
- 레벨을 통해 개인별 역할 수준이 명확해짐에 따라, 역할의 크기 및 중요도를 기반으로 보상 제도를 설계 및 운영

주식보상 프로그램

- 다양한 주식보상 제도를 통해 회사와 임직원의 성장이 연결되는 계기를 제공하고, 임직원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치와 성장을 바라보도록 성장 방향 제시

스톡옵션 및 주식매입 리워드 세부 내용

스톡옵션 (2019~2021)	• 2019년부터 3년간, 1년 이상 재직한 임직원에게 1,000만 원 상당의 스톡옵션을 매년 부여 • 부여한 스톡옵션은 최대 2028년 2월까지 행사 가능(부여시점에 따라 행사종료시점 상이)
주식매입리워드 (2020~)	• 임직원 주주 확대를 통한 회사의 미래 성장 가치 공유를 위해 임직원이 회사 주식을 매입한 후 6개월간 보유 시 매입 금액의 10%를 현금 리워드로 지급

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

비임금성 복리후생(non-pay benefits)

- 임원, 계약직, 정직원을 포함하여 전 임직원을 대상으로 비임금성 복리후생을 제공 중

비임금성 복리후생 지원 제도

개인 업무지원비	• 업무에 필요한 통신비, 도서·콘텐츠 구매비, 외부 주차비 등에 활용할 수 있도록 연간 360만 원을 지원
네이버 서비스 이용권	• 네이버의 다양한 서비스를 직접 경험하며 이해도를 높일 수 있도록 6종의 서비스 이용권 지원
사내 교육	• Tech Share, Engineering Day, Meetup, S&B Share, NAVER uni 등 직군별 전문 교육과 단계별 리더십 역량 강화 프로그램 지원
글로벌 어학 및 외부 교육 지원	• 글로벌 업무 환경에 대비할 수 있도록 다양한 어학 교육 지원 (연간 240만 원 한도) • 업무와 관련된 온/오프라인 외부 교육 비용 전액 지원
신규입사자 온보딩 지원	• 입사자가 회사와 팀에 원활히 적응할 수 있도록 웰컴키트, 사옥 투어, HR 오리엔테이션, 온보딩 가이드 등 제공
팀플레이	• 팀워크와 소통 강화를 위해 춘천 네이버 커넥트원에서 1박 2일간 다양한 팀빌딩 프로그램과 숙식을 지원
사내 동호회(클럽 그리니)	• 취미생활, 봉사활동 등 다양한 주제로 동료들과 네트워킹할 수 있도록 인당 연간 최대 36만 원 지원
사내 행사	• 연말 전사 행사, 외부 초청 강연, 사내 시상식을 통해 정서적 교류와 인정 문화를 지원
전용 휴양 시설	• 전국 곳곳에 위치한 네이버 임직원 전용 고급 휴양시설을 매달 추첨을 통해 저렴한 비용으로 제공

상해보험 및 종합 건강검진	• 임직원은 물론 배우자, 양가 부모님, 자녀, 형제·자매까지 상해보험 혜택 제공 • 종합건강검진은 매년 지원하며, 가족 또는 지인 1명에게도 격년으로 지원
사내 병원	• 사옥 내 병원에서 전문 진료와 상담을 제공하며, 골격계 및 스트레스성 질환 물리치료, 전문 검사, 예방접종 등 지원
사내 피트니스	• 건강한 체력 관리를 위해 언제든지 자유롭게 이용할 수 있는 250평 규모의 사내 운동 공간 운영 • 전문 트레이너가 상주해 상담과 코칭 지원
24시간 의료 상담	• 전 세계 어디서든 건강 문제 발생 시, 전용 채널을 통해 전문 의료진 상담 및 긴급 지원 서비스를 제공하며, 상급 병원 예약 서비스도 제공
심리 상담	• 마음 건강을 위해 전문 상담기관과 연계한 상담 프로그램 운영, 연 10회까지 상담 비용을 전액 지원하며, 이후에는 80% 지원 • 접근 편의성을 높이기 위한 사내 심리상담센터도 주 5일 운영
심리 건강검진	• 마음 상태와 스트레스 수준을 주기적으로 확인할 수 있도록 연 1회 심리 건강검진 제공

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

위험 식별·평가·우선순위·모니터링 프로세스

위험 식별

- 다음과 같은 투입변수 및 매개변수를 활용하여 인적 자본 위험을 식별
- **조직문화진단**: 매년 1회 전 임직원 대상 시행(2025년 4,742명 중 3,632명 참여, 76.6%), 16개 차원에 대한 정량적 측정
 - **리뷰 및 성과 평가 모니터링**: 리뷰 프로세스 진행 중 평가피드백 현황에 대한 전수 모니터링, 리뷰 종료 후 직원 경험 설문
 - **노사 소통 채널**: 노사협의회 NVO 연 4회 정기회의, 퇴직자 면담, 이의신청 프로세스
 - **외부 평가**: 국내외 전문 ESG 평가기관 평가 결과 모니터링

위험의 성격·발생가능성·영향 크기 평가 방식

- **영향도**: 수익 및 사업 성과에 대한 영향을 3단계로 구분한 질적 기준 적용
- **발생 기간**: 단기(1년 미만)/중기(1~5년)/장기(5년 이상)로 구분하여 평가
- **양적 정보**: 가능한 경우 재무적 영향을 수치화하나, 개별 위험별 독립적 측정이 어려운 경우 결합 영향에 대한 질적 정보 제공

모니터링

위험 유형	모니터링 방법	주기
조직문화 관련	조직문화진단 실시 및 개선 과제 도출·이행, 리더급 관리자 리뷰	연 1회(3분기)
리뷰 및 성과 평가 관련	모성보호 및 부재에 따른 불이익 예방을 위한 전수 모니터링, 리뷰 종료 후 임직원 경험 설문	연 1회(리뷰 기간 중 상시)
성장 및 교육 관련	전사 성장지원 협의체 운영을 통한 직군별 특화교육의 운영 계획과 결과 공유, 벤치마킹 촉진	연간 계획 수립 시 및 연중 수시
채용 관련	Hiring Committee 월 단위 신규 인력 수요 심의	월 1회 이상

기회 식별 프로세스

- 인적 자본 관련 기회를 식별하기 위해 다음 프로세스를 활용

프로세스	방법
연간 인력 계획 수립	경영계획과 사업 목표에 기반하여 전사 단위 인력계획을 수립하고, 내부 재배치 계획을 포함한 신입·경력 선발 규모를 결정
외부 인재 pool 발굴	온라인 인재영입설명회, 커리어토크, 산학협력, AI Challenge, Boost Camp, 인턴십 등 다양한 채용 브랜딩 활동을 통해 기회 요인을 지속적으로 발굴
성장 프로그램 기회 식별	임직원 성장위원회에서 직군별 교육 현황을 취합하고, 전사 성장 체계 관점에서 우선순위가 높은 교육에 대한 합의를 도출

전사 위험관리 통합 방법

- 채용, 성장 및 교육, 리뷰, 조직문화, 복리후생, 노사관계, 고충처리, 안전보건 등 다양한 인적 자본 리스크를 전사적 운영리스크 범주에 포함하여 관리·감독
- 인적 자본과 관련된 운영 리스크의 파악, 대응, 예방 및 관리를 위해 HR 하위 부문별 전담 부서가 협업하여 대내외적 환경에서의 인적 자본 리스크 요인을 검토하고, 잠재적 위험 리스크를 식별해 리스크 해소를 위한 단기, 중장기 대응 방향 및 전략 도출
- 이사회, 리스크관리위원회 중심의 네이버 전사 리스크관리체계를 통해 전사 통합 위험관리 프로세스가 구축되어 있으며, 인적 자본 관련 리스크도 검토됨
- 이사회 내 리스크관리위원회는 주기적으로 전사 리스크 주요 요소와 대응 조치를 보고 받고, 검토
- 임직원의 성장 체계의 설계와 심의를 담당하는 ‘임직원 성장위원회’의 위원장을 CEO가 담당하고, 임직원 성장 부문 전략과 전사적 리스크 관리가 연계될 수 있도록 통합적인 관점을 제공

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

지표

- 인적 자본 관리 및 조직문화와 관련된 지속가능성 위험 및 기회에 대한 네이버의 성과를 이해할 수 있도록 본 보고서의 [Databook](#)에서 인적 자본 관리 지표를 공개하고 있음

목표

- 네이버는 2025년 레벨 기반 성장체계를 전사적으로 도입하며 구성원의 성장 경로를 명확히 하고, 리뷰·보상 등 연계 HR 제도와의 유기적 결합을 통해 성과관리 체계를 재정립
- 새로운 성장체계를 안정적으로 운영하고 지속적으로 고도화하기 위해 전사 레벨 기준 정렬, 연계 HR 제도 안착, 개인 성장이력 관리 시스템 구축을 중점 목표로 설정하고 연도별 달성 수준을 관리하고자 함

목표	지표	Baseline (2025)	세부 추진 목표	
			2026년	2027년
레벨 기반 성장체계의 안정적 도입 및 운영	전사 레벨 기준 정렬 완료율	전사 기준 일치화 3차레 개인별 레벨 점검 완료, 전사 기준 일치화 달성	유지 및 업데이트 대내외 환경 변화 반영한 레벨 기준 정기 업데이트 체계 운영	지속 운영 업무환경 변화 반영 레벨 체계 업데이트 및 연계제도 개선 사이클 정착
	연계 HR 제도 적용안착	착수 리뷰·보상·직원성장 프로그램 등 연계제도의 고안	제도 적용 및 시행 HR 제도별 순차적 적용, 임직원 대상 안내 및 수용도 제고	효과 검증·고도화 운영 데이터 기반 제도 개선, 레벨 체계 변화 반영 연계제도 업데이트
	개인 성장이력 관리 시스템	착수 시스템 기획 단계	구축 완료 레벨별 성장 히스토리 기록·조회 기능 운영 시작	고도화·활용 확대 성과관리·보상 연계 데이터 활용 체계 정착, 기능 고도화

TOPIC 4.

지배구조

전략

위험관리

지표 및 목표

인적 자본 관리

글로벌 AI 해커톤 개최

Case Story

베트남 현지 AI 해커톤 개최를 통한 글로벌 IT 인재 양성 및 R&D 네트워크 강화

- ‘글로벌 AI 연구 벨트’ 핵심 거점인 베트남에서 현지 IT 인재 발굴·육성을 목적으로 2025년 9~12월 ‘NAVER Vietnam AI Hackathon’ 진행
- 베트남 주요 공과대학(HUST, VNU-UET, HCMUT) 1,900여 명 참여, 단일 기업 주관 프로그램 기준 이례적 규모 운영

단순 경쟁이 아닌 실질적 기술 성장에 초점을 둔 ‘교육형 해커톤’ 모델 도입

- 단순 경쟁이 아닌 실질적 기술 성장에 초점을 둔 ‘교육형 해커톤’ 모델 도입
- ‘예선-온라인 트레이닝-본선’ 3단계 구조로 설계했으며, 4주간의 트레이닝 기간 동안 참가자들은 웹·모바일(Android) 트랙을 선택해 네이버 클라우드 플랫폼 기반 실무형 AI 기능을 직접 구현
- 커넥트재단이 부스트캠프 등을 통해 국내에서 축적한 SW 교육 노하우를 현지에 이식한 모델로, 이론을 넘어 실제 작동하는 서비스를 기획·개발하는 경험을 제공

발굴에서 성장까지 — 글로벌 인재 유입 체계 구축

- 12월 치러진 본선에는 네이버 베트남 법인 현업 실무진이 심사위원으로 참여해 AI 활용도·창의성·기술 완성도를 평가
- 상위 3개 팀에게는 상금과 함께 네이버 베트남 인턴십 기회를 제공, 수상을 넘어 실질적인 커리어 연계로 이어지는 구조 설계
- 글로벌 수준의 개발 문화와 협업 방식을 현지에 직접 전수함으로써 베트남 IT 인재들의 세계 무대 진출을 위한 발판으로 기능



ESG FUNDAMENTALS

TECH FOR PEOPLE
SOCIAL
ENVIRONMENT
PRINCIPLE

TECH FOR PEOPLE

- 이용자 보호 및 만족
- AI 안전
- 디지털 포용성
- 서비스 안정성



이용자 보호 및 만족

네이버는 글로벌 기술 플랫폼 기업으로서, 전 세계 이용자들이 안전하고 신뢰할 수 있는 환경에서 디지털 서비스를 누릴 수 있도록 이용자 보호와 만족을 핵심 가치로 삼고 있습니다.

서비스 전반에서 발생할 수 있는 다양한 리스크를 체계적으로 관리하고, 유해 콘텐츠·이용자 권리 침해 등 주요 이슈에 선제적으로 대응하는 한편, 이용자 보호 정책과 관리 체계를 지속적으로 고도화하고 있습니다. 아울러 이용자의 의견과 불편 사항을 신속하게 반영할 수 있는 소통 체계를 운영하며, 서비스 만족도를 지속적으로 향상시켜 나가고 있습니다.

네이버는 앞으로도 이용자 보호와 만족을 최우선으로 삼아 변화하는 환경과 이용자의 요구에 신속하게 대응하고, 혁신을 바탕으로 플랫폼의 미래를 선도해 나가겠습니다.

관리 및 감독

- 서비스 이용 과정에서 유해 콘텐츠 및 운영 상의 다양한 문제로부터 이용자를 보호하고 안전하게 서비스를 이용할 수 있도록 CRO(Chief corporate Responsibility Officer) 직속으로 고객 서비스 최고 책임자 지정
- 고객 서비스 최고 책임자 관리 하의 담당 조직을 통해 이용자 보호에 관한 미션과 세부 목표에 기반한 이용자 보호 활동 수행
- 이용자 보호 활동은 고객 서비스 최고 책임자 및 최고 경영자가 승인한 이용자 보호정책에 근거하여 수행되며, 이용자 보호 활동의 주요 사항은 전사 리스크관리 회의체인 리스크관리 워킹그룹에 공유 및 논의되고, 정기·비정기적으로 이사회 내 리스크관리위원회에 보고

이용자 보호 관리 프로세스

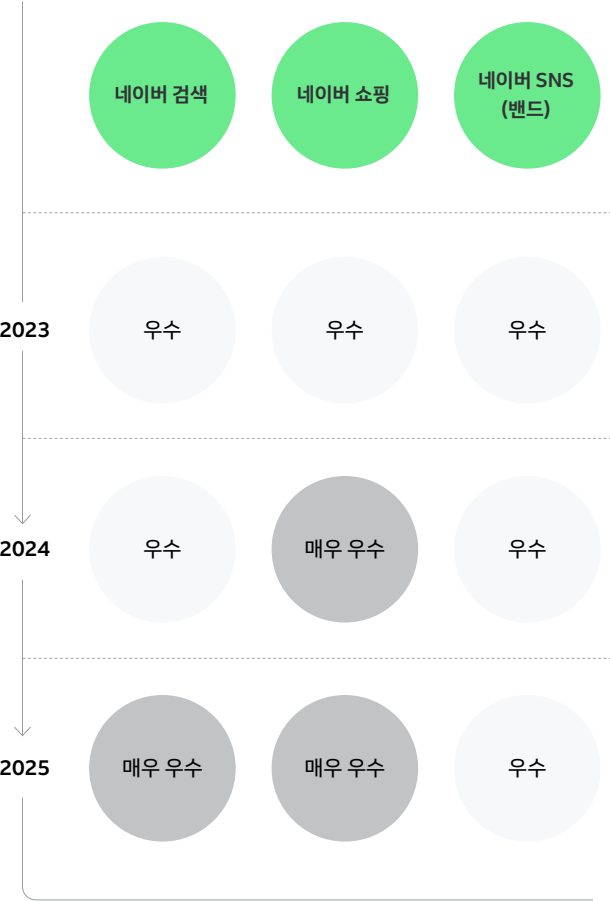
- 리스크관리 워킹그룹에서는 복합적 리스크 전사 단위 검토 및 대응을 하고 있으며, 매달 정례회의를 통해 이용자 보호를 위한 리스크를 전사적 차원에서 다각도로 식별하고, 개선 아이템 도출, 이행, 모니터링을 수행
 - 이해관계자가 가장 중요하게 생각하는 주요 이슈를 식별하고 전사 차원의 통합 과제로 관리
 - 네이버 서비스 특성상 이용자 보호를 위한 분야가 광범위하여, 주요 이슈별 개선 활동 및 효과성 평가의 경우 리스크관리 워킹그룹 내 이슈 담당 부서에서 각각 수행
 - 리스크관리 워킹그룹 정례회의를 통해 식별한 리스크에 대한 개선 활동 계획 및 성과를 공유하고 검토 및 관리 수행

이용자 보호 관리 프로세스

이용자 보호 주요 식별 이슈	리스크 평가 및 관리 프로세스
이용자 보호 및 만족	• 이용자 보호 리스크 관리 프로세스 🔗 • 서비스 출시 점검 프로세스 🔗
이용자 개인정보보호	• 개인정보보호 위험관리 프로세스 🔗
정보보안 및 어뷰징 대응	• 전사 정보보안 위험관리 프로세스 🔗
서비스 및 데이터 안정성	• 업무연속성계획 프로세스 및 서비스 안정성 체계 🔗
AI 안전	• AI Safety Framework 🔗 • AI 윤리 자문 프로세스 🔗

- 이용자 보호 활동 통합 관리의 성과로, 2025년 ‘방송미디어통신위원회 주관 이용자 보호업무 평가’에서 SNS분야 우수 등급, 쇼핑분야 2년 연속 매우 우수 등급, 검색분야 부가통신업계 최초 매우 우수 등급을 획득

방송미디어통신위원회 이용자 보호업무 평가



이용자 보호 및 만족

정책 및 체계

서비스 이용자 보호정책

- 서비스 이용 시 발생할 수 있는 문제로부터 이용자를 보호하고, 이용자의 불편·불만 사항을 최소화하며 고충을 개선하기 위해 한국인터넷자율정책기구(KISO) 규정 및 '이용자 보호 및 자율규제 위원회' 자문을 반영한 이용자 보호 운영 정책을 수립
- 변화하는 디지털 환경에 맞춰 이용자 보호와 서비스 개선을 위한 자율 규제 방안을 마련하고, 점검 체계 구축을 위해 9인의 외부 전문가로 구성된 독립적인 '이용자 보호 및 자율규제위원회'를 지속적으로 운영
- 이용자 피해 예방 활동 및 보호 프로세스를 더욱 강화하기 위해 관련 현업부서를 경영진 직속 위원회로 별도 분류하고 경영진 관리 책임 고도화
- 팀네이버 AI 서비스의 안전성을 확보하기 위해 AI 안전 관리 업무를 담당하는 AI Safety Center를 운영하고 있으며, 서비스 이용자를 보호하기 위한 AI 모델·서비스 대상 중첩적 안전성 평가 프레임워크, 투명성 컴플라이언스 체계를 구축 및 운영하는 업무를 수행

 서비스 이용자 보호 정책

그린인터넷 운영 정책

- 이용자 보호 및 미디어 윤리를 위해 안전하고 건전한 인터넷 환경 조성 6가지 주요 영역 정책과 가이드라인을 수립
- 그린인터넷 운영 정책 및 가이드라인 준수를 위해 관련 담당 조직이 이행 현황을 관리하고, 이용자 신고·콘텐츠 모니터링·내부 점검 등을 통해 정책 이행 수준을 지속적으로 모니터링

그린인터넷 관리 항목

음란 게시물 차단	저작권 보호	불법 게시물 차단
• CLOVA GreenEye 실시간 AI 이미지 필터링 시스템 적용 확대 • 신속한 조치를 위한 모니터링 전담 부서와 긴급신고센터 운영	• 창작자 권익 보호를 위한 권리보호센터 운영 • 저작물 불법 유통 사전 방지를 위한 저작물 사전 보호 요청 • DB와의 연계를 통해 저작권자가 등록한 영상, 음원 자동 블라인드 처리	• 불법 게시물 신고 접수를 위한 24시간 신고센터 운영 • 신속한 불법 게시물 차단을 위한 모니터링 전담 부서 운영 • 청소년에게 부적합한 결과를 포함한 질의어 검색 시, 검색 결과 노출 제한 • 불법성 질의어 검색 시, 신고·상담·구제 등 채널 노출
개인정보보호	아동·청소년 보호	이용자 보호 및 만족
• 네이버 내 개인정보 관리를 위한 프라이버시센터 운영 • 개인정보에 관한 다양한 지식을 전하는 개인정보보호 블로그 운영 • 개인정보 노출에 대한 신속한 조치를 위해 긴급신고센터 운영	• 인터넷 내용 등급을 참고하여 유해한 게시물 차단 • 연령 제한 기능을 통해 아동·청소년에게 유해한 게시글 노출 최소화 • 보호자의 요청 등이 있는 경우, 오픈톡 서비스 일부 기능의 이용을 한시적으로 제한하는 미성년자 보호제도 운영 • 지식iN 내 청소년상담지원센터 등 상담 기관과의 연계를 통한 전문 상담 진행 • 신속한 조치를 위한 모니터링 전담 부서와 긴급신고센터 운영 • 유해 콘텐츠 없이 청소년들이 안전하게 배우고 성장할 수 있도록 돕는 교육 콘텐츠 플랫폼 엔트리 운영	• 이용자 만족도 조사, 이용자 VOC 분석 등 이용자 경험 기반 서비스 개선 • 이용자 VOC 전용 수집 채널 운영 • 스마트봇, 모바일 고객센터 등 차별화된 CS 서비스 확대 • 모니터링 및 서비스 유형별 전담 고객센터 운영

게시물 운영 정책

- 네이버는 서비스의 안전성과 신뢰성을 위해 법령 위반, 타인의 권리 침해 등 특정 기준에 부합하는 게시물의 게재를 제한하고 있으며, 이러한 기준을 이용자에게 명확하게 제시하고자 정책 수립 후 홈페이지 게시 중
- 이용자가 네이버 서비스에 부호, 문자, 음성, 음향, 그림, 사진, 동영상, 링크 등 다양한 형태로 게재한 각종 콘텐츠 자체 또는 파일에 해당 정책 적용

 [게시물 운영 정책](#)



이용자 보호 및 만족

활동 및 성과

이용자 소통 체계 강화

이용자 소통 채널 운영

- 이용자의 권리와 이익을 보호하기 위해 사회적 책임과 투명성 요구에 부응하며, 보호 활동 결과를 투명하게 공개하고 이용자의 불편·불만 응대 수준을 높여 서비스 만족도를 향상시키는 다양한 소통 채널 운영
- 권익 침해 가능성이 있는 모든 위험 요소를 사전에 식별하고 선제적으로 대응하는 프로세스를 구축하여 이용자 피해를 최소화

네이버 이용자 소통 채널

네이버 고객센터	• 이용자의 권익에 대한 피해 발생 시 손해보상 절차 및 처리 지침, 이용자 피해 관련 처리 절차, 분쟁조정 프로세스 및 유의사항, 신고 방법 등 상세하게 안내 • 이용자 문의, 의견, 기능 개선, 불편 접수 및 대응, 365일 24시간 운영 • 디지털 ARS, 채팅상담 및 AI 기술을 접목한 스마트봇 상담 등 이용자 편의 지속 확대
네이버 게시물 신고센터	• 유해 게시물, 권리 침해, 불법촬영물, 허위 정보, 사칭 피해 등 포털 게시물에 대한 다양한 유형의 피해 신고 채널 운영 • 이용자의 표현의 자유와 디지털 안전을 균형 있게 고려한 콘텐츠 관리 • 신고 유형별 검토 절차에 따른 신속하고 공정한 처리
네이버 권리보호센터	• 일반 UGC, 쇼핑 상품 등 권리 침해 콘텐츠 원스톱 신고 채널 • 이용자가 보유한 저작권·상표권 등 권리를 직접 등록·관리하고, 스스로 보호받을 수 있도록 지원하는 체계 운영 • 국내뿐 아니라 해외 권리자도 원활하게 신고 가능하도록 영문 신고 채널 운영
그린인터넷 운영 포털	• 건강한 인터넷 환경과 미디어 윤리 실천을 위한 네이버 운영 정책 및 관리 기준 공개 • 콘텐츠 운영 원칙, 제재 기준, 모니터링 체계, 신고·조치 절차 등 투명한 정보 제공 • 그린인터넷 운영 리포트를 통해 자체적인 유해 콘텐츠 차단 및 이용자 보호 활동과 외부 요청에 따른 이용자 콘텐츠 차단 등에 대한 조치 결과 공개

이용자 VOC 대응

- 이용자 VOC(Voice of Customer, 고객의 소리)에 다방면으로 적극적 대응 추진
- 이용자의 불만이나 문제 제기와 같은 클레임·컴플레인 CS에 대해 신속한 대응을 위한 빠른 감지와 전파 체계 구축
- 고객센터와 서비스 담당 부서 간의 이용자 문의 관련 커뮤니케이션 시스템을 개편하여 이용자 문의에 대한 빠른 대응 진행

네이버 이용자 VOC 대응 활동

이용자 소통 편의성 확대	VOC 점검 및 개선	이용자 안내 개선
• 디지털 ARS 도입을 통한 상담 및 문의 해결 편의성 증대 • PC 및 모바일 환경 어디서든 접근 가능한 고객센터 운영 • 채팅상담 및 AI 기술을 접목한 스마트봇 상담 등 소통 채널 확대 • 고객센터 페이지를 방문하지 않고도 네이버 포털에서 관련 내용을 검색하면 해당 도움말을 바로 확인할 수 있는 서비스 제공을 통해 이용자 편의 확대	• VOC 데이터 실시간 모니터링 기반 이상징후 파악 및 전담 부서 개선 진행 • 이용자 문의 분석을 통해 주요 문제점 파악, 서비스 전담 부서와 협력하여 빠른 개선 진행 • 서비스 담당자와 고객센터 담당자 협업을 통한 이용자 불편 최소화	• 메일 안내 시 가독성을 높이기 위하여 사용하는 템플릿, 디자인 가이드 및 시스템 개선

이용자 보호 및 만족 관리 현황

관리 현황	단위	2023	2024	2025
이용자 VOC 관리 현황	접수건수 ¹⁾	건	3,200,657	3,297,553
	처리건수	건	3,137,958	3,235,494
	처리율	%	98.04%	98.12%

1) 네이버 고객센터에 접수된 이용자 불편·불만 외 단순 문의·제안 건도 포함

이용자 보호 및 만족

이용자 요구사항 실시간 처리 시스템 구축

- 네이버는 이용자로부터 제기되는 정당한 의견이나 불만을 실시간으로 처리하기 위해 연락처 및 접근 방법을 쉽게 확인할 수 있도록 노출
- 실시간 처리가 어려운 경우 이용자 요구사항 접수일로부터 3영업일 이내에 자연 사유 및 처리 기한을 안내할 수 있도록 시스템 반영 완료

2025년 이용자 요구사항 관련 개선 사항

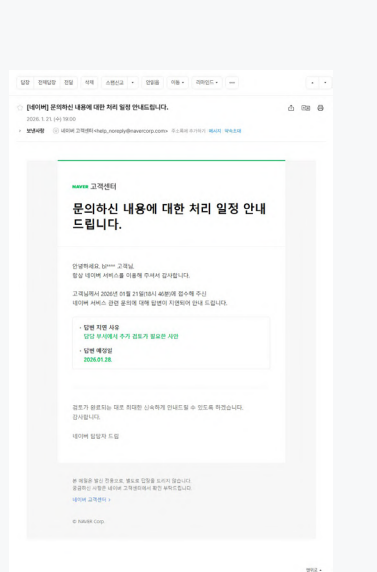
처리기한 관련 내부 규정 개정

처리기한 관련 내부 유의 가이드 및 규정 업데이트



예상 답변 안내 시스템 구축

처리기한 초과 예상 시 안내 발송 기능 개발



로그기록 정비

처리기한 준수 여부 관리를 위한 아카이빙 정비



2025년 서비스 클레임 3영업일 내 응대 기준 초과 건수

0건

이용자 보호 및 만족 리스크 관리

이용자 보호 및 만족 리스크 개선 프로세스

- 통계 분석과 VOC 데이터 분석을 기반으로 주요 개선 포인트를 확인하고 서비스 기능, 도움말, 문의 양식 등 개선 과제 발굴 및 적용
- 이슈성 문의 실시간 감지 기능 고도화, 커뮤니티·SNS 모니터링 체계 구축, 디지털 ARS 고도화 등 이용자 불편·불만 개선과 CS 시스템 고도화를 통한 이용자 불만 해소 및 클레임 예방 역량 강화

1 분석

2 개선안 도출

3 개선 활동

4 개선 후 점검 활동

- 전반적인 통계 분석
- 주요 VOC 유형 분류
- 상세 VOC 내용 분석
- 주요 문제점 분석
- 주요 개선 포인트 확인

- 서비스 개선안 도출
 - 서비스 기능 개선
 - 서비스 기능 추가
 - 서비스 내 안내 강화
- 고객센터 개선안 도출
 - 도움말 개선
 - 스마트봇 개선
 - 문의 양식 개선

- 서비스 개선 활동
 - 서비스 부서 논의를 통해 시급도와 중요도에 따라 활동 진행
- 고객센터 개선 활동
 - 도움말, 스마트봇, 문의 양식은 즉시 개선 진행

개선 후 점검 활동

- 개선 완료 후 이용자의 만족도와 문의 내용을 재점검하여 후속 개선 활동 진행

2025년 주요 개선 성과

클레임 CS 감소 및 이슈 확산 예방

이슈성 문의 실시간 감지 기능 고도화

주요 클레임 사례 정기 리뷰 프로세스 정착

유형별 클레임 사례집 발간 및 교육

유관 부서 협업 대응 체계 고도화로 처리 속도 향상

이용자 불만·피증포인트 개선

커뮤니티·SNS 등 다채널 불만 모니터링 체계 구축

불만 포인트 발굴→검토→과제화 프로세스 신설

핵심 불만 요인 20건 이상 발굴 및 과제화

발굴 기반 서비스 개선 과제 실행

CS 시스템 고도화

전기통신사업법 개정 선제 대응 시스템 정비 완료

디지털 ARS 고도화 → 셀프 해결률 향상

서비스광장 시스템 개선으로 답변 속도 향상

고객 문의 분석 시스템 전면 개편

이용자 보호 및 만족

서비스 출시 점검 프로세스

- 이용자 보호 관련 규제와 평판 리스크, 잠재적 이용자 불편·불만을 식별하고 개선하는 프로세스
- 서비스의 출시, 개편, 종료, 이벤트 진행 시, 사전 확인 사항을 통합 점검하는 절차로 각종 규제 및 CS와 평판 리스크를 예방하고 이용자 만족과 보호를 견인
- 출시 점검 프로세스가 정착된 후 법률·규제 위반 이슈 감소 및 이용자 경험 측면에서 긍정적 효과 발생

출시 점검 프로세스

① 리스크 식별·평가

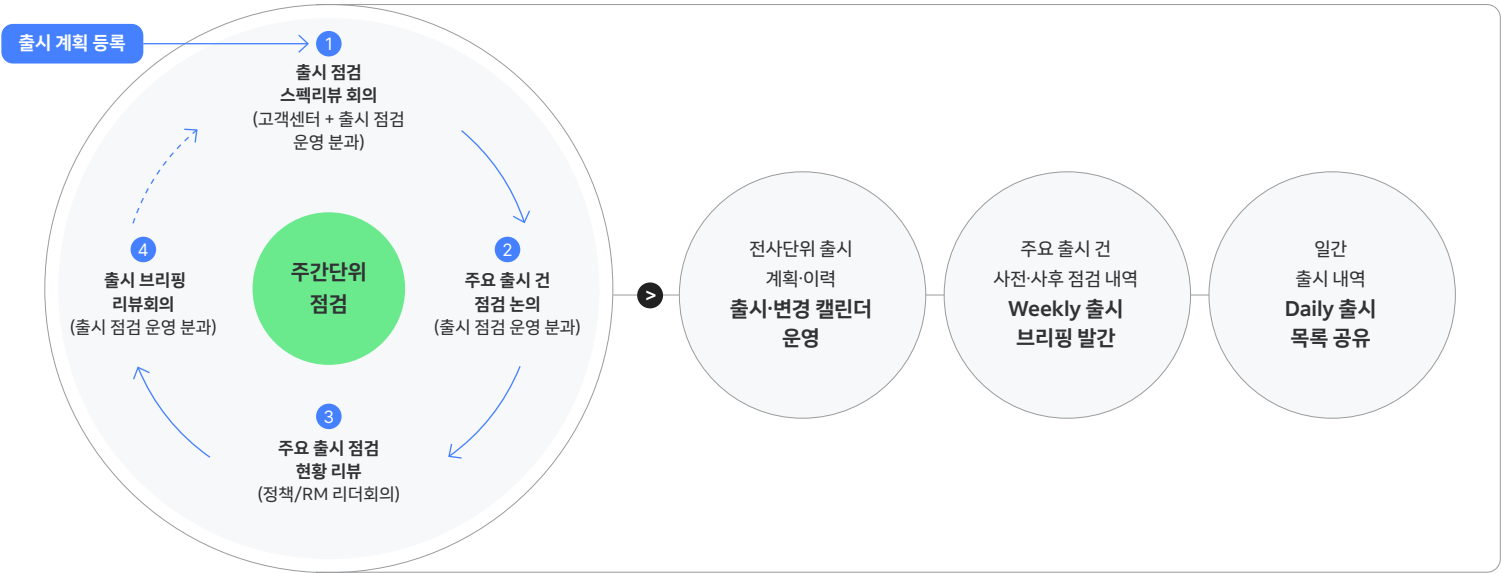
- 등록된 서비스에 대해 출시 점검 운영 분과, 고객센터, 정책/RM 조직 점검
- 출시 후 기능 오류 이슈 예방을 위해 SRE 조직 및 QA 조직도 함께 점검

출시 계획 점검 방식

출시 계획은 이용자 영향도·민감도 및 이슈·리스크 수준을 고려하여 3가지 유형으로 나누어 점검 수행	
통상적이고 이용자 영향도가 크지 않은 건	실무 레벨에서 점검 및 고객센터 응대 가이드 준비
특정 영역의 리스크가 우려되거나 이용자 영향도가 큰 건	실무 레벨에서 점검 후 정책/RM 리더회의를 통해 최종 의사결정 지원 리스크가 높을 경우 서비스 조직과 추가 협의 및 출시 후 동향 모니터링
정책적 의사결정이 필요하며 복잡도 및 민감도가 높은 건	서비스 조직 및 CR, 법무 등 개별 리스크 조직이 모두 참여하는 확대 출시 점검 회의 진행

② 리스크 개선 및 모니터링 수행

- 각 점검 조직의 리뷰 의견은 4단계에 걸쳐 공유 및 논의 이후 개선을 수행하고 향후 점검 및 모니터링 수행



2025년 성과 및 효과성

- 2025년 1,000건 이상의 출시 건에 대한 점검을 진행
- ‘AI 브리핑 서비스 출시’, ‘플러스 스토어 앱 출시’, ‘모두(modool) 서비스 종료’, ‘유니어네이버 종료’ 등 이용자 영향도가 높은 출시·종료 건에 대해 사전단계부터 리스크를 최소화하기 위한 예방 활동을 진행하며 유관조직과 함께 통합 점검을 실시하여 안정적으로 지원

서비스 출시 후 부정 동향 발생률
전년 대비 **48%** ↓

오류 문의 및 클레임성 CS 발생률
전년 대비 **35%** ↓

이용자 보호 및 만족

콘텐츠 통합 모니터링 시스템

- 불법촬영물등 유통방지, 악성 댓글 차단 등 유해 게시물로부터 이용자 보호를 위한 UGC(User-Generated Contents) 관리 및 검수 통합 모니터링 시스템인 UGC 모니터링 시스템을 구축하고 네이버가 제공하는 서비스 전반에 걸쳐 운영

UGC 모니터링 시스템 프로세스



음란물·유해 콘텐츠 관리

- 방송미디어통신위원회 기술 기반의 DNA 필터링 시스템(불법촬영물등에 특화) 도입 등 방송미디어통신위원회와의 지속적인 협업을 통해 관련 기술 고도화 추진 및 네이버 자체 불법 유해 콘텐츠 차단 AI 기술 지속 개선

CLOVA GreenEye

개요

• CLOVA AI 기술을 바탕으로 한 이미지 분석 솔루션을 사용하여 이미지의 유해성을 판단하는 서비스

특징

- UGC 모니터링 시스템과의 연동을 통한 모델 업데이트 과정 자동화 및 상시 업데이트를 통해 음란물 사전 차단 기능 정확도 상승 및 용이성 증가
- 기술력이 부족한 스타트업이나 기관 등에서 사용할 수 있도록 Open API 방식으로 외부 공개

구현 시나리오 예시

이미지 → CLOVA GreenEye

정상 노출

정상 음란 성인 선정

노출 차단 (음란·성인·선정)

정상 음란 성인 선정

방송미디어통신심의위원회 인터넷 내용등급(Safe-Net)

GreenEye 2.0

등급	노출등급	성행위	
0	노출 없음	성행위 없음	정상
1	노출 복잡	과도한 스킨십	음란
2	부분 노출	착의 상태의 성적 접촉	성인
3	전신 노출	노골적이지 않은 성행위	성인
4	성기 노출	성범죄 또는 노골적인 성행위	선정

성과

불법 유해 게시물(음란물) 99% 사전 차단

2017	2021	2022	2023	2025
• X-eye 1.0 출시	• X-eye 2.0 출시 *1.0 대비 정확도 강화 (99%→99.5%)	• GreenEye 리브랜딩 • Open API	• 커버리지 확대 • 불법 상품 필터링	• 온라인 판매 불가 상품 차단 서비스 출시

이용자 보호 및 만족

악플 관리

- AI 클린봇을 통해 욕설·성적 표현·혐오 등 기존 악성 댓글 탐지·차단에 더해, 희생자 비하·생명 경시 표현까지 대응 가능한 AI 모델을 추가 적용하여 댓글 보호 기술 지속 고도화

AI 클린봇

개요

특징

성과

• AI 기술을 기반으로 욕설·성적 표현·혐오·희생자 비하·생명 경시 등 부적절한 댓글을 자동 탐지·차단하는 댓글 보호 기술

• AI 클린봇은 욕설, 선정적·폭력적 표현 등을 유형별로 학습하여 자동 탐지·차단 기능을 지속 고도화

• 혐오·비하·차별 등 이용자에게 불쾌감을 유발하는 표현에 대한 정밀 탐지 기술 강화

• 생명 경시 표현 및 사건·사고 피해자·유족 대상 2차 가해성 댓글 탐지·차단 확대

• 대규모 언어모델(LLM)을 활용해 기사와 댓글 간 맥락을 반영한 탐지 정확도 강화

2026년 AI 클린봇 3.0 업그레이드

- 생명 경시 및 2차 가해 표현 차단, 두 가지 유형의 악성 댓글에 대한 차단을 집중적으로 강화
- LLM 기반 맥락 분석으로 동일 표현이라도 악의적 의도를 정밀·광범위하게 탐지

언론사가 '재난 보도 피해 확산 방지 문구'를 삽입한 기사 탐지

2025년 악플 조치 현황

기타 조치

146,929 건
(1.3%)

조치 건수
(비율)

클린봇 조치

11,207,400 건
(98.7%)

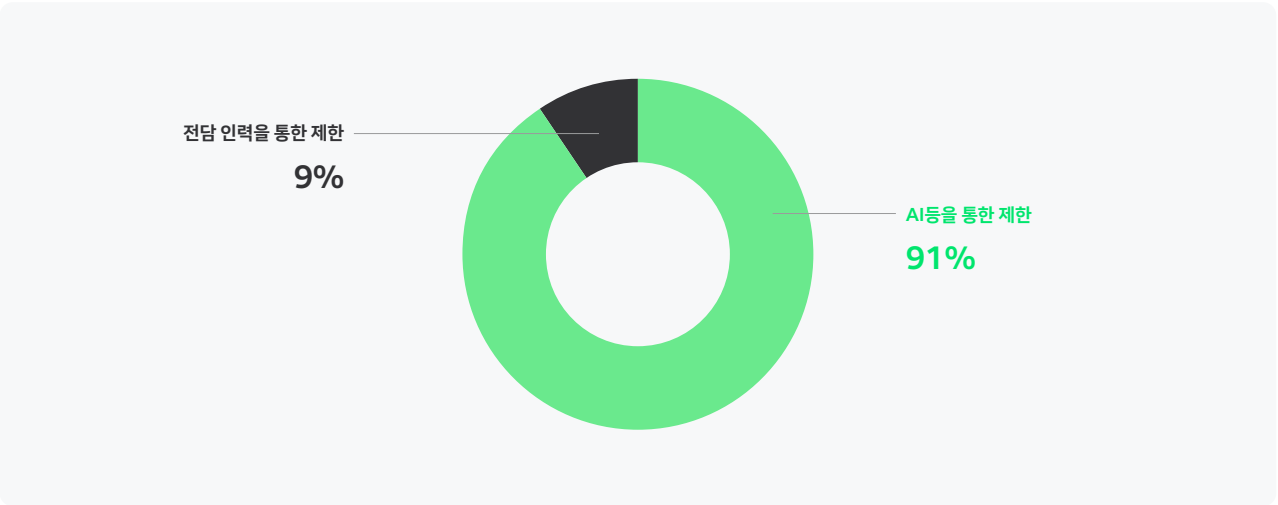
게시물 관리

- 네이버는 다양한 AI 시스템을 통해 운영 정책 및 미디어 윤리를 위반하는 게시물을 빠르게 감지하여 자동으로 처리될 수 있게 조치하고 있으며, 전담 인력을 통해 면밀한 추가 검토 후 처리 진행
- 불법 유해 콘텐츠 처리 및 이용자 권리보호 현황, 불법촬영물 방지 노력 등 미디어 윤리 보호를 위한 활동을 보고서를 통해 투명하게 공개

2025년 게시물 보호 현황(운영 정책 위반 유형별)

유형	설명	건수
스팸·홍보	네이버 서비스의 안정성을 저해하는 스팸·홍보 목적의 게시물	63,499,363
욕설·차별·혐오	혐오 표현이 포함되거나 혐오를 조장하는 내용의 게시물	771,182
청소년 유해	음란 또는 성적인 내용, 폭력 또는 혐오감을 유발하는 내용이 포함된 게시물	888,251
불법 정보	유해하거나 위험한 콘텐츠, 판매 불가 상품의 거래 시도 내용이 포함된 게시물	395,475
기타	그 외 운영 정책을 위반하는 내용이 포함된 게시물	1,669,435

2025년 게시물 조치 현황(제한 조치 유형별)

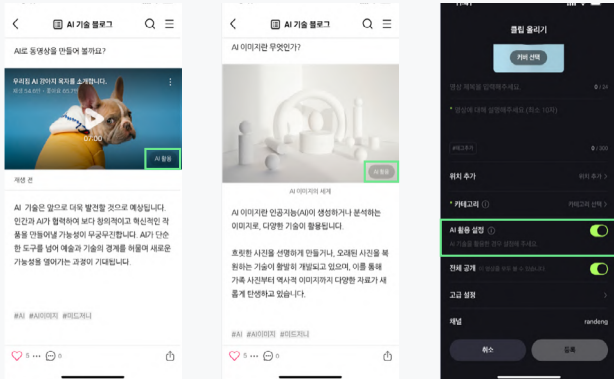


이용자 보호 및 만족

AI 콘텐츠 표시·유통 기준 준수

- 네이버 서비스를 이용하는 모든 이용자들이 AI·딥페이크로 인한 피해를 보지 않도록 보호 활동을 적극적으로 진행
- 2024년 11월 정보통신망법 개정을 통해 딥페이크 방지법¹⁾이 국회를 통과하여 2025년 6월부터 시행
- 이에 대응하기 위해 네이버는 AI 콘텐츠 표시 공통 가이드 수립

네이버 AI 콘텐츠 표시 가이드 및 서비스 적용 현황

AI 콘텐츠 표시 공통 가이드	서비스 적용 현황
• AI 설정 제목, 필수, 방식을 선택할 수 있고 AI 설정 안내문 및 도움말을 제공 • AI 표시 단위 선택, 컴포넌트 표시 방식, AI 정보 설명 제공 방식 등 AI 콘텐츠 표시의 통일성 제고	• AI 콘텐츠 이용자 설정: 블로그, 카페, 클립, 네이버 TV, 밴드 등에 대한 AI 정보 및 설정 옵션을 추가 • AI 콘텐츠 설정 표시: 블로그, 카페, 클립, 네이버 TV, 밴드 등의 이미지·동영상 등 콘텐츠에 각 'AI 정보' 표시 추가 • 2025년 5월 서비스 적용 및 AI활용표시를 위한 사용자 도움말 제공
AI 정보 예시	

1) AI·딥페이크 기술을 악용하여 공인, 일반인의 얼굴을 조작해 허위 사실을 유포하거나 타인 신체를 합성하는 등의 게시물 유포를 통한 디지털 성범죄를 방지하기 위한 법률

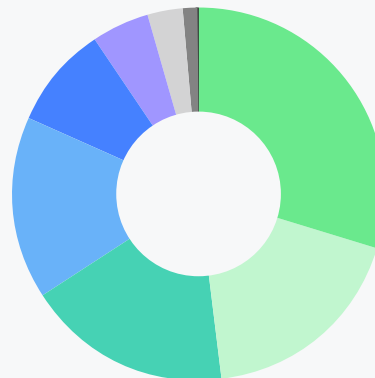
불법 유해 콘텐츠 대응 역량 강화

불법 유해 콘텐츠 전담 부서 교육

- 불법 유해정보 모니터링을 수행하는 전담 부서 담당자를 대상으로 정기적인 서비스 관련 직무교육 및 미디어 윤리 관련 교육 실시

2025년 담당자 대상 직무 및 미디어 교육

교육 유형	시간
● 카페·블로그·포스트	1,210
● 콘텐츠	745
● 뉴스 댓글	728
● 이미지·동영상(GreenEye)	639
● 치지직	370
● 검색결과 + 검색어	194
● 카블메타 검색	124
● 지식iN	48
● 쪽지	8
총 교육시간	4,066



불법·유해정보 모니터링 담당자 대상 직무교육 실시를 통한 유해 댓글 차단율 개선

2024 **86%** → 2025 **88%**

불법 유해정보 산업 이니셔티브 참여

KISO(한국인터넷자율정책기구)

- 2009년 인터넷 사용 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 기구
- 네이버, 카카오, KISO 정책위원들과 청소년 부적합 질의어, 검색어 등 온라인 콘텐츠 정책과 미디어 윤리 관련 이슈에 대한 논의를 위해 정기 회의 운영
- 2012년부터 네이버에서 요청하여 부설기구로 '네이버검색어검증위원회' 수립 및 운영, 협의
- 네이버 연관검색어, 자동완성검색어 등 검색어 적절성 사후 검증 수행
- 2025년 청소년 보호 검색어 분류체계 고도화 안건 논의 및 KISO 홈페이지를 통해 검색어 검증 보고서 공개
- 한국인터넷기업협회의 인식 개선 사업의 일환으로, 소셜 미디어 환경에서의 사이버 폭력 문제와 사회적 인식 개선의 필요성을 다룬 공익 캠페인 영상 인터뷰에 참여하여 미디어 윤리와 안전한 온라인 문화 확산에 기여

네이버 이용자 보호 및 자율규제위원회

- 2023년, 네이버 이용자 및 파트너사들의 권리 보호와 서비스 개선을 위한 제도적 기반을 마련하고자 각 분야의 외부 전문가 9명으로 구성
- 네이버 쇼핑, 커뮤니티, 콘텐츠 등 다양한 서비스 영역에서 이용자 보호와 서비스 품질 개선에 자율적인 노력
- 네이버의 이용자 보호 및 서비스 개선에 대한 적정성과 충분성을 점검하고 개선 현황을 자율적으로 대외 공개

이용자 보호 및 만족

목표관리

목표	지표	2025년 성과	세부 추진 목표		
			2026년	2027년	2030년
이용자 보호 활동을 통한 불법 유해 콘텐츠 불편 최소화	UGC 이용자 불편 감소 건수	- 유해 댓글 차단 비율 88% 달성 완료 - UGC 스팸 조치 필요 신고 건수 20% 감소 - UGC 유해 조치 필요 신고 건수 10% 감소	- 유해 댓글 차단 비율 90% 달성 목표 - 클린봇 생명경시 모델 추가 - 스팸 신고 조치 건수 월 누적 목표 전년 대비 15% 감소	- 유해 댓글 차단 비율 90% 이상 유지 - 반복적 악플 이용자에 대한 활동 차단 정책 강화	- 유해 콘텐츠 차단 범위 확대 - 유해 댓글을 포함한 전체 유해 콘텐츠 대상으로 확대
	서비스·콘텐츠 책임 및 이용자 보호를 위한 기술 강화	- AI 콘텐츠 리스크 해소를 위한 보호 기술 확대 - AI 기반 유해 게시물 차단 프로그램 ‘클로바 그린아이(CLOVA GreenEye)’ 모델 탐지 정확도 튜닝 및 개선 - 피싱 자동 검출 기술 모니터링(uMon) 적용 및 자동화	- 이용자 보호 관점의 AI 콘텐츠 리스크 및 품질관리 검토 확대 - 불법 정보 및 허위조작정보 리스크 대응 체계 구축	AI 콘텐츠 및 서비스 리스크 해소를 위한 보호 기술 고도화	- AI 기반 유해 게시물 차단 솔루션 기능 최적화 - 이용자 계정 및 불편·피해 사례 조기 식별을 위한 감지 기술 고도화
이용자 보호 활동과 관련한 내외부 이해관계자 소통 확대	고객 문제 해결률 향상	- 디지털 ARS를 통한 고객 문제 해결률 20% 향상 - 디지털 ARS를 통한 고객 상담 중도 이탈률 50% 감소	- 서비스 클레임 3영업일 내 응대 기준 초과 건수 0건 - 짜증 유발 포인트 발굴 건수 전년 대비 150% 증가	Top3 서비스 클레임 건수 전년 대비 10% 감소	- Top3 서비스 클레임 건수 30건 이하 유지 - 클레임 이슈확산 건수 0건
	이용자 만족을 위한 소통대응 체계 고도화	- 디지털 ARS 기반 상담 편의성 개선 - 이용자 요구사항 관련 컴플라이언스 대응 체계 구축	- 권리보호센터 권리 침해 신고 채널 단계적 확대 - 그린인터넷 개선 및 청소년 보호 교육 체계 구축 - 이용자 보호 관련 캠페인 영상 제작 - AI 도구 활용을 통한 이용자 요구사항 해결 시간 단축	- 고객 VOC 해결률 및 상담 이탈률 지속 개선 - 고객 행동 데이터를 분석하여 개인화된 지원 서비스 제공	- 법적·사회적 환경에 부합하는 권리 침해 대응 체계 구축 - 이용자 보호 관련 운영 지표 및 VOC 공개 확대

AI 안전

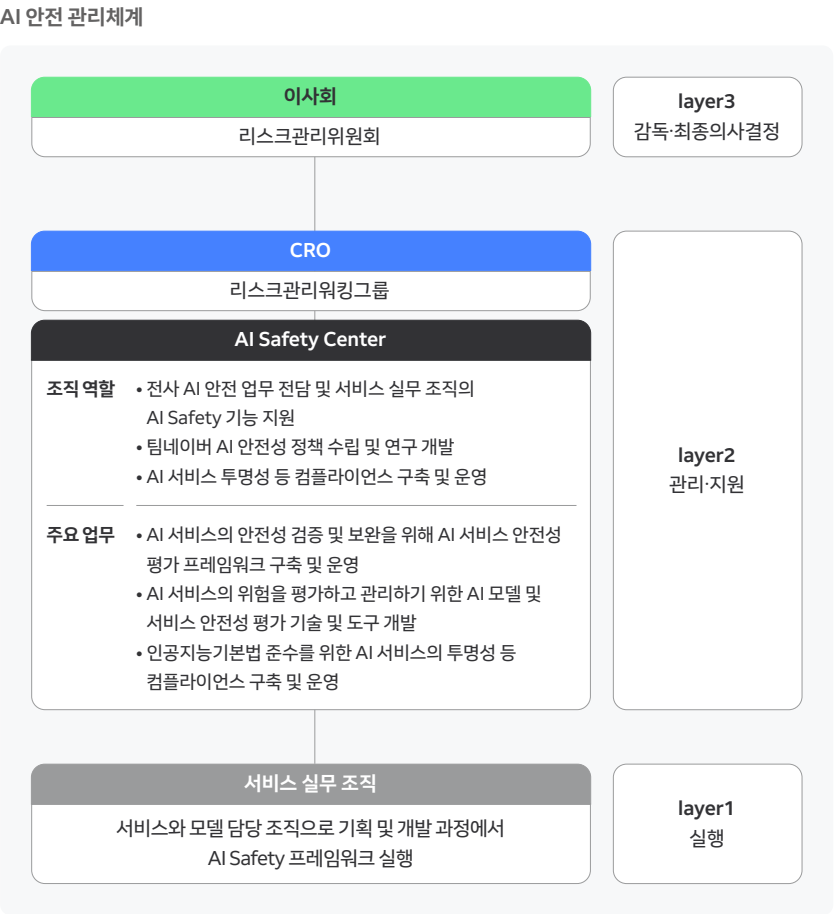
네이버는 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 생각하며, 첨단 AI 기술을 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구로 발전시켜 나가고 있습니다.

2021년 네이버 AI 윤리 준칙을 발표한 이후 다양한 노력을 기울여 왔으며, AI 모델의 데이터 학습·수급 단계에서부터 안전성을 철저히 관리하고, 나아가 서비스 전반에 걸친 위험을 체계적으로 예방하기 위해 글로벌 흐름과 국내 정책 환경에 맞춰 NAVER ASF(AI Safety Framework)를 지속적으로 구체화해 나가고 있습니다.

앞으로도 네이버는 AI Safety 거버넌스를 지속적으로 고도화하고 이를 On-Service AI 전반에 실질적으로 내재화함으로써, 이용자가 안심하고 신뢰할 수 있는 AI 환경을 만들어 나가겠습니다.

관리 및 감독

- 2026년 3월 팀네이버 CRO(Chief corporate Responsibility Officer) 조직 내 AI 안전 업무를 전담하는 AI Safety Center 조직 확대 및 개편
- 이사회, CRO 산하 AI Safety Center, 서비스 실무 조직의 AI Safety 3계층 관리·감독 체계 구성



정책 및 체계

네이버 AI 윤리 준칙

- 첨단 AI 기술을 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구로 발전시켜 나가고자 하는 방향성을 담은 AI 원칙
- 네이버는 첨단의 AI 기술을 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구로 만들겠습니다. 사용자에게 새로운 연결의 경험을 선보이는 도전을 멈추지 않음으로써 다양한 기회와 가능성을 열어 나가겠습니다. 이를 위해 네이버의 모든 구성원은 AI 개발과 이용에 있어 아래와 같은 윤리 원칙을 준수하겠습니다.

사람을 위한 AI 개발	네이버가 개발하고 이용하는 AI는 사람을 위한 일상의 도구입니다. 네이버는 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 삼겠습니다.
다양성의 존중	네이버는 다양성의 가치를 고려하여 AI가 이용자를 포함한 모든 사람에게 부당한 차별을 하지 않도록 개발하고 이용하겠습니다.
합리적인 설명과 편리성의 조화	네이버는 누구나 편리하게 AI를 활용하도록 도우면서, 일상에서 AI의 관여가 있는 경우 이용자에게 그에 대한 합리적인 설명을 하기 위한 책임을 다하겠습니다. 네이버는 AI에 관한 합리적인 설명의 방식과 수준이 다양할 수 있다는 점을 고려해 이를 구체적으로 실현하기 위하여 노력하겠습니다.
안전을 고려한 서비스 설계	네이버는 안전에 유의하여 서비스의 전 과정에서 사람에게 유해한 영향을 미치지 않는 AI 서비스를 설계하겠습니다.
프라이버시 보호와 정보보안	네이버는 AI를 개발하고 이용하는 과정에서 개인정보보호에 대한 법적 책임과 의무를 넘어 이용자의 프라이버시가 보호될 수 있도록 노력하겠습니다. 또한 개발 단계를 포함해 AI 서비스의 전 과정에서 정보보안을 고려한 설계를 적용하겠습니다.

AI 안전

네이버 AI Safety Framework(Beta)

- 2024년 6월 발표한 ‘NAVER AI Safety Framework’의 안전 조치 필요성 관점에서, On-Service AI에 대한 AI Safety 프로세스 구체화
- 서비스의 범용성과 영향성을 기준으로 구분해 고도화

팀네이버 AI 정책

NAVER ASF
(AI Safety Framework) Beta

정의

- NAVER ASF는 AI Safety와 관련해 사회에서 우려하고 있는 위험에 대응하기 위한 체계
- AI 시스템의 개발 및 배포 프로세스 전 단계에서 위험 인식·평가·관리

개선 내용

- AI 시스템이 AI 서비스로 구현되는 과정에서 관리해야 할 위험 영역이 서비스 맥락에 따라 구체화될 수 있어, 고유한 서비스의 맥락을 고려해 AI 안전 조치를 수행
- 이에 따라 서비스의 범용성과 영향성을 기준으로 접근

AI 위험 평가 매트릭스

- AI 시스템의 사용 목적과 안전 조치의 필요성 정도에 따라, AI 시스템 전체 라이프사이클에 맞춰 위험 인식·평가·관리

안전 조치의 필요성			
영역	일반	낮음	높음
		AI 시스템 위험 낮음 AI 시스템을 배포하고, 배포 후 안전성 모니터링을 통해 AI 시스템 위험을 관리	AI 시스템 위험 있음 추가적인 안전 조치를 시행해 AI 시스템 위험을 완화할 때까지 AI 시스템을 배포하지 않음
	특수	AI 시스템 위험 있음 특별한 자격이 있는 사용자에게 AI 시스템을 제공해 AI 시스템 위험을 완화	AI 시스템 위험 높음 AI 시스템을 배포하지 않음
		일반 영역에서는 특수 영역에서 활용되는 능력이 발현되지 않도록 안전 조치를 취함	

On-Service AI Safety 프로세스



AI 안전

활동 및 성과

AI 윤리 자문 프로세스 (CHEC: Consultation on Human-Centered AI’s Ethical Considerations)

- 네이버 AI 윤리 준칙을 기반으로 한 AI 서비스 위험 관리 프로세스
- 서비스와 관련하여 제기되는 우려사항을 전사적 관점 및 외부 전문가 협력을 통해 개선
- AI 서비스에 비즈니스적 관점뿐만 아니라 인간 중심의 사회적인 관점을 더해 ‘사람을 위한 AI’라는 가치를 부여
- 실제 개선 사례를 기반으로 원칙을 구체화하여 네이버 AI 윤리 준칙을 자연스럽게 준수하는 기업문화로 내재화
- 2026년 네이버 AI Safety Framework에 맞춰 개편 진행 중

프로세스



인공지능기본법 시행 대응을 위한 투명성 의무 준수 프로세스

- 2026년 1월 시행된 「인공지능기본법」에 따른 의무 이행을 위해 생성형 AI 서비스 및 산출물에 대한 고지·표시 적용 및 서비스 부서 협업을 통한 법적 요구사항 준수

프로세스



AI 안전

AI 모델 데이터 학습 안전관리

- AI 모델의 데이터 학습 기준 및 안전관리 체계를 고도화
- 데이터 구축·학습·출력 전 과정에서 AI 안전의 구조적 신뢰성 확보

Safety Interaction Guidelines

- AI 모델 학습의 안전성(Harmless) 및 유용성(Helpful)을 동시에 확보하기 위한 가이드라인 적용

가이드라인 세부 원칙



HyperCLOVA X 안전 정책

- AI 응답 리스크를 안전성(무해성)과 정확성(신뢰성)으로 구분하여 체계적으로 관리
- 각 영역별 주요 위험 유형을 정의하고 대응 기준을 통해 안전한 AI 모델 학습 운영

잠재적 위험 카테고리 분류 및 대응



안전한 모델 학습 파이프라인

- 가이드라인 원칙에 따라 작업자가 안전성·정확성 기준의 학습 데이터를 생성하고, 이를 기반으로 모델 학습 수행
- 모델 출력 평가 및 타 모델과 비교하여 개선점을 도출하고, 반복 학습을 통해 안전성과 성능을 지속적으로 고도화

가이드라인 세부 원칙



1) Supervised Fine-Tuning
2) Reinforcement Learning from Human Feedback

AI 안전

AI 안전 생태계 기여

AI 안전 파트너십 강화

• 국내외 AI 신뢰성·안전성 관련 파트너십 참여를 통해 책임 있는 AI 생태계 구축에 기여

파트너십 활동

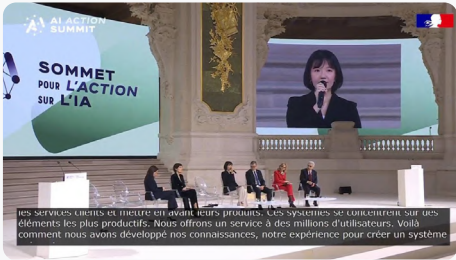
한국정보통신기술협회 AI 신뢰성 검·인증 얼라이언스 참여

- 2025년 한국정보통신기술협회(TTA)는 AI가 의료·채용·자율주행 등 국민 생활 밀접 분야로 확산됨에 따라 민간 주도의 실효적 인증체계 필요성이 높아지는 상황에서, AI 신뢰성 검·인증 체계 확립을 위한 ‘AI 신뢰성 얼라이언스’를 출범시킴
- 네이버는 KT, 한국IBM, 서울대 인공지능신뢰성연구센터, AI 안전연구소 등 50여 개 산·학·연 기관과 함께 얼라이언스에 합류하며, 정책·거버넌스, 기술·표준, 인증·교육 등 3개 분과로 구성된 협력 체계에 참여함
- 기업 협의체 참여를 통해 산업계의 실효적 AI 신뢰성 인증체계 운영에 기여해 나갈 예정



파리 AI Action Summit & 지속가능한 AI 연합체 참여

- AI의 지속가능한 미래와 안전한 사용을 도모하기 위한 글로벌 회의인 AI Action Summit은 2023년 영국, 2024년 서울에 이어 2025년 파리에서 세 번째로 개최되었으며, 네이버는 세 차례 모두 연속 참석하며 글로벌 AI 거버넌스 논의에 지속적으로 참여함
- 네이버 CEO는 2025년 파리 AI Action Summit 전체 총회 패널로 참석, AI 기술을 활용한 디지털 생태계 선순환 구조 촉진 비전을 발표(기업인 패널 네이버, 구글 알파벳 2인)
- 이번 Summit을 계기로 출범한 ‘Coalition for Sustainable AI(지속가능한 AI 연합체)’에 합류하며, 향후 글로벌 공통 AI 정책 수립 논의에 참여 예정



과학기술정보통신부/정보통신정책연구원(KISDI) 제4기 AI 윤리 정책 포럼

- 팀네이버의 AI Safety Center는 제4기 AI 윤리 정책 포럼에 참여해 국내외 AI 윤리, 신뢰성 이슈에 대한 대응 방안을 모색

2025 인공지능 안전 서울 포럼(Seoul Forum on AI Safety & Security) 라운드 테이블

- AI 안전연구소 글로벌 네트워크, 빅테크 안전개발 전략, AI 모델 평가, 한국 인공지능안전연구소의 실천적 접근 등을 주제로 세션 진행
- 일본 및 싱가포르의 AI 안전연구소, EU AI Office, Anthropic, 구글(Google), LG AI연구원, 네이버, Safer AI, Scale AI, CARMA(Center for AI Risk Management & Alignment) 등에서 포럼 연사로 참여해 AI 안전성과 신뢰 확보를 위한 정책·기술·산업적 접근을 공유했으며, 팀네이버에서는 윤상두 네이버클라우드 AI 연구소장이 발표와 토론을 수행
- 행사에서는 각국 AI 안전연구소의 활동, 프론티어 AI 모델 개발 기관의 안전 확보 노력, AI 평가 전문 기관의 평가 방법론 등이 논의
- 한국 인공지능안전연구소 실무책임자와의 대화 세션을 통해 한국의 AI 안전 정책과 연구 방향을 공유

싱가포르 AI 안전연구소(IMDA AI Governance and Safety)

- 팀네이버는 한국 AI 안전연구소의 AI 모델 안전성 평가 체계 구축 과정에 AI 안전 컨소시엄의 일환으로 참여하고, 싱가포르 AI 안전연구소 주최 AI Safety 레드팀 챌린지에 2회 연속 한국 파트너 기관으로 참여하며 AI 안전성 평가 도구의 고도화를 위해 국내외 협력을 지속

AI 안전

AI 안전 전문성과 경험 공유

- AI 안전 연구 논문 발표 및 AI 안전 교육을 실시하여 AI 안전 지식을 공유

2025년 활동 및 성과

연세대 140주년 기념 컨퍼런스 Furthering Humanity: AI and Technologies	• 2025년 9월 연세대 140주년 기념 컨퍼런스의 ‘Furthering Humanity: AI and Technologies’ 프로그램 세션에 참여해, AI는 사람을 위한 일상의 도구이며 사람의 역량을 확장하는 역할을 하고 있다는 내용 강조 • 팀네이버의 웹툰, 커머스, 클로바케어콜 서비스를 사례로 제시
AI 리터러시 교육	• 2025년 9월 머니투데이 주최 토크콘서트에서 미림마이스터고 학생을 대상으로 AI 윤리 강연 진행 • 2025년 11월 방송미디어통신위원회 주관 인공지능 서비스 이용자 보호 컨퍼런스에서 AI Safety의 발전 동향과 팀네이버의 노력에 대한 발표 진행
AI 연구 성과 공유	• 팀네이버가 세계 최고 권위의 인공지능학회 뉴립스(NeurlPS) 2025에서 논문 10편이 채택되는 성과를 거둠 • 생성형 AI 제어 및 안전 분야에서는 3편의 논문이 발표됨
	
연세대 140주년 기념 컨퍼런스	인공지능학회 뉴립스(NeurlPS) 부스

목표관리

2025년 KPIs		2026년 KPIs	
지표	달성 성과	지표	세부 추진과제
AI 안전 규제 대응 및 관리체계 구축	• 내부 AI 모델(HCX), 외부 개발·도입 모델, On-Service AI 유형별 전 주기의 AI 안전성을 관리하는 AI-RM 프로세스 구축 및 검증 • Safety Compliance를 관리하는 AI Safety Center 신설 • 고도화된 Framework에 기반한 AI 결합 서비스와 모델의 법령·규제 준수 강화 활동 이행	AI 서비스 투명성 관리 및 가이드라인 구축 기반 Compliance 신뢰성 제고	• AI 서비스 투명성 관리 프레임워크 구축·운영 • AI 서비스 구축 및 콘텐츠 활용 가이드 구축
AI 안전 포용적 인게이지먼트 강화	• 정부·기업·학계 협력을 통한 안전한 AI 생태계 확산 주도 - AI 기본법 가이드라인 제작 TF 참여, 대한민국 AI 안전 컨소시엄 등 • AI 안전 연구 성과 및 정책 방향 선도적 외부 공표 - 파리 AI Action Summit 패널, 인공지능서울안전포럼 국제 컨퍼런스 등	전사 AI 서비스 안전성 확보	• AI 서비스 안전성 평가 프레임워크 구축·운영 • AI 모델 및 서비스 안전성 평가 기술·도구 개발 • AI 안전 관리 및 연구 성과 외부 커뮤니케이션

디지털 포용성

네이버는 AI를 비롯한 첨단 기술로 사람과 세상을 연결하고, 보다 편리하고 스마트한 삶을 만들어갑니다.

UN 지속가능발전목표(UN SDGs)가 강조하는
보편적 접근성과 디지털 포용성의 가치를
실현하고자, 모든 이용자가 제품과 서비스를
차별 없이 누릴 수 있도록 플랫폼 전반의
접근성 향상을 꾸준히 추진하고 있습니다.

특히 'AI for Good'의 가치 아래, 독거노인·치매 어르신 등 사회적 약자를 사회와 연결하는 케어콜 서비스를 운영하고, 아동·장애인·신경다양인 등 디지털 취약계층을 위한 AI 연구를 통해 기술이 닿지 않던 곳에 따뜻한 변화를 만들어가고 있습니다.

정책 및 체계

디지털 접근성 제고 전략

- **디지털 취약계층을 포함한 모든 이용자의 동등한 서비스 이용 환경 조성**
장애인·고령자 등 디지털 취약계층을 포함한 모든 이용자가 신체적 조건·이용 환경에 관계없이 네이버 서비스를 차별 없이 이용할 수 있도록 지속적인 모니터링과 개선 활동 추진
- **정부 기준 정합성 확보 및 내부 관리 체계 고도화**
자체 개발한 접근성·사용성 통합 시스템 LINK에 정부 접근성 평가 기준을 반영, 웹·모바일 서비스 전반의 접근성 수준을 상시 측정·점검하고 안정적으로 유지·관리
- **AI 기반 포용적 혁신 및 디지털 포용성 실천**
AI 기술을 활용한 포용적 혁신(AI for Good)을 실천하고, UN SDGs가 강조하는 디지털 포용성(Digital Inclusion) 확대에 기여하는 방향으로 접근성과 사용성을 지속 강화

접근성 4대 핵심 원칙

인식의 용이성 모든 콘텐츠는 이용자가 인식할 수 있어야 한다.	운용의 용이성 이용자 인터페이스 구성요소는 내비게이션과 조작이 가능해야 한다.
이해의 용이성 콘텐츠는 장애 유무와 관계없이 이해할 수 있게 구성되어야 한다.	견고성 웹 콘텐츠는 미래의 기술로도 접근할 수 있도록 견고하게 만들어야 한다.

글로벌 웹·모바일 접근성 표준과 사용성 준수

- 네이버는 10년 이상 축적된 경험과 사례를 통해 확보한 접근성 노하우와 자체 보유한 최신의 접근성 기술을 바탕으로 국내외 웹·모바일 접근성 표준을 준수

접근성 표준

한국형 웹 콘텐츠 접근성 지침 KWCAG (Korean Web Content Accessibility Guidelines) 2.1~2.2 준수	모바일 표준 모바일 애플리케이션 콘텐츠 접근성 지침 (KS X 3253) 2.0 준수	글로벌 웹 콘텐츠 접근성 지침 WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.1~2.2 준수
--	--	--

네이버 인증서 접근성 심사 만점, A+ 등급 획득

ACHIEVEMENT

개요

- 한국 접근성 표준 지침을 준위한 네이버 인증서 개발을 통한 다양한 사용자 대상 동등한 서비스 이용 기반 마련
- 2025년 소프트웨어 접근성 인증 평가에서 100점(만점), A+ 등급 획득을 통한 접근성 준수 수준의 객관적 검증 확보
- 장애인·고령자 등 다양한 사용자 환경을 고려한 서비스 설계 및 운영 수준 확인
- 전자서명 인증업무 운영 기준 준수를 통한 신뢰성·보안성 확보 및 접근성·사용성을 고려한 디지털 인증 환경 제공

소프트웨어 접근성 심사 결과

Category	Score
기술성 심사 결과	100점
사용성 심사 결과	100점
최종 결과	100점 과락 0개

소프트웨어 접근성 심사 결과 내역

기술성 심사				
원칙(검사 항목)	점수	적합	부적합	과락
인식의 용이성	36점	6개	0개	0개
운용의 용이성	31점	5개	0개	0개
이해의 용이성	21점	5개	0개	0개
견고성	12점	2개	0개	0개
결과 +가중치 적용 점수	100점	18개	0개	0개

사용성 심사	
과업 수행	점수
결과	100점

소프트웨어 접근성 우수 인증서



디지털 포용성

활동 및 성과

디지털 접근성 기술·플랫폼

전 과정 디지털 접근성 진단 솔루션

- UI/UX 단계에서부터 개발 및 배포까지 단계별 자동화 솔루션과 프로세스 체계화

접근성 해결 방안 가이드 및 One-click Process를 통한 개선 최적화

- 자동 및 수동 접근성 진단을 통한 서비스별 접근성 준수 항목을 체계적으로 확인하고 가이드 제공
- 한 번의 클릭으로 진단 결과에 따른 상세 이슈, 해결 방안과 가이드를 확인하고, 개선 결과를 확인할 수 있도록 실질적인 개선 프로세스 제공

UI/UX 디자인 단계 접근성 강화 솔루션(ColorFix) 개발 및 적용 • UI/UX 디자인 단계에서 명도 대비 접근성을 자동으로 점검할 수 있는 피그마 플러그인 ‘ColorFix’를 개발 및 적용하여, 웹·모바일 환경에서 색상 대비(Color Contrast) 문제를 사전에 식별하고 개선할 수 있도록 지원 • 디자이너와 개발자가 접근성을 고려한 색상 배치를 적용하도록 하여 명확한 가독성과 포용적 이용자 경험을 보장	전 세계 최초 정적 코드 접근성 자동진단 AEGiS 개발 및 적용 • 전 세계 최초로 AI 기반의 AEGiS(Accessibility and Easy diaGnosis Solution) 솔루션을 도입하여, 정적 코드의 사전 접근성 자동 진단을 수행 • 개발 코드의 정적 코딩 단계부터 접근성 문제를 자동으로 식별하고 해결 방안을 제시하여 접근성 향상을 내재화	한국에서 유일한 접근성 & 사용성 통합 솔루션(LINK)으로 전사 서비스 접근성 모니터링 및 관리 • 네이버 전 서비스의 접근성과 사용성을 통합 관리하는 ‘엔터프라이즈 접근성·사용성 통합 솔루션(LINK)’ 개발 및 운영 • 전사 웹 서비스 및 모바일 서비스의 접근성을 통합적으로 모니터링하고, 자동 및 수동 진단을 병행, 이용자의 접근성과 사용성을 제고 • 진단에서 개선까지의 전 과정을 체계적으로 관리하며, 진단 결과의 매트릭스 우선순위 확인을 통한 효과적인 솔루션 제공 • 실무자들의 클릭 한 번으로 진단된 접근성 이슈의 해결 방안과 가이드를 확인하여 개선 결과를 검토 • 지속적인 접근성 모니터링을 위한 전사 디지털 플랫폼 서비스에 대한 통합 대시보드를 운영하여, 전사 차원의 접근성 개선을 실천	배포 전 실무자가 브라우저에서 실시간으로 접근성 자동 진단 결과를 확인할 수 있는 솔루션 ARGUS 개발 • 실무자가 브라우저 환경에서 직접 접근성 자동 진단 결과를 실시간으로 확인할 수 있도록 ARGUS(Accessibility Real-time Guidance & Usage Service)를 개발 • 배포 전 단계에서 실무자가 접근성을 신속하게 점검하고, 발견된 이슈를 즉시 개선할 수 있도록 지원
--	--	---	---

디지털 포용성

디지털 접근성 확산 플랫폼 널리(NULI)

- 디지털 정보 접근성의 선두 주자 ‘널리(NULI)’는 다양한 이용자의 디지털 정보 접근성 향상을 위해 체험, 표준 및 지침, 교육, 개발 도구를 제공하여 누구나 쉽게 접근성을 개선하도록 지원
- 동영상 기반의 웹 접근성 및 모바일 접근성 교육을 제공하여, 소규모 기업에서도 접근성을 학습하고 실제 업무에 적용할 수 있도록 지원
- 전맹 이용자, 색각 이상 이용자, 청각장애인 등 다양한 이용자 유형을 고려한 가이드를 제공

널리(NULI)의 접근성 기술 공유 및 인식 제고 활동

개발 도구	• 접근성 실천을 돕기 위한 다양한 기술 및 개발 도구 공유 • Chart Library Nwagon, WAI-ARIA UI 라이브러리, Unused CSS Check Tool, NUF Dreamweaver Extension 플러그인 등 접근성 준수를 위한 다양한 기술 도구 제공
체험	• 네이버 1784에서 만나는 장벽 없는 디지털 세상 운영 • 2025년 다양한 이용자의 디지털 환경을 이해하기 위한 접근성 체험 프로그램 운영 • 실제 이용 환경을 기반으로 한 전맹·저시력, 손 운동장애 및 중증 운동장애 상황을 고려한 보조 디바이스 체험 운영 • 다양한 접근성 문제를 직접 경험할 수 있는 디지털 정보 접근성 체험을 통해 이용자 인식 제고 및 디지털 포용 가치 확산
교육	• 직군별 맞춤형 교육 제공(웹 접근성, 모바일 앱 접근성 등) • 글로벌 접근성 법안 및 표준, 비즈니스 사례 공유

장애인 체험부스 운영

- 지난 2025년 4월 네이버 1784에서 ‘장애인 디지털 접근성 체험부스’ 운영
- 장애인 이용자가 일상에서 겪는 어려움을 경험할 수 있도록 손을 사용하지 않고 기기를 이용하는 ‘웹 중증 운동장애 체험’, 제한된 시야로 서비스를 이용하는 ‘웹 저시력 시각장애 체험’ 등을 운영
- 디지털 접근성은 특정 집단을 위한 배려를 넘어 모든 이용자가 체감할 수 있는 핵심 영역으로, 포용적 기술의 중요성 확산을 위해 지속적으로 노력할 예정



장애인 접근성 체험부스 전경

이용자 서비스 접근성 가이드 및 지원

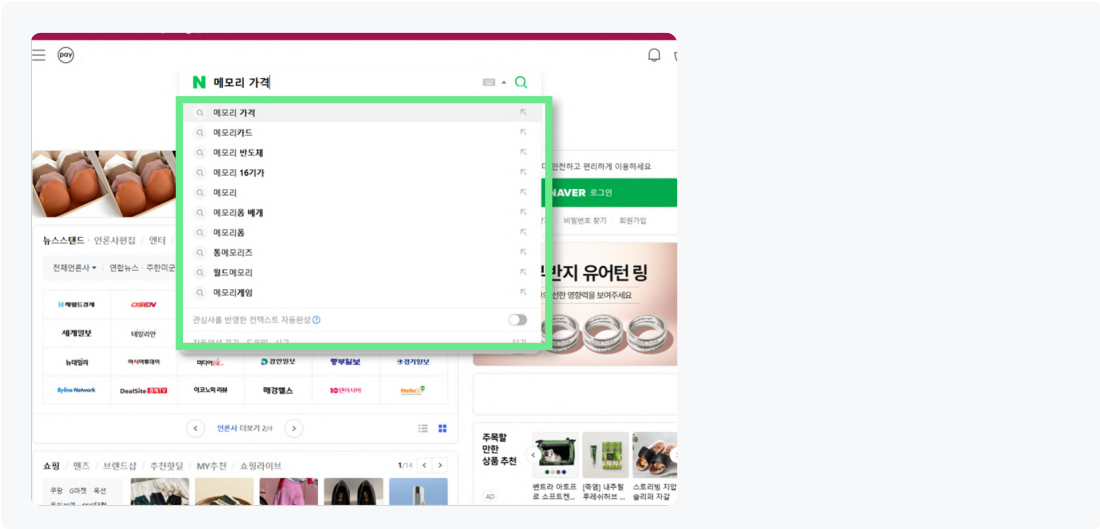
다양한 이용자를 위한 네이버 서비스 유니버설 가이드 및 기술 지원

- 누구든지 다양한 환경과 상황에서도 쉽고 편리하게 네이버 서비스를 이용할 수 있도록 장애 유형별 유니버설 접근성 가이드를 제공
- 다양한 이용자의 장애 환경과 이용 특성을 고려하여 스크린리더, 접근성 자동 진단 솔루션, 접근성 지원 앱 등을 다운로드하고 활용할 수 있도록 지원

자체 동영상 플레이어	• 접근성 기준을 준수한 자체 동영상 플레이어를 개발 및 제공하여 모든 이용자가 멀티미디어 콘텐츠를 원활하게 이용할 수 있도록 지원 
스크린 리더 지원	• 화면에 표시된 텍스트와 UI를 소리로 읽어주는 스크린 리더 지원 → 장애가 있는 이용자가 시각 정보 없이도 콘텐츠를 이해할 수 있도록 보조
대체 텍스트 제공	• 이미지 및 그래픽 요소에 설명 텍스트(대체 텍스트) 제공 → 시각 정보 접근에 제약이 있는 이용자도 이미지 내용 파악 가능
명도 대비 및 색상 보조	• 텍스트와 배경 간 충분한 명도 대비 확보 → 색약·색맹 등 시야·색각 이상 이용자의 가독성 및 콘텐츠 인지 보장
키보드 내비게이션	• 마우스 없이 탭·키보드만으로 사이트 탐색 가능한 구조 구현 → 마우스 사용 등 운동 기능 제약 이용자의 편의성 확보
자막 및 보조 청각 도구	• 동영상 등 음성 포함 콘텐츠에 자막 또는 대체 수단(수화·대본) 제공 → 청각장애 이용자의 멀티미디어 정보 접근 보장
자동 접근성 진단	• PC·모바일용 접근성 자동 진단 도구 제공 → 콘텐츠 내 개선이 필요한 접근성 요소를 자체적으로 진단 및 점검

디지털 포용성

네이버 검색

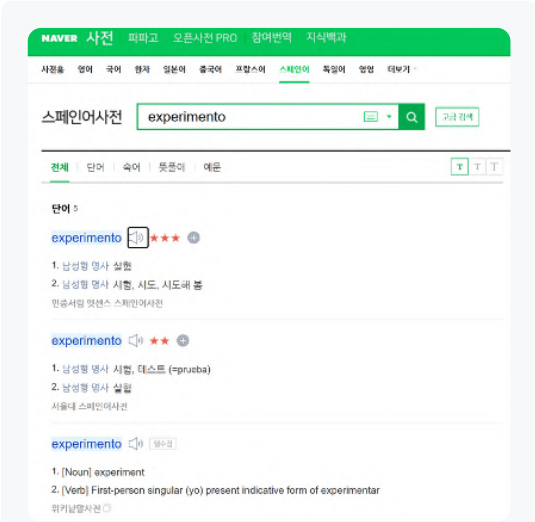
개요 및 이슈	- 네이버 검색의 자동완성 기능은 사용자가 원하는 정보를 보다 빠르게 찾을 수 있도록 돕는 대표적인 검색 지원 기능 - 검색어 입력 과정에서 자동완성 목록 탐색 방식이 일부 사용자에게는 불편하게 작용 - 키보드 중심 이용자 및 스크린 리더 사용자 대상 자동완성 목록 효율적 탐색 접근성 제약
개선 활동 및 효과성	- 최신 접근성 기술을 적용하여, 스크린 리더 사용자도 화살표 키만으로 자동완성 목록을 탐색하고 원하는 검색어를 선택할 수 있도록 기능 개선 - 검색어 입력 흐름을 중단하지 않고 자연스럽게 자동완성 결과를 확인하고 선택 가능 - 검색 과정에서의 인지적 부담 및 조작 복잡성 감소 
의미	- 다양한 입력 방식과 이용 환경을 가진 사람들이 동일한 검색 경험에 접근할 수 있도록 지원 - 누구나 자신의 방식으로 정보를 탐색하고 선택할 수 있는 환경을 제공함으로써 정보 접근의 장벽 완화

네이버페이

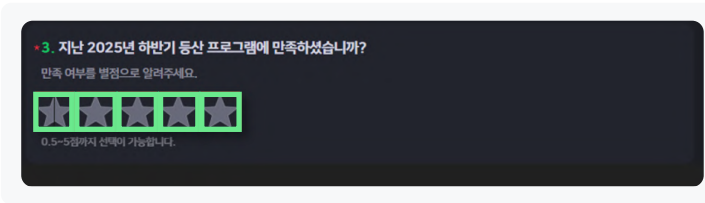
개요 및 이슈	- 네이버 기차 예약 서비스 결제 단계에서 원하는 결제 수단을 선택하는 과정이 일부 사용자에게 어려움으로 작용 - 특히 스크린 리더를 사용하는 사용자에게는 어떤 결제 수단이 선택되어 있는지 즉시 확인하기 어려워 결제 과정의 부담이 발생
개선 활동 및 효과성	- 사용자가 이전·다음 버튼을 통해 결제 수단을 이동할 때마다 선택된 결제 방식이 즉시 스크린 리더 음성이나 점자 디스플레이로 전달되도록 하여, 선택 상태를 명확하게 인지할 수 있도록 지원 - 화면 구조를 간결하게 정리하여 사용자가 보유한 결제 수단을 보다 쉽게 확인하고 선택할 수 있는 환경을 마련 
의미	- 기차는 많은 사람들에게 중요한 이동 수단이며, 누구나 동등하게 이용할 수 있어야 하는 공공적 성격의 서비스 - 결제 과정의 접근성 개선은 다양한 사용자들이 스스로 이동 계획을 세우고 서비스를 이용할 수 있는 자율성과 선택권을 확대 - 기술을 통해 이동과 서비스 이용 과정에서의 장벽을 낮추고, 모두가 보다 독립적으로 일상에 참여할 수 있도록 지원

디지털 포용성

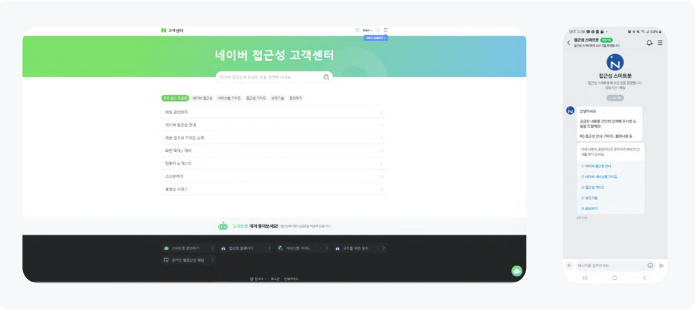
네이버 사전

개요 및 이슈	• 장애로 인한 학습 자료 접근 제약으로 외국어 학습 기회가 제한되는 환경 존재 • 점자 교재 및 대체 자료 부족, 음성 기반 학습 환경의 한계 등으로 외국어 학습 접근성 제한
개선 활동 및 효과성	다양한 언어 제공 • 네이버 사전은 학습 장벽을 완화하고 다양한 사용자의 외국어 학습 접근을 지원 • 다양한 언어 사전 제공을 통해 사용자별 학습 언어 선택 가능 환경 제공 기능 접근성 제고 • 서비스 전반에 접근성 요소 적용을 통한 스크린 리더 사용자 대상 레이블 제공 및 키보드 중심 기능 사용 지원 • 시각장애 사용자뿐 아니라 손 사용이 어려운 지체장애 사용자, 마우스 사용이 제한적인 사용자 등의 학습 접근성 증대 멀티모달 학습 기능 제공 • 단어 및 예문 발음 청취 기능 제공을 통한 텍스트 중심 학습이 어려운 사용자 대상 대체 학습 수단 제공 • 음성 정보와 텍스트 동시 제공을 통한 청각장애 사용자 및 음성 중심 소통이 어려운 사용자 대상 학습 환경 선택 폭 확대 
의미	• 네이버 사전은 특정 장애 유형만을 위한 서비스가 아니라, 서로 다른 감각과 학습 방식, 신체적 조건을 가진 사용자들이 동일한 정보와 학습 기회에 접근할 수 있도록 지원

네이버 폼

개요 및 이슈	• 네이버 폼은 설문 조사 및 동호회 운영 등 다양한 상황에서 의견 수집 도구로 활용
개선 활동 및 효과성	• 스크린 리더 사용자를 고려한 설문 문항 구조 정비 및 음성 안내 인식 가능 환경 제공 • 키보드 중심 설문 문항 선택 및 응답 기능 지원을 통한 접근성 향상 • 시각장애 사용자뿐 아니라 마우스 사용이 어려운 사용자 등 다양한 이용자의 설문 접근 및 응답 기반 마련 • 기존 조작이 복잡했던 별점 입력 방식의 체크박스 형태 단순화 
의미	• 문항 응답 편의성 향상 및 사용자 조작 부담 감소를 통해 다양한 환경과 조건을 가진 사용자가 동일한 방식으로 의견을 표현할 수 있는 참여 환경 조성

네이버 접근성 고객센터 및 AI 스마트봇 '톡톡(TalkTalk)' 상담 시스템

• 다양한 이용자의 어려움을 해결할 수 있는 전담 채널을 통한 이용자 문의에 실시간 대응 • 접근성 개선 요청 및 이용자 피드백을 반영하여 지속적으로 서비스 품질 향상 중 • AI 기반의 스마트봇 '톡톡(TalkTalk)'을 도입하여 24시간 접근성 관련 문의를 신속하게 응대	
--	--

디지털 포용성

AI 기반 디지털 포용성 확대

클로바 케어콜

개요

• 한국어에 특화된 AI가 돌봄 대상자와 일상적인 주제로 통화하면서 건강 상태를 확인하는 전화 돌봄 서비스

특징

• 독거노인·중장년의 고독사 방지, 정서 케어를 통한 우울감 완화, 생활 건강 관리 등 복지 사각지대 발굴 효과
① 지자체 제휴를 통해 돌봄 대상자의 건강 상태와 긴급 상황 파악 지원
② 자유 대화에 목적성 대화를 더하여 재난 공지, 피해 확인 등 특정 업무 수행이 가능
③ 세계 최대의 한국어 언어 모델 기반 공감, 정서 케어 및 기존 대화 주제를 기억

주요 성과
2025년 말 기준

도입 기관 수
약 154개
(전년 대비 약 1.2배 ↑)

서비스 누적 이용자
약 6만 4천 명
(전년 대비 약 1.41배 ↑)

누적 통화 수
약 136만 통
(전년 대비 약 1.36배 ↑)

서비스
효과성

전국 평균 서비스 만족도
90%

전국 평균 서비스 연결률
95%

지자체·보건소

CLOVA CareCall

독거 어르신

행정복지센터 보건소

관리 시스템

CLOVA AiCall

독거 어르신

① 대상자 등록

② 자동 전화

③ 안부 관련 대화

④ 통화 결과 리포트

⑤ 안전 및 건강에 이상이 있는 사람들에게 개별 연락

2025년 주요 활동 및 성과

Nature Scientific Reports에 클로바 케어콜 효과 논문 게재 (2025.07)

• ‘AI 케어콜이 지역사회 치매노인의 인지 기능 및 우울감에 미치는 영향(한양대 의과대학 신경과 강성우, 김희진 교수)’ 논문, 2025년 7월 Nature Scientific Reports에 게재
• 연구 결과, 케어콜이 지역사회 노인의 우울감 감소 및 기억 기능 향상에 긍정적인 효과가 있는 것으로 나타남

일본 지자체와 케어콜 협약 체결 및 서비스 시작 (2025.06)

• 일본 이즈모시에서 케어콜 실증 시작
• 일본 행정 서비스 경진대회 ‘DigiDen24’ 5위 입상

경기도 케어콜 도입 기관 수상

• 경기도사회서비스원, AI 노인말벗서비스 행정안전부 우수 사례 선정(2025.03)
• 고양시 치매 예방관리 기여 감사장 수여(2025.09)

디지털 포용성

네이버 AI 브리핑

개요 및 이슈	• 시각장애 사용자는 스크린 리더를 통해 음성으로 검색 결과를 탐색해야 하기 때문에, 원하는 정보를 찾기 위해 개별 블로그나 웹사이트의 내용을 순차적으로 확인해야 하는 구조적 제약이 존재 • 이로 인해 정보 접근 과정에서 시간적 부담이 커지고, 디지털 환경에서의 정보 격차가 발생
개선 활동 및 효과성	• 2025년에 도입된 네이버 검색의 AI 브리핑은 정보 접근의 구조적 한계를 완화 • AI가 사용자 검색어를 기반으로 여러 페이지의 핵심 내용을 종합·요약하여 제공 • 정보 탐색에 소요되는 시간과 인지 부담을 줄이고 보다 효율적인 정보 접근 가능
의미	• 화면 기반 정보 이해에 상대적으로 더 많은 시간이 필요한 시각장애 사용자의 정보 이해 속도 및 접근 효율성 향상에 기여

클로바 노트

개요 및 이슈	• 회의 음성을 기록하고 내용을 자동으로 요약해 텍스트로 제공하는 클로바 노트는 특히 직장 생활을 하는 시각장애 사용자에게 업무 방식의 변화를 가져온 효율적인 서비스 • 서비스 출시 초기 다수 버튼에 스크린 리더 인식 레이블 미제공으로 기능 역할 파악 및 서비스 이용 제약 발생
개선 활동 및 효과성	• 접근성 개선을 통해 버튼 레이블이 제공되면서 스크린 리더 사용자도 주요 기능을 이해하고 보다 원활하게 서비스를 이용할 수 있는 환경 조성 • 클로바 노트는 시각장애 사용자뿐만 아니라 음성 언어 중심의 소통이 어려운 청각장애인 및 농인 사용자도 활용 가능한 도구로, 음성을 텍스트로 전환해 제공함으로써 다양한 감각과 소통 방식의 차이를 보완하고 누구나 동일한 정보에 접근할 수 있도록 지원
의미	• 클로바 노트 접근성 개선을 통한 다양한 사용자 특성 및 상황을 고려한 동등한 디지털 참여 환경 조성

목표관리

지표	2025년 KPIs	2026년 KPIs
	달성 성과	세부 추진과제
단계별 접근성 진단 및 접근성·사용성 통합 솔루션 개발·전사 관리	• UI/UX 단계에서 접근성 명도 대비 자동 체크 플러그인 개발 및 적용 • 서비스 개발 시 자동으로 접근성 진단하는 솔루션 적용 확대 • 서비스 대상 중요 사용성 지침을 빠르게 진단하는 프로세스 적용 • 접근성 자동 진단 솔루션 기반 전사 서비스 모니터링 및 관리	• UI/UX 단계에서 이미지 명도 대비 자동 점검할 수 있는 피그마 명도 대비 툴 ColorFix 적용 • 정적 개발단계에서 정적코드를 자동 분석하여 접근성을 진단하는 AEGiS 솔루션 적용 • 접근성·사용성 통합 솔루션(LINK) 기반 전사 서비스 지속적인 자동화 모니터링 및 체계적 관리 • 주요 서비스 대상 크리티컬 사용성 지침을 빠르게 진단하는 UQC 프로세스 적용 • 배포 전 실시간으로 접근성 자동 진단할 수 있는 ARGUS 전사 적용
네이버 전사 웹 접근성, 모바일 앱 접근성 준수 지수 향상	• 2025년 웹 접근성 실태점검 91.5점 - 평가기준: 한국형 웹 콘텐츠 접근성 지침 2.2 (KCS.OT-10.0003/R3) - 주관: 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원(NIA)	• 네이버 자체 접근성 지수 90 이상 달성 목표 - 네이버 전사 웹 접근성 지수 안정화 및 실질적 개선 - 네이버 전사 모바일 앱 접근성 지수 안정화 및 실질적 개선
클로바 케어콜 서비스 취약지역 대상 점진 확대	• 서비스 도입 지자체 154개 기관으로 확대 • 서비스 누적 사용자 6만 4천여 명 달성	• 서비스 도입 지자체 160여 개 기관으로 확대 • 서비스 누적 사용자 7만 5천 명 달성

디지털 포용성

AI 포용성을 위한 연구

Case Story

더 많은 이용자에게 보다 나은 디지털 이용 환경을 제공하기 위한 AI 포용성 연구는 CDO(Chief Data & contents Officer, 최고 데이터·콘텐츠 책임자) 직속 조직인 Future AI Center 산하 AI Lab에서 담당합니다. AI Lab은 2020년에 설립된 사내 학술 연구 전담 조직으로, 학계 최고 수준의 연구를 통해 팀네이버의 글로벌 인지도 확보를 목표로 합니다. Backbone Model¹⁾, Generative AI²⁾, NLP³⁾, HCI⁴⁾ 등 다양한 분야를 중심으로 연구를 수행하며, 매년 AI 및 유관 분야 최우수 학술대회에 다수의 논문을 발표하고 있습니다.

Inclusive AI

Inclusive AI는 더 많은 사람에게 닿는 기술을 뜻합니다. 그동안 시장성의 이유로 소외되기 쉬웠던 노인, 어린이, 장애인, 환자를 포함해 누구나 자신의 방식으로 표현하고 도움받을 수 있도록 하는 것을 목표로 합니다. 아이와의 감정 소통을 위한 챗봇 ChaCha(CHI⁵⁾ 2024)는 아이가 일상의 감정을 자연스럽게 표현하면 감정의 이름을 함께 찾고 대처 방법을 단계별로 안내해, 스스로 감정을 표현·이해·조절하는 경험을 쌓을 수 있도록 돕습니다. 무발화·저발화 자폐 아동과 부모 간 대화 매개를 위한 태블릿 앱 AACessTalk는 대화 문맥을 실시간으로 읽어 자폐 아동에게는 필요한 단어 카드를, 부모에게는 상황별 대화 가이드를 동시에 제안하여 단순한 요청·응답을 넘어 진짜 대화의 흐름을 만들어 내 CHI 2025 최우수 논문상(Best Paper Award)을 수상하였습니다. AI 기반 만화 일기 앱 Autiverse(CHI 2026)는 시각적 사고에 강한 자폐 청소년을 위해 단계적 질문을 통해 텍스트 대신 네 컷 만화 형식의 일기 기록을 지원합니다.

AI for Mental Health

AI는 또한 정신 건강 분야에서도 활용될 수 있으며, 올바르고 효과적인 활용을 위한 시스템 연구가 이루어지고 있습니다. 대화형 일기 앱 MindfulDiary(CHI 2024)는 청소년 우울증 환자가 AI와 일상 대화를 나누면 기분 변화, 수면 패턴, 대인 스트레스 등 핵심 정보를 자동으로 구조화해 의료진에게 요약 리포트로 전달함으로써, 진료와 진료 사이의 공백을 메우고 더 정확한 진료를 가능하게 하는 도구입니다. ExploreSelf(CHI 2025)는 챗봇 형식에서 벗어나 사용자가 자신의 고민을 스스로 주도하며 탐색할 수 있도록 LLM 기반의 동적 질문을 제공하는 인터페이스로, 사용자가 성찰 과정을 유연하게 이끌며 더 깊은 자기 이해와 통찰에 이를 수 있도록 돕습니다.

AI for Education & Learning

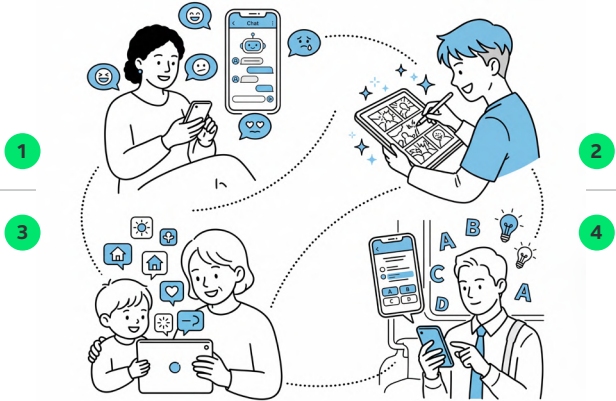
AI Lab은 교육 및 학습 맥락에서의 AI 활용 방안도 연구합니다. 영어 학습 앱 LingoQ(CHI 2026)는 비영어권 직장인이 업무 중 LLM에 입력한 질의를 바탕으로 개인화된 퀴즈를 자동 생성해 별도의 학습 시간 없이도 업무 맥락 안에서 자연스럽게 영어 실력을 키울 수 있도록 돕습니다.

ChaCha – 감정과 대화하는 챗봇

아이가 일상의 이야기를 꺼내면 ChaCha는 감정 인식 → 감정 명명 → 대처 전략 탐색 → 행동 계획의 순서로 대화를 이끕니다. 감정에 이름을 붙이고, 숨 고르거나 생각 바꾸기 같은 대처 방법을 제안하며, 구체적인 행동 계획까지 함께 연습합니다. 자유 대화형 LLM 기반이지만 아동 안전 가이드라인을 대화 구조에 내재화해 유연함과 안전함을 동시에 구현했습니다.

Autiverse – 고기능 자폐 청소년 AI 만화 일기 앱

Autiverse를 이용한 일기쓰기는 장소·사람 선택 → 상황 이야기 → ABCE 구조(선행사건·행동·결과·감정) 정리 → 네 컷 만화 생성 → 말로 수정 → 제목 짓기의 6단계로 진행됩니다. 장소와 사람을 먼저 선택하게 해 기억을 떠올리는 단서를 먼저 마련하고, 이후 이어지는 상황 설명의 인지적 부담을 낮춥니다. 매일 반복되는 단계적 구조는 루틴에 안정감을 느끼는 자폐 청소년이 일기쓰기를 자연스럽게 내재화할 수 있도록 돕습니다.



AACessTalk – 자폐 아동·부모 대화 매개 태블릿 앱

대화 문맥을 실시간으로 분석해 무발화·저발화 자폐 아동에게는 상황에 맞는 단어 카드를 동적으로 추천하고, 부모에게는 대화를 자연스럽게 이어갈 수 있는 상황별 가이드를 함께 제공합니다. 아동과 부모가 같은 화면을 공유하며 상호작용하는 구조로 설계되어 일방적인 요청·응답을 넘어 대화의 흐름을 함께 만들어가는 일상 대화로의 자연스러운 확장을 가능하게 합니다.

LingoQ – 업무 기반 영어 학습 퀴즈 앱

업무 중 LLM에 입력한 영어 질의에서 핵심 어휘와 표현을 자동으로 추출해 개인화된 퀴즈를 즉각 생성하고, 사용자는 스마트폰으로 틈틈이 복습합니다. 학습 재료가 실제 업무에서 직접 비롯되기 때문에 맥락과 분리된 예문이 아닌 본인이 실제로 사용한 표현을 중심으로 학습이 이루어져 학습 동기과 지속성을 함께 높입니다.

1) 다양한 AI 응용 서비스의 기반이 되는 핵심 모델로, 대규모 데이터 학습을 통해 범용적인 표현 능력을 갖춘 모델
2) 텍스트, 이미지 등 새로운 콘텐츠를 생성할 수 있는 인공지능 기술
3) Natural Language Processing, 인간의 언어를 이해하고 생성하는 인공지능 기술
4) Human-Computer Interaction, 인간과 컴퓨터 간 상호작용을 연구하는 학문 분야
5) Conference on Human Factors in Computing Systems, HCI 분야의 대표적인 국제 학술대회

디지털 포용성

케어콜 사회적 가치 측정

Case Story

클로바 케어콜(이하 ‘케어콜’)은 네이버의 생성형 AI 기반 전화 돌봄 서비스로, 2022년 5월 시범 사업 출시 이후 전국 각지에서 운영되며 지자체의 돌봄 업무를 지원하고 있습니다. 2025년 네이버는 연세대 ESG/기업윤리센터와 함께 케어콜의 도입 효과를 정량적으로 측정하기 위해 두 가지 연구를 수행했습니다. 본 연구를 통해 네이버 케어콜 서비스가 자살·고독사 예방 영역을 포함한 사회적 손실 비용을 절감하고, 고독사 발생률 감소 등에 기여하고 있음을 확인함으로써 ‘AI 기반 디지털 사회 안전망’으로서의 가치를 증명했습니다.

1 케어콜 사회적 가치 측정

케어콜 서비스의 지난 1년간 사회적 가치

약 144 억 원

전체 기관 확장 시

약 340 억 원

연구 방식

- 케어콜 도입 기관 담당자 대상 설문조사를 기반으로 도입 전후 변화 및 사례를 반영하여 사회적 가치 산정

측정 영역

- 인력 시간 절감, 의료비 회피, 응급 대응 감소, 자살·고독사 예방 등 사회 편익 효과를 화폐 가치로 환산
- 지자체 운영 효율 개선, 공공 보건 자원 배분 최적화, 대상자 건강·안전 개선 효과 반영

측정 방법

사회적 가치 = 발생 규모 X 단위당 화폐 가치 X 기여율

- 발생규모: 케어콜 도입에 따른 유의미한 변화 건수(사건 감소, 조기 발견 등)
- 단위당 화폐 가치: 외부 연구 및 통계 자료 등을 통해 확인된 계수
- 기여율: 사회적 가치로 산정된 효과 중 케어콜이 기여한 비중
(인과성이 명확한 경우 100%, 인과관계가 완전히 확정되기 어려운 경우 50% 적용)

측정 결과

- 98개 기관 중 설문 응답 17개 기관(17.3%) 기준 사회적 가치 약 144억 원
- 응답 콜(37,526건, 42.3%)을 전체 기관 및 전체 수혜 콜(88,812콜) 기준으로 환산 시 약 340억 원 추정
- 자살 및 고독사 예방으로 인한 사회적 가치가 각각 1위, 2위를 차지하며, 응급·보건영역에서 주요 사회적 가치 창출

*추정치는 평균 효과를 기반으로 산출된 값으로 해석에 유의 필요

2 케어콜 도입 효과성 측정

사회적 고립 해소
생명 보호 및 사회 안전망 기능

-44.2 %

고독사 발생률 감소

예방 의료 활성화
조기 증상 발견 및 병원 방문 유도

+1.51 %

60세 이상 병원 방문자 수 증가
연간 약 431명 추가 방문 효과

응급 의료 효율화
중증화 예방 및 응급 실 과밀화 해소

-9.2 %

60세 이상 응급실 방문자 수 감소
연간 약 48건여 응급 상황 억제
(경제적 가치: 8억 4,302만 원 절감)

연구 방식

- 2017~2023년 공공데이터 13종 계 분석(KOSIS, 응급의료통계포털 등)

측정 영역

- 이중차분법¹⁾(DID, Difference-in-Differences)을 통한 케어콜 도입 전후의 인과적 효과 측정
- 병원 및 응급실 방문 데이터 분석 (전국 229개 시군구 중에서 총 86개 시군구 비교 분석): 케어콜 도입 43개 시군구 vs 미도입 43개 시군구 1:1 비교
- 고독사 사망자 데이터 분석 (전국 17개 시도 중에서 총 4개 시도 비교 분석): 케어콜 도입 2개 시도 vs 미도입 2개 시도 1:1 비교
- 케어콜의 기여율을 50%로 계산하고, 시군구 별 침투율 격차를 보정하여 산출

측정 결과

- 케어콜 도입 지역에서 고독사 발생률 44.2% 감소
- 응급실 방문자 수 9.2% 감소, 60세 이상 병원 방문자 수 1.5% 증가
- 예방 중심 의료 이용으로 전환 효과 확인
- 경제적 가치 환산 시 약 8.4억 원 규모의 사회적 가치 창출
- 서비스 확산 시나리오 적용 시(전국 도입 및 60세 이상 인구 20% 이용) 약 4,172억 원 규모의 응급의료 효율화 가치 창출 예상

1) 케어콜 도입 지역과 미도입 지역을 비교하여 도입 전후 변화 차이를 분석하는 방법

서비스 안정성

네이버는 재해·재난을 비롯한 다양한 위기 상황과 급변하는 환경 속에서도 서비스의 연속성과 안정성을 흔들림 없이 유지하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

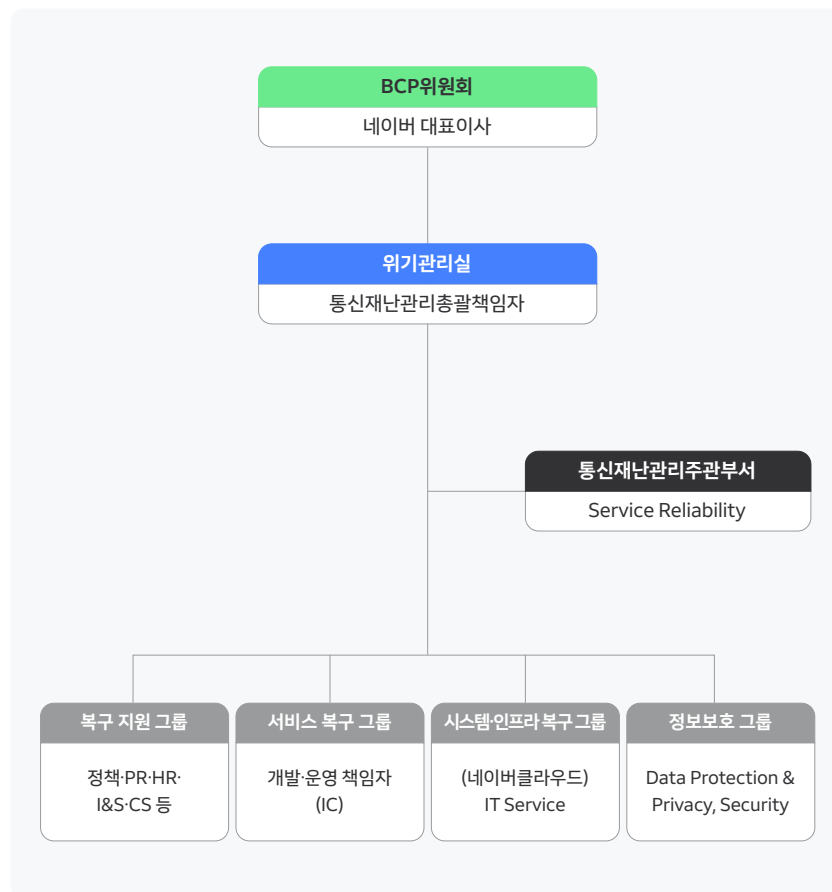
이를 위해 전사적인 정책과 체계를 기반으로
위기 대응 역량을 갖추는 한편, 기술적 안정성
확보를 위한 플랫폼과 운영 체계를 함께 발전시켜
나가고 있습니다. 사전 예방부터 실시간 탐지,
신속한 복구에 이르는 전 주기적 접근을 통해
어떠한 상황에서도 이용자 불편을 최소화하는
것을 목표로 하고 있습니다.

앞으로도 네이버는 안정성과 신뢰성을 최우선
가치로 삼아, 정책·조직·기술 전반에 걸쳐
변화하는 환경에 선제적으로 대응하며 서비스
신뢰성을 지속적으로 높여 나가겠습니다.

관리 및 감독

- 네이버 서비스 안정성을 높은 수준에서 유지하기 위해, 네이버 대표이사 및 CRO를 포함한 BCP 위원회 기반으로 관리 및 감독 수행

서비스 안정성 조직도



BCP위원회	• 재해 관리 총괄 업무 수행 • 재해 복구에 대한 주요 의사 결정 수행 • 위기 상황 선포·종료 결정 • 대표이사, COO·CRO·CHRO 및 재해 복구 유관 부서 임원으로 구성 ※ 대표이사 부재 시 CRO가 업무 대행
위기관리실	• 신속한 업무·서비스 복구를 위한 비상상황실 역할 수행 • 위기 경보 발령(Situation Manager) 및 전파 • 재해 대응 조치 현황 분석 및 결과 보고
통신재난관리주관부서	• 방송통신재난의 현황·원인·피해복구 현황 파악 및 위기관리실 업무 지원
복구 지원 그룹	• 재난 상황에 대한 대내외 커뮤니케이션 • 업무 복구를 위한 복구 필요 자원 지원(대체 사업장, 긴급 물자 및 인력 등)
서비스 복구 그룹	• 서비스 개발·운영 IC(Incident Commander) 중심 복구 진행 • 전사 개발·운영 IC의 복구 지원 및 재난·서비스 장애로 인한 영향도 및 리스크 파악 • 신속한 대응 방안 결정을 통해 장애 복구 이후 사후 과제 관리 및 재발 방지 방안 운영
시스템·인프라 복구 그룹	• 재해 복구 시스템, 백업 데이터 준비 및 전환 • 서버 스토리지·DB·네트워크·보안 유지 보수 • 재난 전후 시스템 및 통신망 모니터링 • 시스템의 재해 원인 분석 및 복구 방안 마련
정보보호 그룹	• 개인정보 및 주요 정보 유출 여부 점검 • 정보 유출 발견 시 내부 기준에 따른 조치 후 경과 보고

서비스 안정성

정책 및 체계

업무연속성계획(BCP, Business Continuity Plan)

- 재해·재난 등 비상 상황 발생 시 피해 발생을 최소화하고 신속하게 업무 및 서비스를 복구하기 위한 업무연속성계획 운영
- 위기 대응 부서 및 역할, 위기 경보 단계 및 발령, 상황 전파 프로세스, 협력업체 및 유관 기관의 협조 체계 포함
- 10개(풍수해, 지진, 대설, 화재, 테러, 감염병, 전력분야, 전사·사변, 기술적 재해, 전자적 침해)의 위기 상황에 대한 세부적인 재난 대응 조치 매뉴얼 마련
- 상황별 대응 조치 매뉴얼뿐 아니라 비상 연락망, 보고 체계, 직무별 개인 행동 요령까지 상세히 규정
- 팀네이버 차원에서 매년 4회 이상 재해·재난 대응 모의훈련을 상황별 시나리오와 매뉴얼에 따라 진행

업무연속성계획 유지·관리 프로세스

위기 대응 행동 매뉴얼 실효성 확보	• 업무연속성계획을 지속적으로 업데이트하고 현행화하여 위기 대응 행동 매뉴얼의 실효성 상시 확보 • 보안 정책에 위반하지 않는 범위 내에서 유관 부서 직원이 상시 열람할 수 있도록 공개
업무 영향 분석 및 관리	• 업무 영향 분석(BIA, Business Impact Analysis) 분석 후 지속적 관리 수행 • 각 서비스 부서와 협의하여 서비스 중요도 재설정 • 서비스 중요도에 따른 우선순위 도출 • 주요 서비스별 복구 목표 시간 재설정
재해 복구 방안·계획 관리	• IT 인프라 운영 매뉴얼 및 업무 복구 활동 계획 최신성이 유지되도록 관리 • 모의훈련 계획 수립 • 모의훈련 후 미비점 파악 및 개선
재해 복구 체계 수립 및 관리	• 위기 경보 단계 기준 설정 • 위기 대응 조직 관리 • 재해 발생 시 내부 역할 정의 및 수행 활동 지침, 커뮤니케이션 방안 수립

서비스 안정성 관리 체계

Service Reliability

- 전사 BCP 관점 하에서 유관 조직과 통합된 대응 체계를 구축하여, 이용자들이 네이버의 서비스를 365일 24시간 동안 문제없이 사용할 수 있도록 정책 수립 및 운영 지원
- 네이버 서비스의 신뢰도와 안정성 향상을 위해 전사적인 장애 예방 및 대응 역량을 강화하고, 장애 및 재해·재난 발생 시 리스크를 최소화하기 위한 방안을 모색하여 시스템 안정성 전반을 관리

Reliability Platform

- 장애 발생 위험을 사전에 신속하게 감지할 수 있도록 통합 모니터링 플랫폼 개발 및 장애 탐지 도구 도입을 통해 전사적인 Observability 체계 강화
- 장애 및 재해·재난 발생 시 복구에 소요되는 시간을 최소화할 수 있도록 장애 복구 자동화 도구 개발 및 개선

서비스 안정성 통합 관리



서비스 안정성

서비스·IT 인프라 모니터링 체계

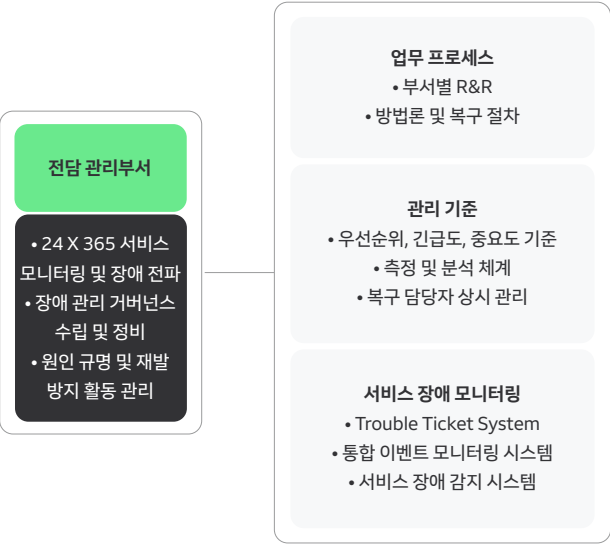
서비스 모니터링

- 네이버 서비스의 별도 전담 관리부서를 통해 365일 24시간 운영
- 서비스 장애 감지 시 사전에 정의된 중요도에 맞춰 복구 담당자에게 이메일, 푸시(Push) 알림 등을 통해 즉시 전달
- 장애 대응을 넘어 장애 예방이 가능한 선제적 모니터링 시스템 구축

IT 인프라 모니터링

- 각 영역별로 메트릭 데이터를 수집하여 전담 관리부서를 통한 실시간 상시 모니터링 수행
- 이상 징후 발생 시 각 담당자 및 유관 부서와 즉시 공유하고 서비스 영향도를 파악하여 정상화를 위한 대응조치를 시행

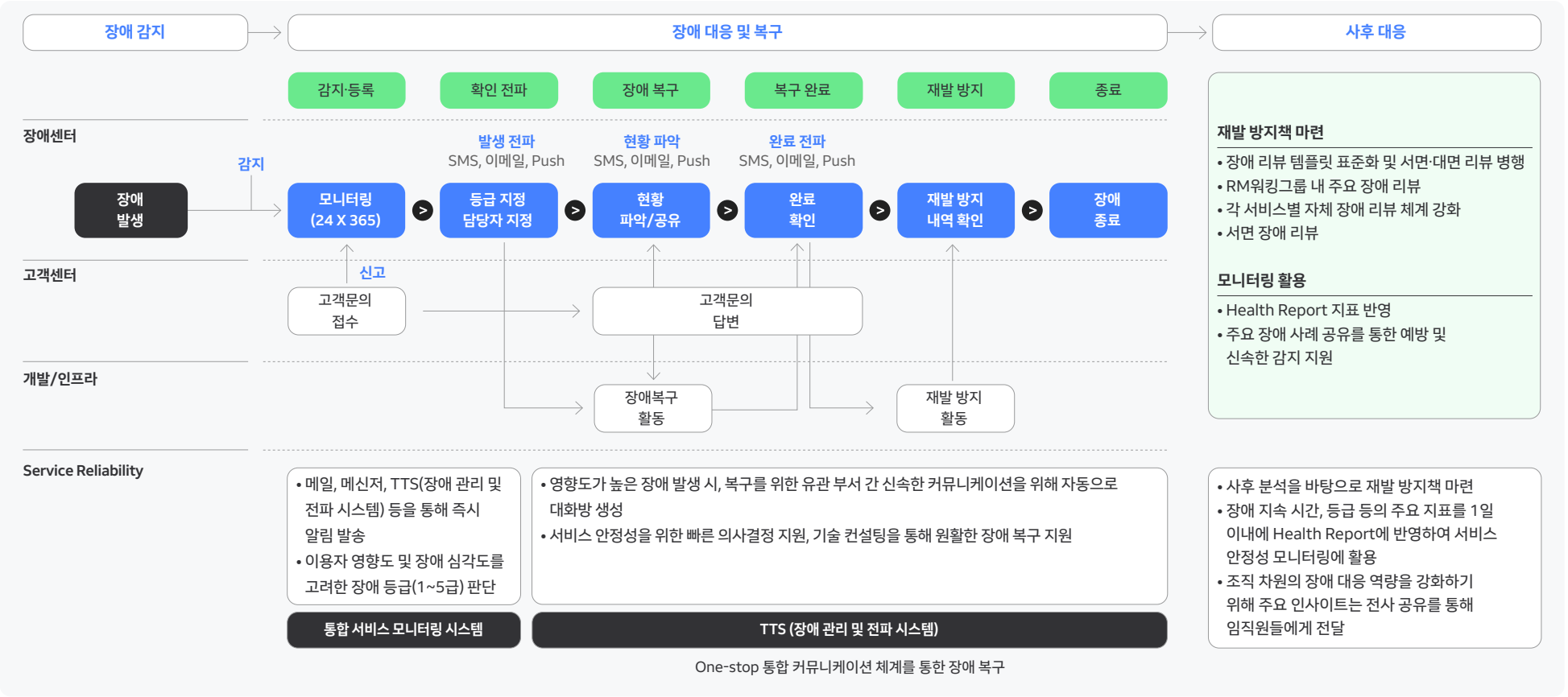
24시간 모니터링 업무 체계



장애 발생 대응 체계

- 모니터링을 기반으로 징후 발생 시 즉각 대응 및 신속한 복구가 가능하도록 장애 대응 프로세스 구축 및 운영
- 장애 발생부터 종료까지의 모든 활동과 장애 관련 통계 및 보고를 관리하고, 향후 모니터링 고도화에 활용
- 반복적인 장애를 분석하여 장애 발생을 미연에 방지하기 위한 재발 방지 활동 수행

서비스 장애 대응 프로세스



서비스 안정성

활동 및 성과

장애 예방 모니터링 표준화 및 대응 자동화

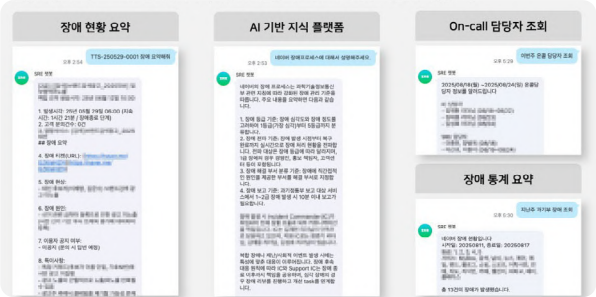
통합 관제 대시보드 운영

개요	- 표준화 지표를 기반으로 네이버의 주요 서비스들의 건강 상태를 확인할 수 있는 통합 관제 대시보드 제공 - 네이버 전체 뷰와 개별 서비스 심층 뷰로 구성된 계층별 모니터링 제공 
효과	- 의사결정자와 담당자간 정보 비대칭을 해소하여 의사결정 속도 개선 - 여러 서비스가 연관된 복합적인 장애 상황에서의 대응력 강화

표준 모니터링 시스템

개요	- 기존 서비스별로 상이하게 운영되던 지표 수집 방식 및 관리 시스템을 전사 차원의 공통 정책으로 표준화 - 저장소를 전사 표준화 지표 저장소로 일원화하여 전사 관점에서 일관된 모니터링과 데이터 기반의 의사결정이 가능하도록 표준 모니터링 시스템 제공 
효과	- 전사 공통 지표명, 라벨링으로 지표 정의가 통일되어 데이터의 신뢰성과 일관성 확보 - 표준 지표 기반 대시보드 구축이 가능해져, 서비스별-전사 관점에서 원인 분석 및 복구시간 단축 - 중복 수집-저장 개선 및 공통 모니터링 도구 제공으로 운영 비용 효율화 - 공통 지표를 통한 의사소통으로 커뮤니케이션 비용 감소

서비스 안정성 및 대응 속도 향상을 위한 SRE Bot

개요	- 서비스 안정성 및 대응 속도 향상을 위한 AI 도구 개발 및 적용 - LLM 기술을 활용한 ChatOps 도구인 SRE Bot 도입 - 장애 대응 과정을 자동화하고, 사람의 개입을 최소화하여 일관되고 안정적인 대응 품질을 확보
특징	- 대화 형태의 편리한 사용성을 바탕으로 장애 조회, 실시간 대응 현황, 현황 요약, 장애 리포트 생성, 담당자 조회, 장애 대응 Runbook 등 장애 대응 프로세스 자동화 - 장애 복구 자동화를 위한 워크플로우 시스템 도입 
효과	- 장애 현황 요약, 장애 관련 질의에 대한 응답, 대응 담당자 등 주요 항목을 LLM 기반으로 제공하여 대응 속도와 정확도를 동시에 강화 - 분산되어 있던 장애 관련 커뮤니케이션과 확인 절차를 챗봇 중심으로 통합하여 조직 전반의 대응 프로세스 표준화 및 운영 효율 극대화

서비스 안정성

비상 대응 시스템

비상 대응 시스템 운영

목표	- 전 국민이 동시에 네이버 서비스에 접속하더라도 안정적으로 이용할 수 있는 견고한 대응 체계 구축 - 서비스 연속성 보장을 위해 주요 서비스의 비상 모드 마련, 이슈 발생 시 자동 동작 설정
기능	① 빠른 이상 탐지 및 규칙 설정 - 트래픽 지표 수집 주기를 단축하여 평상시 피크 트래픽의 n배 이상 트래픽이 유입될 경우 이상으로 판단 ② 비상 대응 동작 자동화 - 수동 대응 시 발생하는 대응 시간의 제약을 극복하기 위해 이상 탐지부터 비상 대응 동작까지 자동화 ③ 손쉬운 비상 모드 UI/UX - 필요 시 추가 비상 대응 동작을 수동으로 실행할 수 있도록 서비스 담당자가 손쉽게 빠르게 대응할 수 있는 인터페이스 마련 ④ 상위 레벨 모니터링 시스템 연동 - 이상 탐지 규칙의 기준을 제공하고, 의사결정자가 시스템의 건강도와 현재 상황을 빠르게 파악할 수 있도록 지원하여 커뮤니케이션 비용 및 의사결정 시간 단축
작동 프로세스	- 재해·재난 및 트래픽 집중 가능성이 있는 사회적 이슈 발생 시 네이버 각 서비스에 자동으로 비상 모드 발동 - 비상 모드에서는 캐시 데이터를 최대한 활용하여 선별적으로 콘텐츠 최신성 유지 <pre>graph LR; A((재해·재난 발생)) --> B((트래픽 급증)); B --> C((비상 모드 발동)); C --> D((캐시데이터 활용)); D --> E[네이버 서비스]; D --> F[정상시 실시간 데이터 제공]; D --> G[비상모드 가용량을 우선적으로 서비스 운영]; E -- X --> F; E --> G;</pre>

Emergency Report(비상 모니터링)

개요	재해·재난 및 이슈 발생 시 서비스별 주요 지표를 자동으로 불러와 신속하게 확인할 수 있는 Emergency Report를 운영 <pre>graph LR; A[메시지 채널 생성 후 수동으로 영향도 파악] --> B[자동으로 가용량 측정 및 비상모드 상태까지 확인];</pre>
특징	- 주요 서비스별 가용량, 비상 대응 여부, 트래픽 유입량 변화 등의 주요 지표를 확인할 수 있는 비상 모니터링 시스템 - 국민적 관심이 동반되는 이벤트가 발생했을 때 트래픽 유입량에 변화가 있는 주요 서비스 전체에 실시간 트래픽 조회 기능 적용 완료
효과성	Emergency Report 도입 이후, 시간이 오래 걸리던 전체적인 영향도 및 정보 파악의 소요 시간을 1분 이내로 단축

재해·재난 특징 및 대응 고려 사항

1 지진 등의 재해·재난 발생 시 트래픽이 급격히 증가하며, 연쇄적인 시스템 장애로 최대 가용량에 빠르게 도달	2 매우 짧은 시간 내에 이상 상황 및 서비스 간 영향도를 파악하고 신속한 의사결정 필요
- 복잡한 계층 구조와 분산된 서버 구성으로 인해 일부 영역의 문제가 나머지 영역에 부하를 전달할 가능성 존재 - 특정 서버의 작은 장애가 전체 시스템 안정성에 영향을 줄 수 있는 구조 - 트래픽 처리 과정 내 병목 발생 지점 파악 필수	- 재해·재난은 새벽, 주말 등 시간 관계없이 발생하며 대부분 5분 안에 상황 종료 - 수동으로 사람이 대응할 시 빠른 상황 파악 및 조치에 어려움이 있어 자동화된 대응 시스템 필수

서비스 안정성

무중단 서비스·인프라 운영

- 안정적 서비스 제공을 위한 데이터센터 설비 구성
- 서비스의 가용성을 높이고 서비스 지속성을 보장하기 위한 서비스 이중화 기술 적용
- 예기치 못한 기능 고장에 대비해 예비 인프라 설비를 확보하고 신속한 고장 복구가 가능하도록 대비
- 인프라 설비에 대한 선제적 투자 및 관리를 통해 데이터센터의 안정성 및 서비스 연속성 강화



서비스·인프라 이중화 체계 구성

- 2023년부터 서비스 이중화를 관리하는 Data Disaster Recovery Task Force(DDR TF)를 통해 주요 서비스 및 데이터의 이중화 및 데이터 분산을 점검하였고, 2026년부터는 수시점검 형태로 전환
- 서비스 중단 시간 및 영향 범위를 기준으로 7단계 이중화 기준을 수립하고, 비상 상황 발생 시 서비스 레벨에 따라 자동·수동 복구가 가능한 서비스·인프라 이중화 체계 구축
- 국내 IDC¹⁾ 이중화를 통해 현재 레벨5를 달성했으며, 모든 서비스 기능의 연속적 제공이 가능한 레벨6 달성을 위한 활동 추진 중

서비스 이중화 기준

서비스 복구 수준 ²⁾ (Recovery Service)	LEVEL 1	국내 IDC 장애 발생 시, 복구 작업을 통해 서비스가 가능한 상태
	LEVEL 2	국내 IDC 장애 발생 시, 신규 인프라를 구축하여 수일 내에 서비스 재개가 가능한 상태
	LEVEL 3	국내 IDC 장애 발생 시, 수시간 내에 서비스 재개가 가능한 상태
서비스 연속성 수준 ³⁾ (Continuous Service)	LEVEL 4	국내 IDC 장애 발생 시, 수시간·수일 내에 해외 IDC를 통해 서비스 재개가 가능한 상태
	LEVEL 5	국내 IDC 이중화를 통해, 일부 기능 또는 일부 이용자에게 제한적으로 서비스되는 상태
	LEVEL 6	국내 IDC 이중화를 통해, 서비스에서 필요한 모든 기능이 연속적으로 가능한 형태
	LEVEL 7	해외(글로벌) IDC를 이용하여 Global Continuous Service가 가능한 상태

1) Internet Data Center(인터넷 데이터 센터, 서버/스토리지/네트워크 장비 등을 운영하고 관리하는 전문 시설)
2) IDC 장애 발생 시 실시간 서비스는 보장하지 않지만 일정 기간 내에 복구할 수 있는 수준
3) IDC 장애 발생 시 전체 또는 일부 서비스에 대한 실시간 연속성을 보장하는 수준

데이터센터 비상 상황(재해·재난) 점검 체계

- 매월 데이터센터 정기 점검을 통해 취약점 및 개선 필요 사항 검토·개선
- 비상 상황(재해·재난) 발생 시, 서비스·인프라별 긴급 복구 우선순위를 지정하고 긴급 복구 물자와 인력을 투입할 수 있도록 대응 체계 보유
- 실제 재난 발생을 가정해 매월 3회 이상 자체 모의훈련 실시 및 연 1회 이상 민관 합동 소방 훈련 진행을 통해 재해 복구 체계 실효성 점검
- 데이터센터 설비 고장·이상 발생 시 협력사와 협조하여 신속한 원인 파악 및 조치 수행, 향후 재발방지 대책을 수립하도록 절차 마련

서비스 안정성

목표관리

2025년 KPIs	
지표	달성 성과
전사 표준 모니터링 시스템 개발 및 도입	• 전사 Observability Metric 표준화
SRE Bot을 통한 장애 대응 자동화	• LLM을 활용한 ChatOps 기반 장애 대응 자동화 도구 개발 • 장애 조회, 리포트 생성, 비상 대응 이벤트 관리 등
장애·재난 대응 체계 개선 및 연속성 강화	• 장애를 포함한 전사 리스크 대응 및 리뷰·후속 과제 관리 • 과기부 통신재난관리계획 수립 및 현장점검·시정명령 대응 • 주요 서비스 대상 모의훈련 기획·운영

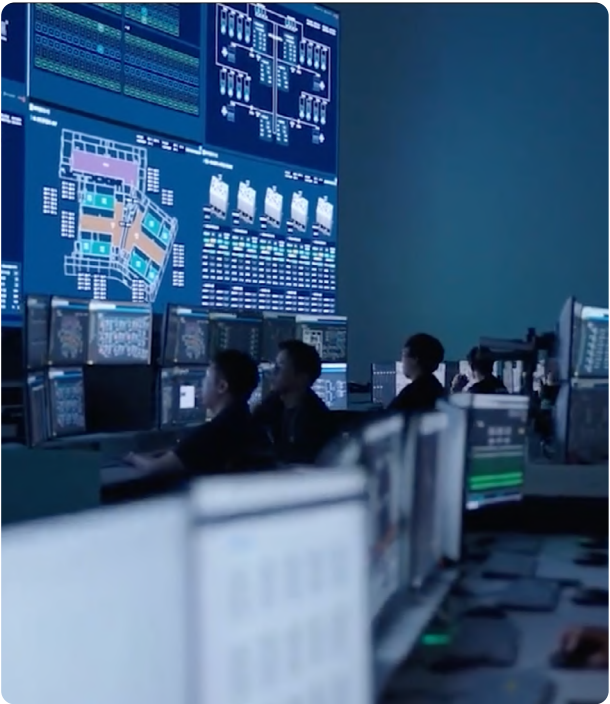
2026년 KPIs ¹⁾	
정책/운영 측면	기술 측면
전사 장애 대응·후속 관리 프로세스 표준화 및 안정적 운영 - 장애 대응 및 리뷰 등 후속 관리가 권장 가이드라인과 체계에 따라 일관되게 수행되도록 지원	전사 표준 모니터링 시스템 개발 및 도입 - 장애 원인 심층 분석과 다면적 지표 확인이 가능한 통합 모니터링 환경 구축
재해·재난 및 장애 발생 시, 서비스 연속성 대응 체계 강화 - 네이버 BCP 체계를 강화하고, 전사 차원의 재해 복구 훈련을 통해 재해·재난 및 서비스 연속성 개선 지원	SRE Bot을 통한 장애 대응 자동화 - 사람의 개입을 최소화하는 자동화된 장애 관리를 구현하여, MTTR ²⁾ 30분 달성 목표
전사 신뢰성 교육 체계 수립 및 운영을 통한 장애 예방·대응 역량 내재화 - 전사 신뢰성 교육 커리큘럼 구성 및 주요 장애 사례 공유를 통해 전사적 공감대 및 대응력 강화	외부 요인으로 인한 장애 및 복합 장애 대응 속도 향상 - 대외 요인으로 인한 장애와 여러 서비스가 동시에 영향 받는 복합 장애 발생 시 서비스별 영향도 파악 - Runbook을 통한 장애 대응 속도 향상

1) 2026년부터 CRO 조직 개편 및 역할 확장에 따른 KPI 신규 수립
2) Mean Time To Recovery

NAVER
서비스의 안정성
확보

SOCIAL

- 조직문화
- 안전보건
- 인권경영
- 공급망
- 사회공헌



조직문화

네이버는 임직원이 안정적이고 만족스러운 환경에서 업무에 몰입할 수 있도록 조직문화를 주요 운영 요소로 인식하고 있습니다. 안전하고 건강한 근무 환경 조성, 일과 삶의 균형 지원, 상호 존중에 기반한 소통을 통해 지속가능한 근무 여건을 마련하는 데 주력하고 있습니다.

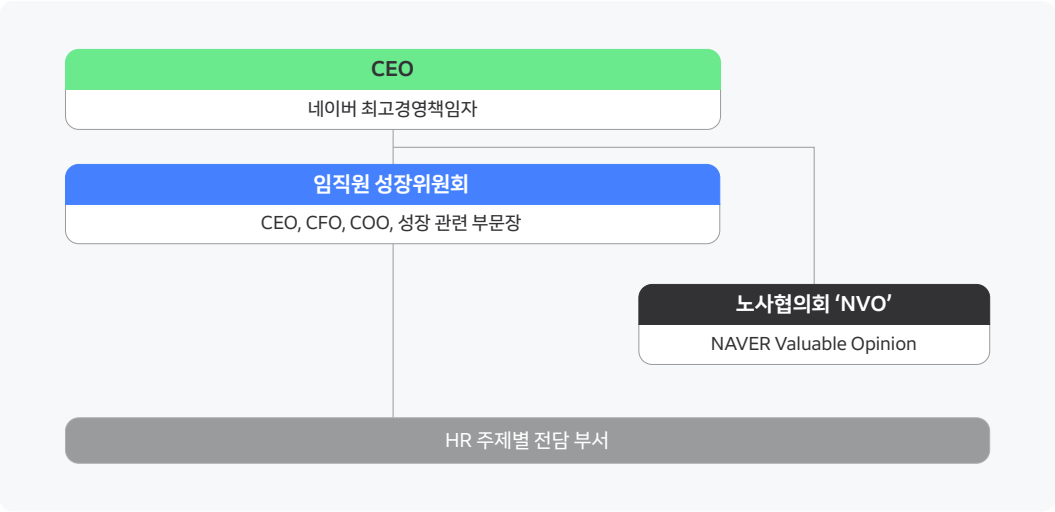
다양한 구성원이 공통된 방향성 아래 협력할 수 있도록 네이버의 정체성인 ‘변함없이 변화를 만드는 사람들, Navigators’와 지향점, 일하는 방식인 ‘Navigators’ Route’를 전사적으로 공유하며 조직문화 전반에 반영하고 있습니다.

또한 노사 간 신뢰를 바탕으로 한 소통 구조를 유지하고, 성별·국적·장애 여부 등 다양한 특성을 지닌 임직원이 차별 없이 근무할 수 있는 포용적인 환경을 조성하고자 합니다.

관리 및 감독

- 최고 의사결정은 CEO(최고경영책임자)가 담당하며, 그 직속 기구인 임직원 성장위원회는 CEO-CFO-COO 및 직군 성장 관련 부문장으로 구성되어 임직원 성장 체계의 설계 및 심의를 담당
- 임직원 조직문화 관련 위험 및 기회의 감독 책임에 대한 위임사항과 의무사항, 직무 기술 등을 회사 내규에 규정
- 위원회의 원활한 직무 수행을 위해 수시로 위원회 임직원에게 필요한 정보와 자원을 제공하고, 위원회가 관장하는 주제별로 전담 부서를 설치하여 운영 중
- 노사협의회의 ‘NVO(NAVER Valuable Opinion)’: 임직원 의견을 청취하기 위한 협의체로 근로조건, 복리후생, 인력 현황 등과 관련된 회사 정책 및 방향성에 대해 근로자위원의 의견 청취 및 논의 진행

조직문화 조직도



정책 및 체계

기본 인사 가이드(취업규칙 등)

- 네이버 임직원 모두가 일하면서 지켜야 하는 기준
- 인사 기준은 채용부터 퇴직까지 회사 생활 전 영역에 걸쳐 회사의 인적 자본 관리 및 운영을 위한 원칙
- 사내 게시판을 통해 전 임직원이 손쉽게 확인 및 질의할 수 있음

Culture Code 및 Integrity Code

- Culture Code는 ‘모두가 지켜야 할 공통의 협업 룰’로, 임직원 간 원활한 협업과 팀워크를 위해 필요한 내용으로 구성
- Integrity Code는 회사라는 큰 공동체가 가져야 할 책임과 일하면서 발생할 수 있는 이해상충에 대해 문화적·법률적 관점에서 함께 지켜야 할 마지노선을 정해 놓은 회사의 기준

노사협의회의 운영규정

- 네이버 노사협의회의 운영규정 및 노사협의회의 선거 관리 규칙에 따라 노사협의회를 구성 및 운영

조직문화

활동 및 성과

조직문화진단

조직문화진단 운영

- 조직문화와 일하는 방식을 비롯해 업무 환경 및 효율적 업무 실행과 관련된 사항에 대해 임직원의 인식을 점검하고자 2021년부터 매년 전 임직원을 대상으로 조직문화진단을 실시
- 문화적 안전, 자발적 몰입, 실행환경 조성, 명확하고 확실한 방향성, 리더에 대한 신뢰, 존중과 인정, 개발 기회, 급여 및 복리후생 등 16가지 차원에 대한 전반적인 효과성 진단
- 조직문화진단 실시에 따른 결과를 분석한 후, 차원별 전사 차원의 개선 과제를 도출하여 연간 이행 중

2025년 조직문화진단 운영기준 개선 사항

부문별 결과 공유 가이드

진단 결과의 메시지가 조직별 목표 및 방향성과 함께 전달되도록
부문별 The Sync와 통합하여 진단 결과 공유 진행 가이드

조직효과성 차원별 주관식 문항

‘문화적 안전’ 차원의 주관식 문항은
상세한 현상 파악 및 실질적인 조치로 연계될 수 있도록
Integrity Survey로 기능 이관

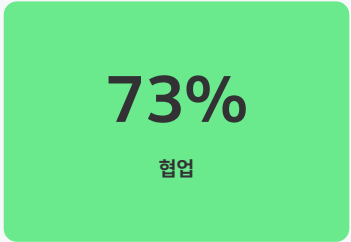
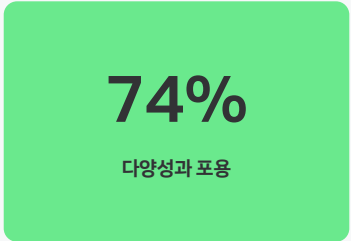
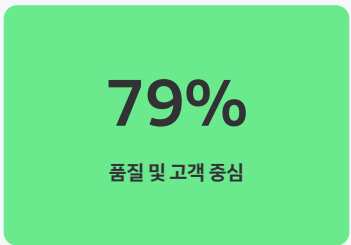
조직문화진단 결과

- 네이버 임직원 4,742명 중 76.6%인 3,632명이 참여(2025년 9월 시행)
- 2025년에는 진단 시행 이래 역대 최고 응답률을 기록하였으며, 시행 5년 차를 맞아 차원별 변화 폭이 안정화되고 긍정·부정 인식의 구성이 유사하게 유지되는 양상을 보임
- 긍정 인식이 높은 차원은 ‘품질 및 고객중심’, ‘다양성과 포용’, ‘협업’이었으며, 긍정 인식이 낮은 차원은 ‘업무/구조/프로세스’, ‘명확하고 확실한 방향성’, ‘급여 및 복리후생’이었음
- ‘명확하고 확실한 방향성’ 차원에서 조직과 개인 간의 목표 일치(Align)를 위해 조직별 ‘The Sync(최상위 조직장 목표 공유 세션)’를 도입하여 사업 방향성을 공유하였으며, 전년 대비 6%p 상승한 53%를 기록
- ‘업무/구조/프로세스’ 차원에서는 적정 조직 규모 및 Depth에 대한 전사 차원의 주기적 점검을 통해 조직의 파편화와 과도한 계층화를 방지하였으며, 전년 대비 2%p 상승한 47%를 기록
- ‘문화적 안전’ 차원의 지속적인 개선을 위해 부정 경험(직장 내 괴롭힘/성희롱 등) 관련 응답이 전담 부서의 실질적인 조치 및 점검으로 이어질 수 있도록 Integrity Survey로 문항을 이관하여 전문성 강화

2025년 조직문화진단 결과표

구분		단위	2023	2024	2025
자발적 몰입도 Engagement	자발적 몰입	%	72	70	73
	명확하고 확실한 방향성	%	54	47	53
	리더에 대한 신뢰	%	64	59	61
	품질 및 고객중심	%	79	79	79
	존중과 인정	%	62	63	57
	개발 기회	%	68	65	67
	급여 및 복리후생	%	50	50	55
실행환경 조성도 Enablement	문화적 안전	%	68	75	66
	실행환경 조성	%	66	65	64
	성과 관리	%	58	59	59
	권한 및 임파워먼트	%	60	61	60
	가용 자원	%	56	59	59
	교육 훈련	%	58	57	60
	협업	%	65	73	73
	업무/구조/프로세스	%	48	45	47
	다양성과 포용	%	71	75	74

조직문화진단 긍정 인식 Top 3 차원



조직문화

조직문화 개선 과제 이행 성과

과제 영역	내용
조직/리더십/성장 차원 개선	- 조직의 방향성과 목표를 구성원들과 공유하며, 공통 목표와 개인 업무의 연계 강화를 위해 조직별 최상위 조직장의 목표 공유 세션인 ‘The Sync 2025’를 진행 - 업무 구조 및 의사결정 프로세스의 효율화를 위해 조직 규모 및 조직 Depth를 점검하여 조직의 파편화 및 과도한 계층화를 예방 - 리더십 지원 및 향상을 위한 프로그램 확대 (네리+Sharing, 네리+table, 네리+insight, 리더십밸런스, 리더십부스트 등) - 구성원의 성장 및 역량 개발 지원을 위한 레벨 기반 성장체계 도입 - 각 직무별 성장을 위한 SHARE 프로그램 연중 운영 및 확대 (Tech Radio, S&B Basic Cert 오픈, Design Skill-up 등)
문화/환경 차원 개선	- 팀워크 강화를 위한 팀플레이@커넥트원 프로그램을 지속 확대(실내양궁·AR 방탈출 커넥트원 GO 추가)하여, 2025년 기준 440개 팀·5,600여 명이 참여하였으며 팀빌딩 도움 응답률 98%를 달성 - 사육 공간 이해에 대한 캠페인 진행(오피스의 재발견 시리즈 연재) - 식당 및 카페 환경 개선(맛집 팝업 및 콜라보 진행, 신규 메뉴 론칭, 한정 메뉴 오픈 등) - 가족 문화 행사인 오픈새러데이 프로그램 확대(사내 오픈 공간 확대, 스탬프 투어 도입) - 일과 삶의 균형을 위해 ‘쉼’을 위한 정보들을 전하는 ‘알쓸쉼표’ 시리즈 연재 - 개인의 보다 유연한 휴식 보장을 위한 반차 제도를 도입하고 직책 리더 대상으로 산하 구성원의 휴가 사용 현황을 확인할 수 있는 페이지를 새롭게 오픈하는 등 충분한 휴식과 재충전을 독려

노사관계 및 복리후생

노사 소통 및 노사관계

- 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 임직원의 기본적인 권리를 존중하며, 노사 간의 발전적인 소통을 통한 상생과 협력의 관계를 지향
- 2019년 최초로 노동조합과 단체교섭을 통해 단체협약을 체결한 이후, 2년마다 기존 단체협약 갱신을 위한 새로운 단체교섭 시행
- 2020년부터 매년 임금 교섭을 통해 임직원의 보상 수준에 대한 합의를 진행 중, 노동조합과의 교섭을 통해 합의된 임금협약은 조합 가입 여부와 무관하게 동일하게 적용
- 단체협약을 통해 개선되는 복리후생 제도는 합리적인 이유가 있는 경우를 제외하고, 고용 형태와 관계없이 전 임직원에게 적용되도록 운영
- ‘근로자 참여 및 협력 증진에 관한 법률’에 따라 근로자위원, 사용자위원 각각 9명으로 구성된 노사협의회 ‘NVO(NAVER Valuable Opinion)’를 두고 있으며, 근로자위원은 사내 직원들로 구성된 별도의 선거관리위원회 주도 하 직접/비밀/무기명 투표로 선출
- NVO를 통해 근로자위원과 사용자위원이 매년 네 차례의 정기회의 및 여러 수시회의를 개최해 근로조건, 복리후생 등에 대해 논의

2025년 NVO 정기회의의 주요 논의사항

1차	2차	3차	4차
• 사내근로복지기금 사업 시행	• HR 제도 관련 문의 및 가이드 공유	• 복리후생 관련 제도 및 사육시설 개선	• 조직문화진단 결과 보고 및 HR 제도 도입 논의

복리후생

- 임직원이 업무 특성에 맞는 환경에서 몰입하고 역량을 발휘할 수 있도록 다양한 복지와 유연한 근무 환경을 지원
- 온보딩, 역할 단계별 프로그램, 구성원 케어를 통해 소속감과 협업 경험을 높이는 조직 경험 프로그램 운영

복리후생 프로그램

소속감 제고 및 임직원 케어를 위한 조직 경험 프로그램 강화				
신규입사자 온보딩 지원 강화	역할 단계별 리더 온보딩 강화	육아휴직 복직자 리보딩 강화	팀플레이 @커넥트원 프로그램 확대	오픈새러데이 그린팩토리 확대 운영

조직문화

임직원 일·생활 지원 제도

구분		세부내용	
업무 몰입 지원	일하는 시간 및 공간	선택적 근로시간제	• 업무 특성에 맞춰 몰입도를 높일 수 있도록 시간 선택의 유연성을 제공 • 평일 06시~22시 선택적 근로시간 내에서 자유롭게 출퇴근하며 근무시간을 효율적으로 활용 가능
		Connected Work 2026	• 업무 특성에 맞춰 몰입도를 높일 수 있도록 공간 선택의 유연성을 제공 • 사무실 출근을 기반으로 하는 ‘Type_O(Office-based Work)’와 원격 근무를 기반으로 하는 ‘Type_R(Remote-based Work)’ 중 하나를 개인이 자율 선택, 협업 시너지를 위해 소속 팀 단위 대면으로 근무하는 Co-work day 주 1회 운영
		시스템 오프 제도	• 과도한 장시간 근로를 예방하기 위해, 법정 최대 근로 가능 시간의 8시간 전에 모든 사내 시스템을 차단하는 ‘시스템 오프 제도’ 운영
	업무환경	워케이션	• 새로운 공간에서 몰입하며 리프레시할 수 있도록 춘천 네이버 커넥트원, 도쿄 베이스캠프, 각 세종 공간에서 숙식을 제공하며 최대 7일간 근무할 수 있는 환경 지원
		업무기기 예산	• 최고의 퍼포먼스를 위해 업무 특성에 맞는 업무기기를 직접 선택할 수 있도록 입사 시 최대 360만 원, 이후 매월 추가 예산 지원(직군별 예산 상이)
		사옥 공기 질 관리	• 먼지 발생을 줄이기 위해 카펫 대신 나무 바닥을 설치하고, 먼지가 쌓이는 천장 마감 최소화 • 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 • 모든 회의실 내부에 CO ₂ 센서를 설치해 공기의 질을 측정하고, 쾌적한 환경을 유지할 수 있게 관리
		인체공학적 가구	• 전 임직원 대상 인체공학적으로 설계된 고품질 기능성 의자 제공, 희망하는 경우 스탠딩 데스크 지원
		사옥·역간 셔틀	• 출퇴근 편의를 위해 정자역 – 1784 사옥 간 셔틀 버스 운행
	소속감/교류	근속 선물	• 근속 10주년, 20주년 선물 및 감사 트로피 지급
	리프레시	불여쓰면지원금	• 충분한 휴식을 지원하기 위해 2일 이상 연속으로 연차 사용 시 하루 5만 원 휴가비 지원
		리프레시 플러스 휴가	• 입사 2년 근속 시 연차와 별도로 유급 휴가 15일 부여, 이후에는 3년마다 리프레시 휴가 제공
		자기돌봄휴직	• 3년 이상 근속 시 자기 개발과 재충전을 위해 최대 6개월의 휴직 지원
가족 지원	모/부성 보호	근로시간 단축	• 일·가정 양립에 어려움을 덜 수 있도록 임신기, 육아기, 가족 돌봄 등의 사유로 근로시간 단축 신청 가능
		법정 외 육아휴직	• 최대 2년의 휴직 지원(법정 및 법정 외)
		기타 출산 관련 휴가	• 배우자 출산 휴가 20일 • 미숙아 출산 시 출산전후휴가 100일 • 임신 초기(11주 이내) 유·사산 발생 시 10일 휴가
		리보딩 프로그램	• 6개월 이상 육아휴직(법정) 후 복직 시 팀과 회사에 원활히 적응할 수 있도록 리보딩 프로그램(서베이 및 면담) 운영 및 워킹맘&워킹대디 네트워킹 지원
	생활 안정	대출이자 지원	• 최대 10년간 대출금 한도 최대 2억 원까지, 연 1.5%의 이자 지원
		주식매입리워드	• 네이버 자사주 매입 후 6개월 이상 보유 시 매입 금액의 10%를 현금으로 지급(연간 지급 한도 200만 원)

조직문화

사내 다양성

사내 다양성 현황

- 2025년 조직문화진단 내 ‘다양성과 포용’ 차원의 긍정 응답률은 74%로, 조직문화진단 첫 시행 연도인 2021년 대비 22%p 상승
- ‘다양성과 포용’ 차원의 문항 중, 임신부와 장애인 등에 대한 회사의 제도적 지원, 여성 및 다양한 배경을 지닌 리더십 육성, 공정하고 일관성 있는 정책 시행 등에 대한 질문의 긍정 응답률은 80% 이상으로 지속적으로 높게 유지
- 2025년 모성보호법 개정에 따른 관련 제도 개정 및 시스템 적용 완비
 - ① 배우자 출산휴가 확대, 조건부 육아휴직 확대, 난임치료 휴가 확대, 유·사산 휴가 확대 적용
 - ② 태아검진휴가: 임신주차별 정기검진 주기에 따라 자유롭게 사용 가능하도록 신청 시스템 개선
- 여성 리더십 선진 사례로 ‘Most Powerful Women in Asia 2025 (Fortune)’에서 NAVER 최수연 대표 8위 선정

외국인 임직원

- 외국인 구성원이 회사 및 한국 생활에 대한 경험과 인사이트를 나눌 수 있도록 소통의 창구를 마련하고자 연 1회 ‘Global Lunch Gathering’ 행사를 운영(비자나 금융 등 정착에 필요한 실질적 정보와 조직문화 및 근무 환경에 대한 의견 교류)
- 회사 철학 및 방향성에 대한 교육(코드데이) 과정에 외국인 참가자가 있을 시 통역을 제공하고, 컴퍼니데이에 등 주요 사내 행사의 경우 글로벌 법인(5개 국가, 8개 법인)에 번역된 영상 자료를 제공

장애인 임직원

- 2020년 설립된 자회사형 장애인 표준사업장 ‘네이버핸즈’는 설립 당시 장애인 임직원 21명으로 시작한 이래 발달장애인 채용을 확대하여 2025년 12월 기준 58명의 직원이 근무함

네이버핸즈

- 중증 장애인이 실제로 수행할 수 있는 직무를 지속적으로 발굴하여 카페, 브랜드스토어, 꽃집, 편의점, 커넥트라운지 등 7개 직무에서 정규직으로 근무
- 네이버 1784 사옥 내 사내 카페를 중증 장애 사원이 직접 운영하는 방식으로 변경하여 장애 사원 추가 채용 진행
- 중증 장애인이 능동적·독립적으로 업무를 수행할 수 있도록 직무별 상세 매뉴얼과 쉬운 말 교육 자료를 제공하고 건강한 여가 생활 지원을 위한 프로그램 도입
- 복잡한 인사 절차를 최소화한 사내 시스템을 개발·적용하여 안정적인 업무 지원
- 안전한 근무 환경 조성을 위해 정기적인 시설 안전 점검 & 교육 및 보건 관리 체계 구축

- 웹 접근성 컨설팅을 수행하는 자회사형 장애인 표준 사업장 ‘엔비전스’에는 2025년 12월 기준 시각장애인 근로자 22명(중증 15명, 경증 7명), 발달장애인 1명이 근무 중
- NAVER 내에서는 장애인 웹 접근성을 테마로 한 체험존 및 인식 개선 교육을 진행하여 사내 다양성 및 포용성 강화
- 네이버 장애인 인식 개선 교육 사례로 고용노동부 우수사례 공모전에서 대상 선정, 고용노동부 장관상 수상(2025.12)



고용노동부 우수사례 공모전

고용노동부 장관상 수상

네이버 장애인 인식 개선 교육 사례

여성 인재

- 여성 임직원 수의 지속 증가(2023년: 41% → 2024년: 42% → 2025년: 43%)
- 서비스 직군 직책 리더 비율 ‘여성’ 우세(여성 54% > 남성 46%)
- 2022년 네이버는 사내 여성 리더십 비중의 꾸준한 상승과 다양성 및 여성 리더십 리딩 기업으로 자리매김하기 위해, 2024년까지 매년 국내 평균 여성 관리자 비중 대비 10%p 이상 상회하는 중장기 목표를 수립
- 2024년은 3개년 중장기 목표의 마지막 해로, 2025년 11월 발표된 수치에 따라 목표한 바를 성취하여 2025년부터는 새로운 다양성 목표를 설정하고 이를 위한 노력을 보고서를 통해 투명하게 소통하고자 함

여성 리더십 관련 중장기 목표 연도별 성과

구분	2022	2023	2024
국내 여성 관리자 비율 ¹⁾	21.75%	22.11%	22.47%
네이버 여성 직책 리더 비율	30%	32.85%	32.47%
현황	‘국내 평균 대비 10%p 이상 상회’ 목표 수립 및 공개		10%p 이상 상회 달성

1) 출처: 고용노동부, 「고용노동백서」, 연도별 데이터가 다음해에 발표됨(2024년 데이터는 2025.11.7. 발표)

다양성 목표

- 2026년 다양성 목표는 장기적 여성 리더십 육성을 중심으로 설정
- IT·테크 산업의 빠르게 변화하는 업무 환경 속에서 여성 임직원의 경력 단절 없는 지속 성장 및 리더십 발휘 환경 조성은 개인과 조직 모두의 장기적 역량 강화와 직결
- 사내 다양성 확보와 포용적 조직문화 정착을 통한 지속가능한 성장 기반 강화를 위해 아래와 같이 측정 가능한 정량적 목표를 수립하고, 실행 노력을 투명하게 공개할 예정

2026년 다양성 목표

다양성 영역	세부지표	2025년 Baseline	2026년 목표
장기적인 여성 리더십 육성 및 강화	일·가정 양립을 위한 워킹맘 지원 프로그램 운영 건수	0건	1건 이상

조직문화

목표관리

2025년 KPIs	
지표	달성 성과
회사와 임직원이 함께 성장하는 일하는 문화·환경 조성	• ‘Navigators’ 정체성 및 ‘Navigators’ Route’ 전사 공유·조직문화 반영 • 2025년도 조직문화진단에 전체 임직원 4,742명 중 76.6%(3,632명) 참여, 역대 최고 응답률 달성 • 회사·조직 방향성 공유 및 소통·교류 기회 확대를 위한 조직별 최상위 조직장 목표 공유 세션 ‘The Sync 2025’ 운영, 조직문화진단 내 ‘명확하고 확실한 방향성’ 차원 전년 대비 6%p 상승(53%) • 조직문화진단 결과 부문별 공유 및 개선 과제 연간 이행 • 리더십 지원 및 향상을 위한 프로그램 확대 운영
조직 내 다양성 증진을 위한 다각적 제도적 지원 제공	• 2025년 모성보호법 개정에 따른 관련 제도 개정 및 시스템 적용 완비 (배우자 출산휴가·조건부 육아휴직·난임치료휴가·유·사산 휴가 확대 등)
여성 직책 리더 비중 국내 평균 대비 10%p 이상 상회 지속 유지(3개년 목표)	• 3개년 목표 달성 완료 • 2025년 발표된 2024년 데이터 기준, 네이버 여성 직책 리더 비율 32.47%, 국내 평균(22.47%) 대비 10%p 이상 상회 유지



2026년 KPIs	
지표	세부 추진과제
조직문화진단 진단 결과 기반의 조직문화 개선 활동에 대한 HR 밀착 지원	• 조직효과성 차원 대상 개선 포인트 도출 및 조직문화진단 문항 Set 리뉴얼 • 부문 단위 진단 결과 공유 및 목표·방향성 세션(The Sync) 통합 진행 정례화
워라밸/근무제 근무제도 관련 인프라 지속 점검 및 강화를 통한 건강한 근무 환경 조성	• 충분한 휴식을 통해 재충전 및 몰입할 수 있는 관련 제도 및 인프라 점검 • 장시간 근로 방지 및 법정 휴게시간 준수, 모성보호를 위한 근태관리 시스템 지속 정비 • 반차 제도 도입, 산하 구성원의 휴가 사용 현황 페이지 오픈 등 보다 유연한 휴식 보장을 위한 지원 강화
다양성(외국인) 외국인 임직원 대상 네트워킹 강화	• 사내 외국인 임직원 대상 네트워킹 행사 Global Gathering 매년 1회 이상 정기 진행
다양성(여성) 장기적인 여성 리더십 육성/강화를 위한 사내 문화 조성	• 일·가정 양립을 위한 워킹맘 커리어 멘토링 프로그램 신설

안전보건

네이버는 임직원이 안전하고 건강한 환경에서
근무할 수 있도록 안전보건을 중요한 경영 기반으로
인식하고 있습니다.

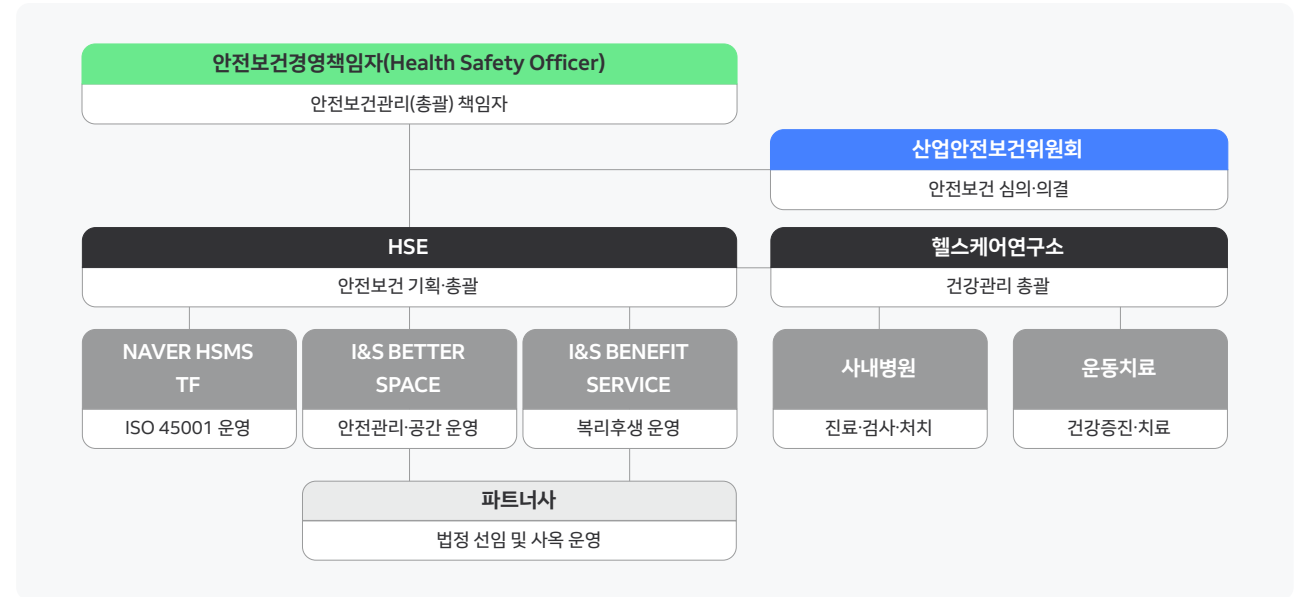
임직원이 신체적·정신적으로 안정된 상태에서
업무에 몰입할 수 있도록, 안전보건경영책임자(HSO)를
중심으로 한 전담 조직과 산업안전보건위원회를 통해
사업장 전반의 안전보건 활동을 체계적으로 관리하고
있습니다. 또한 임직원의 안전 확보와 건강 증진을 위해
유해·위험요인을 선제적으로 식별·관리하고,
교육과 훈련, 비상 대응 체계를 통해 사고 예방과
대응 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.

앞으로도 임직원의 건강한 업무 환경을 저해할 수 있는 불안요소를 조기에 식별하고, 이를 완화 또는 제거하기 위한 실질적인 개선 방안을 업무 환경 전반에 반영하여 임직원 모두가 자신의 업무에 온전히 몰입할 수 있도록 힘쓰겠습니다.

관리 및 감독

- 안전보건경영책임자(Health Safety Officer, HSO):
안전보건 경영 강화를 위한 최고책임자 역할을 최고 책임경영 책임자
(Chief corporate Responsibility Officer, CRO)가 담당
- 안전보건 전담 조직(HSE):
네이버 사업장 전체 안전보건 기획 및 총괄,
CRO에 정기적으로 안전 보고
- 산업안전보건위원회:
사업장의 안전 및 보건에 관한 중요사항을 심의·의결
- 헬스케어연구소:
임직원 건강관리를 위한 프로그램 운영 및 의료 지원

안전보건 조직도



산업안전보건위원회

- 산업안전보건위원회는 매 분기 정기 회의를 개최하여 안전보건 활동 계획, 결과를 논의하고 있으며, 사용자위원과 근로자위원이 함께 임직원의 건강과 안전을 위해 논의
- 산업안전보건위원회를 통한 심의·의결 결과는 사내 게시판 등을 통해 전 임직원에게 공지

2025년 산업안전보건위원회 주요 논의사항

1분기	2분기	3분기	4분기
• 사용자위원장 및 위원 지정 • 안전보건관리규정 개정 • 산업안전보건위원회 운영규정 개정	• 업무적합성관리 제도 • 건강진단 사후관리 제도 • 안전보건 의견청취 제도	• 위험성 평가 운영관리 • 마음건강관리 제도 • 안전보건 가이드	• 위험성 평가 개선관리 • 안전보건 실적 및 계획 • 비상상황 대응관리

안전보건

정책 및 체계

안전보건 정책

- 임직원의 안전과 건강 유지·증진, 재해 없는 사업장 실현, 안전보건 법령 준수 등 임직원 참여를 통한 산업재해 예방을 목적으로 제정
- 안전보건 정책은 임직원 및 사업장 내 상주 또는 상시 출입하는 파트너(협력회사) 직원에게 적용되며, 기업 홈페이지에 공개해 회사 내외부 모든 이해관계자에 정보 접근성을 제공
- 기본 원칙
 - ① BETTER HEALTH: 발생 가능한 신체 또는 정신질환 예방을 위하여 건강 유지 및 증진 관리를 실시
 - ② BETTER SAFETY: 유해·위험요인을 제거하고, 사고 발생 시 대응체계 구축을 통하여 피해를 최소화
 - ③ BETTER ENVIRONMENT: 임직원·파트너(협력회사)·고객을 위한 쾌적하고 안전한 근무 환경을 제공
- 기업윤리상담센터를 통한 이해관계자 안전보건 온라인 신고 및 접수 실시

안전보건경영시스템

- 네이버 임직원과 파트너사 직원을 포함하여 안전하고 건강한 작업 환경을 제공하고 업무 관련 재해, 질환 등의 방지와 안전보건 성과에 대한 지속적 향상을 위한 국제 표준 시스템 운영

📄 파트너사 안전보건 관리
- 네이버 임직원 및 사업장(네이버 1784 및 그린팩토리)을 대상으로, 2024년 10월 국제 안전보건경영시스템 ‘ISO 45001’ 인증 첫 취득
- 2025년 12월 기준, 데이터센터 포함 전체 사업장 5개 중 4개가 ISO 45001 인증을 취득하였으며, 인증 취득을 지속적으로 확대 중

ISO 45001 인증 취득 사업장 (2025년 12월 기준)

네이버 1784

그린팩토리

데이터센터 각 춘천

데이터센터 각 세종

활동 및 성과

유해·위험관리

- 임직원의 안전 확보 및 건강 유지·증진을 위하여 잠재적인 리스크를 식별하고 평가하여, 위험성에 대한 개선·완화 조치를 이행하는 활동
- 임직원 참여 중심의 활동으로, 정기적으로 업무가 수행되는 ‘일상업무’와 한시적이거나 특별한 사유로 수행되는 ‘비일상업무’로 분류
- 유해·위험요인 식별 과정에서 근무량, 근무시간, 괴롭힘 및 따돌림 등 사회적 요인을 함께 고려하여 임직원 및 기타 이해관계자 모두가 접근할 수 있는 안전보건 의견청취 채널 운영

위험성 평가 프로세스



동일재해 예방

- 사업장 내 사고 발생 시 비상 신고 채널을 통한 적절한 초기 대응 및 조치, 피해 정도 최소화
- 사고에 대한 재발 방지 대책 수립 및 이행 계획을 포함한 사고 보고서 작성·관리
- 사고 보고서 작성 시 재발 방지 세부 사항과 위험성 평가를 실시해 개선 결과 검토 및 모니터링

교육·훈련

- 임직원 건강과 안전을 위해 주기적으로 교육 및 훈련 실시

2025년 안전보건 교육·훈련 실시 현황

네이버 1784 및 그린팩토리에서 발생 가능한 비상상황에 대한 적절한 대응 및 피해 최소화를 위한 합동 훈련 실시

네이버 관리감독자 대상 응급조치, AED 사용법, CPR 방법 등 안전보건 교육 실시

산업재해 통계¹⁾

구분	단위	2023	2024	2025
산업재해 인원	명	2	1 ²⁾	3
산업재해율	%	0.05	0.01	0.02

1) 한국산업안전보건공단 사업장 산업재해를 조회 결과
2) 전년도 집계 시점 이후로 재해 1건이 추가되어, 2024년 공개 수치(0)를 변경함

안전보건

건강증진관리

- 임직원의 건강관리를 위한 다양한 건강증진 프로그램 실시

임직원 건강증진 프로그램

튼튼사원 프로그램 • 진료상담, 영양상담 및 운동 치료로 구성된 전문의의 다학제적 치료 제공 • 식습관 및 운동 습관 미션을 통한 체중 감량 및 만성 질환 관리	건강검진 상담 프로그램 • 체계적인 건강검진 항목 설계 및 건강 상담을 통한 사후관리 프로그램 • 건강검진 결과에 대한 전문의의 체계적 관리를 통한 건강한 직장생활 지원	반듯사원 프로그램 • 건강한 근무 환경 조성 및 근골격계 질환 예방을 위한 근무자세 점검 및 개선 프로그램 • 근골격계 통증 예방을 위한 개인별 근무 환경 체크 및 스트레칭 가이드 제공
노담사원 프로그램 • 부속의원 진료를 통한 전문의약품 처방 및 금연치료 가이드 제공	건강증진 캠페인 • 임직원의 건강 인식을 높이고 올바른 생활 습관을 실천할 수 있도록 다양한 캠페인 활동 운영	사후관리 프로그램 • 법정 일반건강진단 결과에 따른 유소견·요관찰자 또는 유소견자, 요관찰자 대상으로 전문의 진료 후 추적관찰, 확진검사, 약물치료 및 건강증진 프로그램 연계 실시

마음건강관리

- 임직원이 마음건강케어 전문가의 도움을 받아, 익명성 보장을 원칙으로 마음 상태를 체크해볼 수 있도록 심리상담 및 심리 건강검진 프로그램을 지원
- 임원, 정규직, 계약직(휴직자 포함) 본인을 비롯한 가족까지 마음건강케어 혜택을 누릴 수 있도록 지원
- 총 4곳의 전문 상담기관과 사내 심리상담센터 ‘마음충전소’를 운영 중이며, 의견 청취를 통해 심리적 안전망 구축
- 사내 심리상담센터 ‘마음충전소’는 2022년 8월 1784에 정식 오픈하였고, 2024년 10월 그린팩토리에 확대 오픈해 물리적 접근성 개선
- 2026년 ‘이야기는 오직 이곳에만 머뭍니다’라는 익명성 원칙 관련 슬로건을 통해 상담의 본질인 치유에 집중할 수 있는 근무 환경 구성

목표관리

2025년 KPIs		2026년 KPIs	
지표	달성 성과	지표	세부 추진과제
중대재해 예방관리	• 법정 리스크 관리 확대 • 작업허가제도 신설 • 현장관리체계 도입	안전보건 처벌 ZERO: 중대 안전보건 리스크 관리	• 안전보건교육관리 • 안전보건정보시스템
ISO 인증·실적 개선	• ISO 45001 부적합관리 • 안전보건경영위원회 신설 • 안전보건법령 준수 평가	중대재해 ZERO: 건설공사 재해예방·리스크 차단	• 발주자 의무 이행 및 중대재해 예방
업무 관련성 질환 예방	• 건강진단 사후관리 시행 • 업무적합성관리 제도 도입 • 응급조치 교육훈련 실시	안전보건 이슈 ZERO: 업무질환 예방·비상대응	• 비상대피 교육훈련 관리 • 뇌심혈관질환 예방관리 • NAVER 안전보건문화 리딩

인권경영

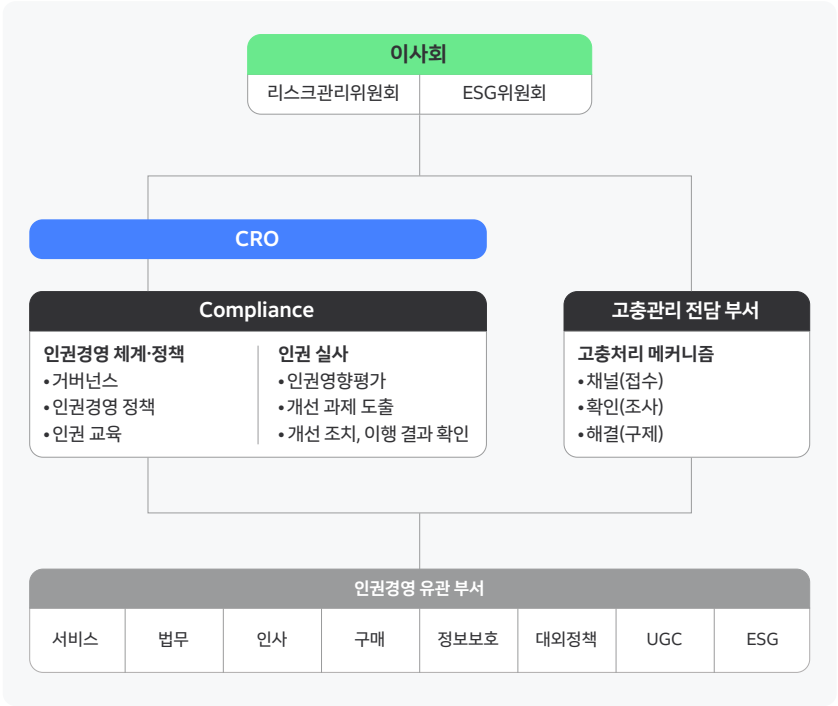
네이버는 임직원, 구매 파트너, 서비스 이용자 등 비즈니스 활동 전반에 걸쳐 영향을 받는 모든 이해관계자의 인권을 존중하고 보호하기 위해 체계적인 인권경영을 실천하고 있습니다.

UN 기업과 인권 이행원칙(UNGPs) 등 국제 인권 규범을 기반으로 인권경영 정책을 수립하고, 인권에 취약한 영역을 사전에 식별하고 발견된 부정적 이슈에 대해 선제적인 개선 조치를 시행함으로써 이해관계자의 인권 침해 리스크를 예방하기 위해 노력하고 있습니다.

관리 및 감독

- 최고 책임경영 책임자(Chief corporate Responsibility Officer, CRO) 소속 Compliance 부서는 규범준수의 일환으로 인권경영 체계·정책 고도화와 인권실사 수행을 담당하며, 이사회 직속의 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서 및 CEO 직속의 Ethics & Governance Center는 사내외 ‘고충관리 전담 부서’로서 고충처리 메커니즘 운영을 담당
- 인권경영 이행 현황은 이사회 내 ESG위원회와 리스크관리위원회에 보고
- 인권경영 유관 부서는 인권실사 및 고충처리 메커니즘의 운영을 위해 협력하고, 인권경영 개선 과제를 이행

인권경영 조직도



정책 및 체계

네이버 인권경영 정책

- 네이버 인권경영 정책은 개요, 10대 기본원칙, 인권경영 거버넌스, 인권 리스크 관리체계, 고충처리 프로세스로 구성되어 있으며, 이는 국내외 전 사업장의 임직원에게 적용
- 국제사회에서 만장일치로 승인된 유엔 기업과 인권 이행 원칙(UNGPs, United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights), 유엔 글로벌 콤팩트(UNGC, United Nations Global Compact) 10대 원칙, 세계인권선언(UDHR, Universal Declaration of Human Rights), 국제노동기구(International Labour Organization) 협약, 경제협력개발기구 다국적기업 가이드라인(OECD Guidelines for Multinational Enterprises) 등 국제 인권 규범에 기반하여 수립
- 대표이사의 최종 승인을 거쳐 임직원, 파트너, 이용자를 아우르는 인권 존중 실천 및 확산에 대한 의지와 중요성을 대외적으로 표명
- 임직원 외에도 네이버 인권경영의 주요 이해관계자인 파트너 및 서비스 이용자가 본 정책을 통해 네이버의 인권경영 기본원칙을 이해하고 실천할 수 있도록 지원
- 2024년에 이어 2025년에도 네이버 전 임직원을 대상으로 하는 기업과 인권 교육을 제공하여 인권경영 전반에 대한 임직원의 이해도를 제고하고, 실천의 공감대를 형성

인권경영 이해관계자 및 10대 기본원칙



임직원

네이버 경쟁력의
근간이자 기업과
함께 성장해야 할
주체



파트너

비즈니스의 시작과
완성을 함께하는
협력사



이용자

네이버의 서비스를
이용하며 가치를
공유하는 대상

- 1 아동노동 및 강제노동의 금지
- 2 차별 금지
- 3 직장 내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 금지
- 4 결사 및 단체교섭의 자유 보장
- 5 근로조건 준수
- 6 안전한 산업·근무 환경 보장
- 7 책임 있는 공급망 관리
- 8 고객·이용자 권리 보호
- 9 다양성, 형평성 및 포용성 존중
- 10 환경 보호 노력

인권경영

활동 및 성과

인권 리스크 관리

• 네이버의 임직원, 구매 파트너(협력사), 서비스 이용자, 지역사회 등 네이버 비즈니스 활동 전 단계에 걸쳐 직·간접적으로 영향을 받는 이해관계자 그룹을 파악하고 그룹별 중점관리 대상을 확인

인권 리스크 관리 프로세스

	사전조사➤	리스크 평가➤	리스크 조치 및 개선 과제 도출➤	개선 과제 실행➤	개선 과제의 효과성 평가
활동	• 이해관계자 인권 리스크 점검을 통한 중점관리 대상 판단	• 사업활동으로 인한 인권 위험과 영향이 큰 이해관계자를 대상으로 각 상황에 적합한 평가 툴을 활용해 실제적, 잠재적 영향이 큰 인권 리스크 식별	• 전 단계에서 식별된 리스크별로 완화를 위한 개선 과제 도출, 이행	• 유관 부서와 협업하여 식별된 리스크의 완화를 위한 개선 과제 실행	• 개선 과제 실행 이후, 타겟한 리스크의 경감 및 완화 여부를 파악
방안	• 인권경영 영역별 체크리스트 • 내외부 제보·신고, 상담 • 기타 채널	• 인권영향평가 • 제3자 평가 • 상세 조사 등			

2025년 주요 이해관계자별 인권 위험

주요 이해관계자	연관 인권 위험 예시 (선정 근거)	상세 리스크 평가 Tool
임직원	• 집단별 특성(성별, 국적, 장애 등) 기반 • 직장 내 괴롭힘 및 성희롱 관련 타사 사례 증가 • 일·가정 양립 저해 • 근로환경 및 조건 • 고충처리 접근성	• 조직문화진단/인권영향평가 • Integrity Survey
이용자	• 접근성 • 차별 • 프라이버시 • 아동 보호 • 보건과 안전 • 알 권리	• 서비스 인권영향평가 • 개인정보영향평가 • UGC 모니터링 프로세스 • 네이버 전 서비스 대상 접근성 진단 • 서비스 문제점 및 이용자 VOC 분석
파트너 (협력사)	• 근로환경 및 조건 • 조직문화	• 파트너 VoP 분석 • Green 파트너 대상 정기 공급망 ESG 리스크 평가 • 필요 기반 공급망 실사

인권경영

2025년 중점 개선 과제 이행 성과

- 2025년도 임직원 대상 인권영향평가 과정에서 취약집단을 대상으로 실시한 Focus Group Interview(FGI) 기반으로 도출된 리스크 완화 조치의 2025년도 이행 현황에 대해 점검하고, 타겟한 리스크의 경감 수준을 파악함
- 이행 조치 여부에 대한 내부 파악 후, 효과성 평가는 객관성의 담보를 위해 외부의 인권경영 전문기관에서 수행

2025년 중점 개선 과제 식별 성과

- 외부의 인권경영 전문기관과 함께 네이버에서 제공하는 서비스의 인권 리스크를 점검하기 위한 서비스 인권영향평가 툴을 개발하고, 주요 서비스를 대상으로 1차 평가를 실시한 후 1개 서비스를 선정하여 2차 심화 평가를 실시함
- 평가 결과, 즉각적인 조치가 필요한 고위험 리스크는 식별되지 않았으며, 서비스 접근권, 프라이버시, 아동 보호 등 6개 분야에서 리스크 완화를 위한 개선 과제 도출
- 도출된 개선 과제는 유관 부서와의 논의 및 협업을 통해 단기(2026년 연내), 중장기(1년 이상) 과제로 구분하여 이행 예정

교육을 통한 인권경영 인식 제고

- 네이버 임직원의 인권경영에 대한 인식 제고와 이행의 중요성 전달을 위해 지속적으로 인권경영 교육 콘텐츠를 제작하여 사내 교육 플랫폼 NAVER uni를 통해 네이버 전 임직원을 대상으로 제공

인권경영 교육 프로그램

• 2025년 임직원 인권 교육 “주요 기업의 인권경영 현황과 시사점”

교육 구성

IT 플랫폼 기업과 인권경영

국내외 타사의 인권경영 사례

우리에게 주는 시사점

• 2024년 임직원 인권 교육 “네이버 구성원이 꼭 알아야 할 인권경영”

교육 구성

인권경영이란?

네이버의 인권경영

고충처리 메커니즘

- 매년 말 진행되는 직장 내 성희롱·괴롭힘 예방 교육 및 장애인 인식 개선 교육은 다양한 포맷을 활용하여 효과적인 교육을 제공하고 있으며, 그중 리더 직급 이상 관리자를 대상으로는 별도의 오프라인 교육을 실시

인권경영

인권 고충처리 프로세스

- 인권 고충사항이 발생한 경우 임직원 및 이해관계자 누구나 회사에 신고 또는 상담할 수 있도록 다양한 인권 고충처리 채널 운영
- 신고·제보 또는 조직문화진단 등 다양한 고충채널을 통해 인권 관련 이슈가 확인되면, 고충관리 전담 부서에서 기초적인 사실관계를 확인하고 조사 필요 시 내부 전문가 조사를 통해 해결책을 도출하며, 해당 내용은 이사회 또는 위원회에 보고
- 사내 고충처리 조사 과정에서 필요하다고 판단될 경우, 특별지원대상자로 선정하여 1년간 무료 사내 심리상담 우선 예약 및 횟수 무제한 지원
- 처리 결과는 접수된 제보 채널을 통해 신고자에게 통지되며, 임직원 교육 및 제도개선 등 재발 방지 방안을 수립 후 실행하고, 지속적인 모니터링 수행

직장 내 괴롭힘·성희롱 관련 고충처리 프로세스



1) 익명으로 상담·신고할 경우 직접 실명을 밝히기 전까지 담당자도 접수자의 신원 확인이 불가능한 철저한 익명 보장 구조
2) 비밀이 누설되지 않도록 조사자는 조사에 참여하는 모든 관련인에게 사전 비밀유지 의무를 고지하고 비밀유지서약서를 수령. 비밀유지 의무를 위반할 경우 회사에서는 이를 근거로 징계 조치할 수 있음

이해관계자 대상 인권 고충처리 채널

kNock

- 사내 통합 채널인 'kNock'는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 채널로, 국·영문 지원
- 임직원이 kNock에 고충사항을 접수하면, 분야별 담당자가 문의사항에 대한 상세한 설명을 제공하고 나아가 회사의 제도나 기준의 개선점을 도출

With U

- 직장 내 괴롭힘·성희롱에 특화된 채널로 국·영문 지원
- 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 임직원은 With U를 통해 익명으로 신고할 수 있으며 채널을 통해 접수된 건은 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서에서 사실 확인 및 정식 조사를 수행

핫라인(Hotline)

- 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서의 직통 신고 및 제보 채널
- 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 임직원은 kNock, With U 등의 신고 채널을 통하지 않고도 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서에 직접 신고 및 제보를 가능하게 하는 핫라인으로, 접수된 건은 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서에서 사실 확인 및 정식 조사 수행

NVO 고충상담

- 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)'가 운영하는 고충상담 게시판으로 '근로자참여 및 협력 증진에 관한 법률'에 따라 설치
- NVO 근로자위원 중 3인이 운영하고 있으며, 일반 게시판을 통해 공개적으로 건의하기 어려운 고충을 접수하는 역할 수행
- 협의회 위원들은 접수된 고충을 경영진, 담당 부서 등에 전달하고 이를 바탕으로 사내 제도 개선 필요사항 논의

기업윤리상담센터

- 365일 24시간 운영되며 외부인을 포함한 이해관계자 누구나 네이버 및 계열사 임직원의 기업윤리 위반으로 발생한 인권침해 고충을 접수해 상담 가능한 채널로, 국·영문 지원
- 외부에서 기업소개 웹페이지를 통해 접근 가능
- 네이버 및 계열사 임직원의 지위를 이용한 부당한 요구, 기타 부정 또는 비위 행위 등에 대해 신고 및 상담 가능
- 2025년에는 총 24건의 제보가 접수되었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리
- 상담자의 신분 및 상담, 신고 내용은 관련 법령 및 사규에 따라 철저히 보호

협력사(구매 파트너) VoP 채널

- 전체 구매 파트너를 대상으로 상시 VoP(Voice of Partners) 서비스를 운영하여 네이버와의 거래 과정(업체 선정, 계약조건, 계약 종료 등)의 투명성과 공정성을 점검하고, 파트너의 고충 및 인권 관련 우려를 제기할 수 있는 채널로 활용

기업윤리상담센터

인권경영

목표관리

목표	지표	2025년 KPIs	달성 성과	세부 추진 목표		
				2026년	2027년	2030년
주요 이해관계자 대상 인권 관리체계	인권 리스크 관리 범위 확대	서비스(이용자) 인권 리스크 관리(1) • 네이버 제공 서비스 인권 리스크 점검 및 공개 • 확인된 실제·잠재적 리스크에 대한 개선 방안 도출 및 조치 이행	• 제3자 참여를 통한 객관적 서비스 인권 영향 파악 및 네이버 서비스 맞춤형 진단 툴 개발 완료 • 확인된 개선 과제 이행을 위한 유관 부서 미팅 및 협의 완료, 리스크 완화를 위한 개선 조치 진행 중	서비스(이용자) 인권 리스크 관리(2)	공급망 인권 리스크 관리	주요 이해관계자 대상 인권 리스크 점검 정례화 및 컴플라이언스 통합 리스크 관리체계 구축
				• 네이버 제공 서비스의 인권 리스크 점검 및 공개 • 확인된 실제·잠재적 리스크에 대한 개선 방안 도출 및 조치 이행	• 네이버 파트너사 대상 인권 리스크 점검 및 공개 • 확인된 실제·잠재적 리스크에 대한 개선 방안 도출 및 조치 이행	• 전 4개년 이행과제 성과 및 과제 효과성 평가 기반 체계 구축 및 운영 • 전 4개년 성과 기반 이해관계자별 리스크 통제 완화책 수립

공급망

네이버는 구매 파트너와의 관계를 단순한 거래 관계를 넘어 함께 성장하는 협력의 기반으로 인식하고, 공급망 전반에 걸쳐 지속가능한 생태계를 구축하기 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

공급망 내 환경·사회·윤리 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 ‘Green 파트너’ 제도를 운영하고, 구매 파트너 선정부터 계약 체결, 사후 관리에 이르는 전 과정에서 ESG 리스크를 점검하고 있습니다. 아울러 전자구매시스템 운영과 공정거래 4대 실천사항 준수를 통해 투명하고 공정한 거래 질서를 확립하는 한편, 금융·교육·경영 지원 등 실질적인 동반성장 프로그램을 통해 구매 파트너의 자생력과 ESG 역량을 함께 높여가고 있습니다.

앞으로도 구매 파트너가 네이버와 함께 지속가능한 성장을 이뤄갈 수 있도록 공급망 ESG 관리 체계를 지속적으로 고도화해 나가겠습니다.

관리 및 감독

- 이사회 내 ESG위원회에서 공급망 ESG 활동 성과 검토 및 심의
- 구매 부서장의 주관 하에 네이버 주요 계열사를 포괄하는 구매심의위원회를 매주 1회 운영하여 공정거래 및 동반성장 관련 주요 이슈 심의 및 점검
- 동반성장 및 법무 부서에서도 공급망 공정거래 리스크 관리와 주요 이슈 대응 지원

공급망 관리 조직도



* 네이버 주식회사 및 주요 계열사 포괄

정책 및 체계

공급망 ESG 리스크 관리

- 구매 파트너 선정, 계약 체결 전후 등 여러 거래 프로세스에서 ESG 리스크를 점검하여 공급망 ESG 리스크 관리 범위를 확장
- 네이버는 공급망 전반에서 발생할 수 있는 환경·사회·윤리 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 구매 파트너(협력사) 대상 ESG 리스크 평가 및 관리 체계를 운영 중
- 특히 'Green 파트너' 제도를 운영하여 공급망 내에서 ESG 리스크 영향도가 높은 구매 파트너를 Green 파트너로 선정
- 선정된 Green 파트너를 대상으로 연 1회 공급망 ESG 리스크 평가를 실시하고, 평가 결과에 따라 모니터링 및 개선 조치를 시행
- 구매 파트너 설문 기반 ESG 리스크 평가를 통해 리스크를 등급화하여 공급망 관리의 객관성과 일관성을 강화
- ESG 리스크 수준에 따라 구매 파트너 관리 우선순위를 설정하고 대응 유형을 구분하여 공급망 ESG 리스크 관리 효율성 강화
- 2025년에는 식음료, 시설관리, IT·통신 등 산업 특성을 반영한 ESG 평가 항목을 도입하여 산업별 리스크를 정밀하게 평가할 수 있는 기반 마련

공급망

공급망 ESG 리스크 관리 체계

시점	1. 구매 파트너 선정 시	2. 계약 체결 시	3. 계약 이후									
목적	구매 파트너 선정 단계에서 예비 구매 파트너의 ESG 리스크 사전 파악	네이버가 지향하는 공급망 ESG 방향성에 대한 구매 파트너의 이해와 동참 도모	네이버 공급망에서 비롯될 수 있는 ESG 리스크 사전예방과 구매 파트너의 ESG 경영 및 관련 이슈 대응 역량 지원									
리스크 관리 프로세스	예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트	지속가능경영 실천협약서 서명	공급망 ESG 리스크 평가 및 결과 기반 실사									
세부 운영 내용	• 신규 거래 등록 희망 회사는 계약 전에 파트너 등록 및 관리 시스템인 PATH (Partner Agreement Transaction Hub)의 ‘예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트’ 실시 예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트 기반 항목 - ESG 영역 관련 법률 - 네이버 윤리규범 Integrity Code - 네이버 지속가능경영 실천협약서 • ESG 성과가 우수한 파트너의 경우, 경쟁입찰에서 ESG 평가항목 우수 제안 시 가점 부여, 제안 요청 대상자 우선 고려 등 인센티브 제공	• 네이버 지속가능경영 실천협약서를 신규 계약 및 재계약을 포함하는 모든 계약 유형에서 요구 • 협약서를 통해 네이버의 구매 파트너에게 기대되는 인권·노동, 안전보건, 환경, 윤리 분야의 운영 관행을 제시하고, 서약	대상 선별 • 연간 거래 규모와 거래 빈도, 거래 지속성, 공급망 영향력, 지속가능성 측면 중요도, 네이버 사업 운영에서의 중요도 등에 기반해 공급망 내 ESG 영향도가 높은 구매 파트너인 ‘Green 파트너’를 우선적으로 식별하고 집중 관리함 • Green 파트너 대상 정기 ESG 리스크 평가를 실시하여 인권·안전·환경·윤리 4개 영역에서의 잠재·실제 리스크를 진단하고, 중대한 리스크 식별 시에는 개선할 수 있도록 조치 <table><tr><th>인권경영</th><th>안전보건</th><th>환경경영</th><th>윤리경영</th></tr><tr><td>강제노동 및 아동노동 금지 인도적 대우 / 근로조건 준수 제품 및 서비스 인권영향관리</td><td>산업안전 안전보건 교육 식품위생(해당 시)</td><td>온실가스 저감 순환경제 촉진 녹색구매</td><td>운영 투명성 / 개인정보보호 지적재산권 / 부패방지 법률 준수 / 정보 공개</td></tr></table> 리스크 평가 • 평가 결과에 따라 각 Green 파트너에 우수, 양호, 보통, 유의의 4단계로 구분된 리스크 등급을 부여하며, 각 등급은 구매 파트너의 ESG 관리 수준과 공급망 리스크 수준을 종합적으로 반영 • 각 영역별 법률 위반 사항이 확인된 경우는 ESG, 구매, 컴플라이언스 부서가 협력하여 위반 사항의 중대성, 공급망 영향도, 법적 리스크 등을 종합적으로 검토하여 최종 등급을 결정 모니터링 & 사후 조치 • Green 파트너별 확인된 개선 영역에 대한 지속적인 모니터링 수행 • 등급 정성 평가 결과 ‘중대한 위반사항’이 확인된 파트너를 대상으로 서면 질의, 비공개 미팅, 현장 실사 진행 • 평가 결과가 우수한 중소기업 Green 파트너를 대상으로 공정거래 협약사 선정 시 우선 고려 등 인센티브 부여 • ESG 리스크를 효율적으로 관리 중인 구매 파트너를 대상으로 ESG 지수 평가를 포함한 입찰 시 가산점 부여	인권경영	안전보건	환경경영	윤리경영	강제노동 및 아동노동 금지 인도적 대우 / 근로조건 준수 제품 및 서비스 인권영향관리	산업안전 안전보건 교육 식품위생(해당 시)	온실가스 저감 순환경제 촉진 녹색구매	운영 투명성 / 개인정보보호 지적재산권 / 부패방지 법률 준수 / 정보 공개	• 온라인 ESG 자가진단 상시운영 • ESG 컨설팅 프로그램 상시운영 • 개인정보보호 상담 및 컨설팅 프로그램 운영
인권경영	안전보건	환경경영	윤리경영									
강제노동 및 아동노동 금지 인도적 대우 / 근로조건 준수 제품 및 서비스 인권영향관리	산업안전 안전보건 교육 식품위생(해당 시)	온실가스 저감 순환경제 촉진 녹색구매	운영 투명성 / 개인정보보호 지적재산권 / 부패방지 법률 준수 / 정보 공개									

공급망

활동 및 성과

파트너 행동규범 체결

- 구매 파트너가 반드시 준수해야 할 지속가능경영(인권·노동, 안전보건, 환경, 윤리) 행동규범을 ‘지속가능경영 실천협약’으로 명문화
- 구매 파트너와의 신규 계약 및 재계약을 포함하는 모든 표준 계약 유형에서 네이버 지속가능경영 실천협약서를 요구하여 네이버와 파트너 모두가 지켜야 하는 ‘협약’으로 체결 중

지속가능경영 실천협약

**인권 경영**
모든 형태의 근로자의 인권을 보호하고 존엄성을 보장하여야 합니다.

**환경경영**
자연환경을 건강하고 깨끗하게 보존하기 위해 노력해야 합니다.

**안전경영**
모든 업무에 있어서 근로자의 안전 보건을 최우선으로 보장하여야 합니다.

**윤리경영**
현지 법규 및 ‘본 협약’을 준수하여 투명하고 신뢰받는 기업이 되어야 합니다.

1. 강제노동 및 아동노동 금지
강제노동, 착취 등 비자발적 노동과 아동 노동을 이용하지 않습니다.

2. 차별 금지 및 다양성 존중
근로자의 성별, 인종, 나이, 성적 지향, 성적체성, 출신 국가·민족, 장애, 결혼, 임신, 종교, 정치 성향, 노조 가입 여부 등을 이유로 채용, 승진, 임금 및 보상, 복리후생 등에서 근로자를 차별하지 않습니다.

3. 인도적 대우
직장 내 성희롱·성폭력, 정신적/육체적 강압, 괴롭힘, 공개적 수치심, 폭언을 포함한 일체의 괴롭힘 행위를 금지합니다.

4. 결사 및 단체교섭의 자유 보장
모든 근로자의 결사 및 단체교섭의 자유를 보장하며 노동조합 가입 및 결성 등을 이유로 부당한 처우나 차별을 하지 않습니다.

5. 근로 조건 보장
법규에 정의된 근로 일수, 근로 시간을 준수하고 임금 관련 법규를 준수합니다.

6. 제품/서비스 인권
동등한 접근성(Barrier Free) 등 제품/서비스의 인권 영향을 관리하며 개선을 위해 노력합니다.

1. 에너지절감
사업장의 에너지 소비량을 관리하고, 이를 절감하기 위한 노력을 실천합니다.

2. 온실가스저감
사업장의 온실가스 배출량을 관리하고, 이를 저감하기 위한 노력을 실천합니다.

3. 순환경제 촉진
사업에서 발생하는 폐기물을 저감하고 친환경 포장재 사용을 위한 노력을 실천합니다.

1. 산업안전
근로자의 잠재적 안전 위험요인을 제어하기 위해 주기적인 모니터링을 시행합니다.

2. 긴급상황대응
발생 가능한 모든 위험상황과 사고를 사전에 파악, 평가, 통제합니다.

3. 재해관리
근로자에게 육체적/정신적 위해가 발생할 수 있는 작업에 노출됨에 따르는 위험을 파악, 평가, 통제합니다.

4. 안전보건 교육
근로자를 대상으로 적절한 안전보건 교육 및 안전정보 공유를 시행합니다.

1. 운영투명성
정직한 거래활동을 위하여 위법, 반부패, 부당한 담합행위 등을 하지 않습니다.

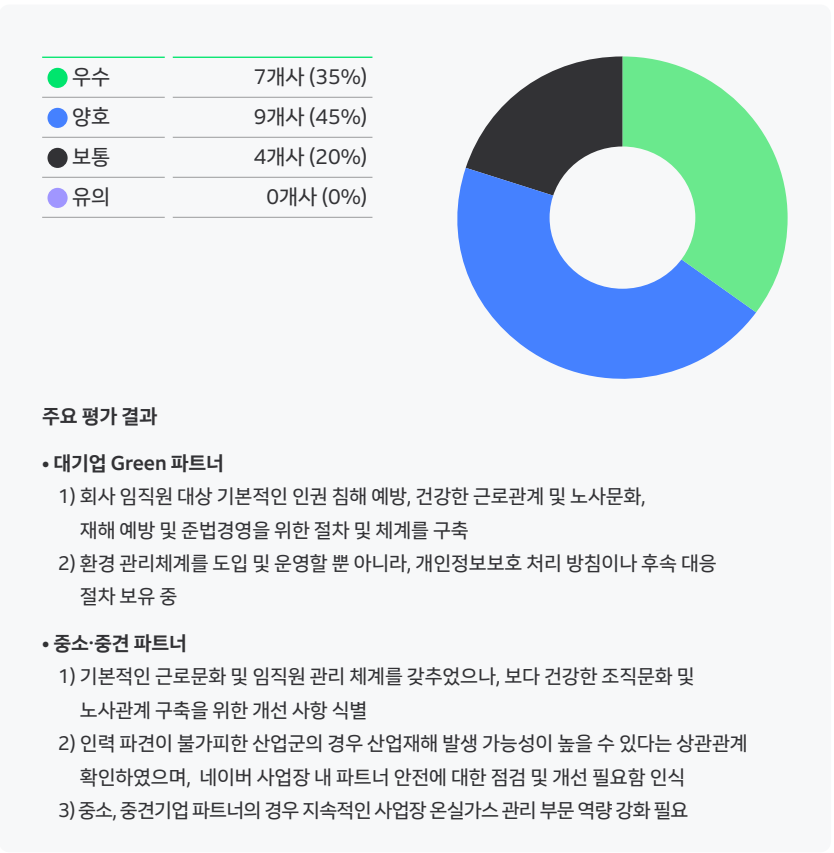
2. 개인정보보호
개인정보의 수집, 보관, 처리 및 공유에 있어서 ‘위탁자’의 개인정보 처리방침과 정책을 준수하여 개인 정보를 합리적인 수준에서 보호합니다.

3. 지적재산보호
기술 및 노하우의 이전 시, 지적재산권을 보호하는 방식으로 이루어집니다.

2025년 정기 ESG 리스크 평가

- 평가 결과 분석 후 각 Green 파트너에 결과를 고지하고, 개선 가능한 영역에 대한 안내 진행
- 전 Green 파트너에서 추가적인 실사가 필요할 것으로 판단되는 중대 위반사항은 확인되지 않음
- 주요 평가 결과 기반 네이버 구매 파트너 맞춤형 ESG 부문 지원 확대 및 효과적인 지원 수단 검토

파트너 ESG 평가 등급 현황



공급망

공정거래 및 지속가능경영 문화 확립

조달·계약 단계의 공급망 안전보건 관리 강화

- 계약 단계에서 공급사 안전관리 역량을 사전 점검하고, 법적 의무 준수 및 현장 관리 체계를 강화하여 산업재해를 예방

공급망 안전보건 관리 강화 방안

구분	목적	내용
적격수급인 평가제도 운영	안전보건 역량을 갖춘 공급사와의 계약을 통한 사업장 내 산업재해 예방	• 위험작업이 수반되는 계약 체결 전 공급사의 안전보건관리 수준을 사전 평가하여 적격 여부 판단(평가항목: 안전보건계획·실적, 안전보건관리규정, 산업재해율확인서)
산업안전보건관리비	안전보건 관련 법적 의무 이행 및 적정 비용의 집행	• 건설공사, 사업장관리 용역 등 안전관리가 필요한 계약 체결 시 안전관리비 반영 • 안전보건관리비 사용기준 및 집행 내역 주기적인 확인 및 검토

공정거래 질서 확립

- 구매 파트너와의 합리적이고 공정한 거래를 위해 거래 전 과정에 걸쳐 전자구매시스템을 활용
- 공정거래위원회가 제정한 ‘하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항’을 도입 및 준수하여 구매 파트너 대상 부패 상황 방지
- Voice of Partners(VoP) 등 직접적인 의견 청취 채널과 제보 채널을 운영하여 구매 파트너의 의견을 적극적으로 청취하고 지속적인 개선 방안을 마련

공정거래 질서 확립 노력

전자구매시스템 운영	• 입찰을 원칙으로 거래회사를 선정하여 구두 발주 및 부당한 발주 취소 등을 사전에 예방하고, 거래의 투명성과 공정성을 확보하기 위해 입찰 단계부터 계약, 대금 지급에 이르기까지 거래 전 과정을 전자구매시스템으로 진행
4대 실천사항 준수	• 합리적이고 공정한 하도급 거래 관행 구축을 위해 공정거래위원회가 제정한 ‘하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항 (계약 체결, 구매 파트너 선정 및 운용, 내부 심의위원회, 서면 발급 및 보존)’을 도입하여 준수
구매 파트너 의견 청취 채널 운영	• 거래회사 및 제안 참여사를 대상으로 설문을 진행하여 의견을 청취하는 VoP(Voice of Partners) 제도 • 구매 파트너 대상 프로그램 및 상생 협력 요청·제안 창구인 파트너스 라인 채널 • 구매 계약 시 발생한 분쟁에 대한 조정을 신청할 수 있는 분쟁조정 창구 • 임직원 부정행위·부당요구 등 기업윤리 위반 행위 신고 창구인 기업윤리상담센터 운영

VoP 운영 현황(2025년)

- 전체 구매 파트너 대상으로 상시 VoP(Voice of Partners) 서베이를 실시하여 네이버와의 거래 과정(업체 선정, 계약 이행, 계약 종료 등)이 투명하고 공정하게 운영되는지 점검

설문 수	1,983
설문 응답 건수	834
불만 의견 건수	4
불만 의견 대응률	100% ¹⁾

1) 불만 의견으로 파악된 4건의 경우 1건은 구체적 사실관계를 문의하였으나 응답자의 무응답으로 종결, 3건은 조치 완료됨

공급망

동반성장

주요 지원 활동

- 공급망 내 구매 파트너인 소규모 기업의 자생력 제고와 파트너사 임직원 복리후생 강화에 초점을 두고 경영, 교육, 복리후생, 판로 지원 등 차별화된 구매 파트너 지원 프로그램을 제공
- 2025년 불공정 행위를 예방하고 상생 협력을 촉진하기 위해 중소기업 구매 파트너와 체결하는 자율적 협약인 ‘공정거래협약’을 134개 파트너사와 체결
- 특히 2025년에는 파트너 임직원들의 업무 역량 강화를 위해 AI 활용 교육 등 오프라인 교육을 진행함
- 파트너의 경영 환경 안정화를 위한 저리 자금대출 지원 재원인 상생펀드 규모를 확대함

동반성장지수 평가

- 동반성장지수 평가에서 인터넷 플랫폼 업계 최초로 9년 연속 최우수 등급 달성

동반성장지수 평가



9년 연속 ‘최우수’

인터넷 플랫폼 업계 최초

동반성장 지원 프로그램

금융 및 판로 지원	2024년 10월, 동반성장위원회와 ‘양극화 해소를 위한 ‘협력기업 생태계 강화 협약’을 체결하여 향후 3년간 총 2,400억 원 규모의 협력 중소기업 생태계 강화를 위한 동반성장 지원 프로그램을 운영 - 구매 대금 청구계산서 발행일로부터 10영업일 이내 100% 현금 지급 → 휴일 포함 평균 7.0일 소요 - 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급 235억 원 규모의 상생 펀드 조성을 통해 시중가보다 낮은 금리로 자금 대출 지원 → 총 47개사에 지원 중(2026년 3월 기준) - 해외서비스 대상 국내 구매 파트너 소개 및 해외법인과의 직접 계약 지원을 통한 해외 판로 지원 활동 전개 - 중소 구매 파트너의 국내 판로 개척 지원을 위한 구매상담회 참가, 지자체 및 공공기관과 지역 SME(중소기업) 온라인 지원 협약 체결 - 중소벤처기업부 주관 민관공동기술개발사업 참여하여 중소 구매 파트너의 기술개발 관련 사업비 지원 - 공정거래 협약사 기술 임치 수수료 지원
경영 지원	- 노무·법률 무료 온라인 상담 제공 - 공정거래 협약사 생산성 혁신을 위해 ESG 혁신을 포함한 전문 경영 컨설팅 제공 → 협약사 10개사 - 노무·인사/안전·환경 등 파트너 니즈에 맞게 특화된 ESG 경영 심화 컨설팅 지원 - 파트너사가 자체적으로 개인정보보호 수준 점검하고 시스템 개선을 할 수 있도록 상담 및 컨설팅 제공 (상담 및 컨설팅 포함 총 17개사) - 구매 파트너 구인 활동 지원을 위한 온라인 전용 채용관 운영 및 각종 채용박람회 참석 지원 - 구매 파트너 재택·원격 근무 환경 구축 지원을 위해 비대면 협업 솔루션 시중가 대비 할인 제공
교육지원	- 구매 파트너 소속 임직원을 대상으로 상시 온라인 교육과정(법정 필수 교육 포함) 제공 → 2025년 114개사, 누적 수강생 수 23,957명¹⁾ - SME 파트너 대상 네이버 비즈니스 스쿨 상 경영 관련 교육 프로그램 제공 → 총 677개 강좌 제공, 누적 수강생 수 591,492명²⁾ - 파트너 임직원 업무 역량 향상을 위한 지원으로 오프라인 교육 제공(AI 활용, 엑셀 활용) →46개사, 73명
복리후생지원	- 네이버 임직원 적용 단가와 동일 단가로 이용가능한 복리후생 프로그램(건강검진 등) 지원 - 조사 시 장례 물품 지원 - 자사 사업장 상주 협력사 임직원 대상 식대 지원 → 2025년 연간 985명, 약 4.9억 원 규모 지원

1),2) 중복 포함

구매 파트너 ESG 지원

개인정보보호 상담/컨설팅

- 개인정보처리 관련 내부 전문 인력이 부족한 네이버의 중소기업 파트너가 개인정보보호 관련 법령을 준수하고 안전하게 사업 활동을 이어갈 수 있도록 간단한 개인정보보호 관련 자문을 구할 수 있는 온·오프라인 상담 프로그램 및 네이버 개인정보보호 부서 Data Protection & Privacy(DPP) 소속 담당자가 파트너사를 방문하여 개인정보보호 체계를 점검하고 최신 법령 가이드라인을 제공하는 컨설팅 프로그램을 진행
- 2025년 상담 프로그램은 9개사, 컨설팅 프로그램은 8개사 참여
- 지난 2년 동안의 구매 파트너의 높은 만족도 결과를 바탕으로, 중소기업의 사업 환경을 고려한 실효성있는 프로그램이 될 수 있도록 발전해 나갈 예정

윤리경영 지원

- 부패 리스크가 높은 파트너사에 적용해야 할 실사(Due Diligence)의 대상과 방법을 구체화하고, 협력사의 반부패 기준을 강화하기 위해 2024년부터는 파트너사 대상 ESG 리스크 평가 문항에 ‘반부패 관련 법규 위반 여부’ 문항 추가

공급망

파트너사 안전보건 관리

- 구매 파트너사 소속 임직원의 안전하고 건강한 근무 환경 조성을 위한 안전보건 사업 및 주기적인 점검·관리

안전보건 관리 프로그램

안전보건 사전평가

- 도급·용역·위탁 계약 체결 전 공급회사의 산업재해예방을 위한 안전보건 수준을 평가하고, 그 충족 여부 판단
- 안전보건계획·실적, 안전보건관리규정, 산업재해율확인서 등을 통해 안전보건수준 확인 및 적격 평가 실시

안전보건 소통

- NAVER 사업장 내 구매 파트너와 안전보건 관련 사안을 소통하기 위한 협의체를 운영하고, 현장점검을 운영
- 안전보건 동향 및 제도, 사업장 유해·위험정보 및 관리방안 등을 논의하여 쾌적하고 안전한 근무 환경 조성

안전보건 문화

- 안전보건관리체계의 구축 및 이행사항 확인
- 재해 발생 시 재발방지 대책 수립 및 이행 확인
- 안전보건 관계법령에 따른 의무이행에 필요한 관리조치

목표관리

2025년 KPIs		2026년 KPIs	
지표	달성 성과	지표	세부 추진과제
공급망 지속가능성 정책 및 공급망 관리체계 구조화	• ‘공급망 지속가능성 정책’ 개정을 통해 공급망 지속가능성 관련 활동 범위 확대 및 반영 • 구매규정을 산업에 따라 세분화하여 산업환경을 고려한 공급망 관리 정책 수립	공급망 ESG 평가 대상 비중 확대 (구매 금액 기준)	• 네이버 구매 거래 금액 50% 이상 회사를 Green 파트너로 관리
		환경친화적 구매 실행력 강화	• 환경친화적 구매 지침 개정 및 구매 정책 내 위치 개편
공급망 ESG 리스크 심층 분석 및 분석 결과 기반 ESG 평가 고도화	• NAVER 공급망 구조 특성 기반 산업 특화 고위험 리스크 파악 • 고위험 산업군별 평가문항 세분화	동반성장지수 평가 최상위 등급 획득	• 동반성장지수 평가 10년 연속 최우수 달성 • 지속적인 공정거래 실천 및 파트너 상생 프로그램의 확대
구매 파트너 ESG 역량 지원 프로그램 확대	• 파트너별 희망 맞춤형 심화 프로그램(ESG 연관 사업 영역 인증 지원, 온실가스 배출량 산정 및 검증 등) 확대 제공	파트너 역량 개발 및 지속가능경영 기반 강화 지원	• 파트너 임직원 실무 역량 향상을 위한 교육 및 파트너 경영 환경 개선을 위한 컨설팅 연 최소 6회 이상 진행

공급망

파트너와 함께 만든 협력의 장, 2025 파트너스 데이

Case Story

- 2025년 파트너스 데이는 네이버 공급망을 구성하는 구매 파트너와의 소통 확대 및 협력 경험 공유를 목적으로 총 2회 개최
- 네이버와의 협력 방향성, 동반성장 전략 등 파트너 주요 관심 주제에 대한 질의응답을 중심으로, 파트너 간 네트워킹 및 네이버와의 직접 소통 프로그램 운영
- 행사 내 구매 담당자 Meet up 세션을 통해 네이버 구매 조직 구조 및 협력 방식 소개, 사전 접수된 질의에 대해 구매 담당자가 직접 답변하는 방식으로 운영
- 전체 참가자의 43%가 사전 질의를 제출하며 높은 참여도 확인
- 건축 구매, IT 구매, Shared Service 구매 등 구매 조직별 역할을 설명하고, 공정거래위원회 표준계약서를 기반으로 한 거래 원칙 공유
- 10년 이상 거래를 지속한 구매 파트너 31개사를 통해 장기 협력 관계의 의미 재확인
- 파트너 사례 발표 세션을 통해 네이버와 구매 파트너 간 협업 기반 성장 사례를 파트너가 직접 발표 및 공유
 - A사: 플랫폼 서비스 협업을 통한 신규 서비스 구축 및 시장 점유율 20% 이상 확보 성과 도출
 - B사: ESG 프로그램 참여를 계기로 사업장 LED 조명 전환 및 개인정보 보호 관리 강화 등 내부 운영 개선 추진
 - C사: 장기 협력 관계를 기반으로 서비스 규모 확대, 초기 대비 약 20배 성장 성과 달성
- 참여 파트너사를 대상으로 경영 지원 컨설팅, 무료 법무 상담, 금융 지원, 개인정보 보호 컨설팅 등을 통한 경영 역량 강화 및 입찰 경쟁력 제고 경험 공유, 프로그램 적극 활용 및 참여 필요성 제시
- 2025 파트너스 데이를 통해 네이버와 파트너 간 실제 협력 사례 및 인사이트 공유, 상생 기반 공급망 협력 체계 강화의 계기 마련



사회공헌

네이버는 플랫폼이 만들어내는 경제적 가치가 더 많은
이들에게 고루 닿을 수 있도록, 사회공헌을 네이버의 기술과
서비스를 사회와 연결하는 통로로 여기고 있습니다.

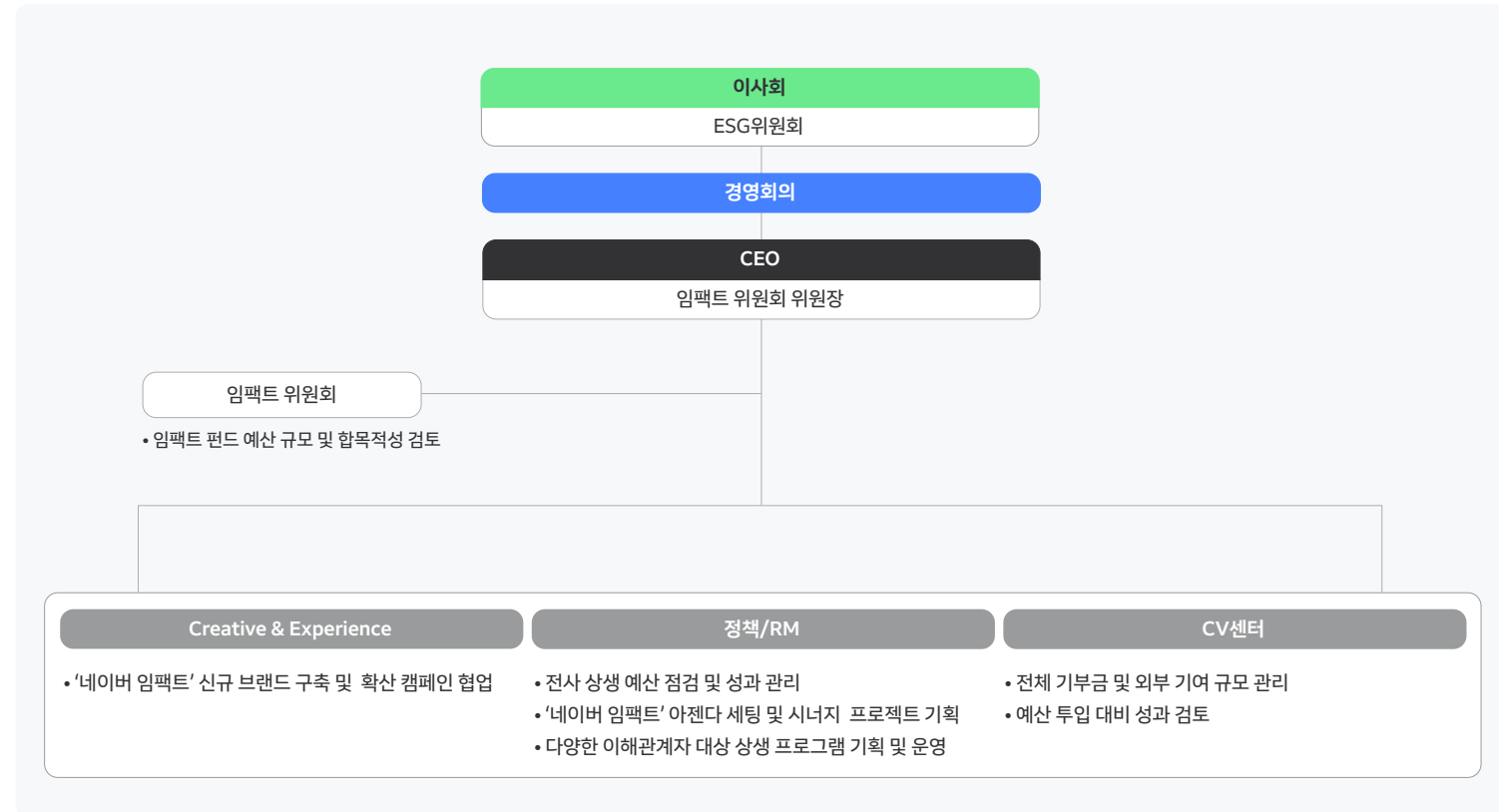
AI 전환이 가속화되는 환경 속에서 기술 접근성의 격차가 새로운 불평등으로 이어지지 않도록, 소외 지역과 취약계층을 포함한 모든 이가 AI를 일상의 도구로 활용할 수 있는 교육 환경을 조성하고 있습니다. 아울러 성장 가능성은 충분하지만 자원이 부족한 SME와 창작자가 네이버의 플랫폼과 기술 노하우를 바탕으로 실질적인 성장을 이룰 수 있도록 지원하는 한편, 임팩트 위원회-펀드-런처로 이어지는 사회공헌 체계를 갖추어 보다 지속적이고 구조적인 사회적 가치 창출을 도모하고 있습니다.

앞으로도 네이버의 기술과 서비스가 사회 곳곳에서 더 나은
가능성으로 이어질 수 있도록, 사회공헌 활동의 범위와 깊이를
꾸준히 넓혀 나가겠습니다.

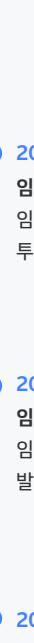
관리 및 감독

- 2024년 9월 CEO 직속 네이버 임팩트 위원회 구성
 - 기부금·외부 기여 비용에 대한 기획, 커뮤니케이션 전략, 성과분석, 의사결정 지원을 위한 관리체계 수립
 - 거버넌스(임팩트 위원회) - 재원(임팩트 펀드) - 실행 프로그램(임팩트 런처)을 기반으로 임팩트 펀드의 효과적인 배치를 위한 의사결정, 비즈니스 파트너 지원 프로젝트 공모 실행 등
- 팀네이버 차원의 사회적 책임과 임팩트 확산 거버넌스 구축

사회공헌 의사결정 체계



임팩트 펀드 Timeline

- 
- A vertical timeline with a light gray background. A thin vertical line runs down the center. Four blue circular markers are placed at intervals along the line. To the right of each marker, a date is written in blue, followed by a list of events in black text.
- 2024.09**
 - 임팩트 위원회
 - 의사결정 회의체
 - 2024.11**
 - 임팩트 펀드
 - 임팩트 프로젝트
 - 투입·산출 자원
 - 2025.06**
 - 임팩트 런치
 - 임팩트 프로젝트
 - 발굴·지원
 - 2025.11**
 - DAN25를 통해 대표 브랜드인 '네이버 임팩트' 공개
- NAVER IMPACT**

NAVER IMPACT

사회공헌

정책 및 체계

사회공헌 정책

- 2024년 6월 최고경영진의 승인 하에 사회공헌 정책 제정
- ‘사회적 연결을 통한 성장’이라는 비전을 기반으로 목적 및 목표, 추진 방향, 책임 및 감독, 기본 원칙으로 구성된 사회공헌 정책 공개

기본 원칙

1) 기부금 정의	협찬금, 후원금 등 명칭을 불문하고 네이버가 반대급부 없이 개인 또는 단체에 제공하는 금액을 ‘기부금’으로 정의
2) 기부와 후원 원칙	네이버에서 제공하는 모든 기부와 후원은 윤리적 방식으로 운영하며, 국내외 법상 금지되는 후원 및 정치 목적의 기부금은 제공 금지
3) 기부금 집행	기부와 후원의 집행 결정은 위임전결 규정에 따라 보고하고 승인하는 절차를 거쳐야 하며, 집행된 기부와 후원을 증빙할 수 있는 자료(영수증 등) 수령 및 보관
4) 정보 공개	네이버가 집행한 기부와 후원은 사업보고서, 통합보고서 등을 통해 정기적으로 대외에 투명하게 공개
5) 리스크 관리	기부금이 사회공헌 목적 외 정치적 기부 및 뇌물 등 다른 용도로 인식될 수 있는 리스크를 예방할 수 있도록 관리·감독

임팩트 펀드

- 팀네이버의 기술, 서비스, 사업을 통해 사회 구성원들의 다양성과 성장, 지속가능성을 강화하는 데에 기여하기 위한 재원으로 ‘임팩트 펀드’를 조성(2025~2030년, 6년간 약 1조 원 규모)
- 임팩트 펀드는 AI 등 기술 접근성 강화 및 기술 생태계 외연 확장에 기여하는 ‘테크 임팩트’, 사업자·창작자의 지속가능한 비즈니스 환경을 조성하는 ‘비즈니스 임팩트’, 지역사회와의 협력을 기반으로 커뮤니티가 직면한 문제 해결을 돕는 ‘커뮤니티 임팩트’의 세 가지 축으로 운영
- 2025년 임팩트 펀드는 테크 임팩트 영역 229억 원, 비즈니스 임팩트 영역 1,035억 원, 커뮤니티 임팩트 영역 157억 원으로 총 약 1,420억 원 집행

2025년 임팩트 펀드 집행 내역

네이버 임팩트 펀드 2025년 총 약 1,420억 원 집행		
Tech Impact 229억 원	Business Impact 1,035억 원	Community Impact 157억 원
AI 활용 교육 사업 (커넥트재단)	창작자 보상 (블로그, 클립, 카페, 지식인, 치지직 등)	온라인 기부 플랫폼 운영 (해피빈)
AI 헬스케어 솔루션 연구 지원 (헬스케어연구소)	사업자 글로벌 진출 및 투자 생태계 연계 지원 (라운드업리그)	지역사회 기부
스타트업 지원 (클라우드, D2)	사업자 비즈니스 솔루션 지원 (성장마일리지, SME 광고주 성장 프로그램)	
사업자 AI 도구 활용 확산 캠페인 (AI RIDE)	사업자 교육 및 공간 인프라 지원 (네이버 비즈니스 스쿨, 네이버스퀘어)	
	팀네이버 신규 임팩트 과제 발굴 (임팩트 런처)	

사회공헌

활동 및 성과

프로젝트 꽃(2016~2024) > 네이버 임팩트(2025~)

- 2016년 ‘프로젝트 꽃’ 발표를 통해 플랫폼 생태계 다양성 확대를 추진하며, SME·창작자들이 네이버의 기술과 서비스를 활용해 새로운 비즈니스 기회를 창출할 수 있도록 다양한 기술 도구 및 성장 지원 프로그램 마련
- 2025년, ‘프로젝트 꽃’이 만들어 온 성장을 더욱 다양한 영역으로 확대하며 기술의 변화가 유발하는 격차 확대 문제를 해소할 수 있도록 팀네이버의 역량을 한데 모으는 ‘네이버 임팩트’ 신규 론칭
- ‘네이버 임팩트’는 네이버의 기술·플랫폼이 팀네이버 참여 주체 각자의 역량 확대와 삶의 문제 해결에 기여하고, 이것이 사회적 가치 창출과 생태계의 성장으로 이어지는 ‘물결효과’ 지향
 - Creative Wave: AI 시대에 창작자들의 가치가 정당하게 인정받고 지속적으로 성장할 수 있도록 지원
 - AI Wave: 누구나 AI를 활용하고 새로운 기회를 얻을 수 있도록 빠른 AI 전환 지원
 - Local Wave: 로컬의 고유함을 담은 브랜드와 콘텐츠가 확산되도록 오프라인 생태계 강화
- 2025년에는 사업자·창작자 성장 체계를 고도화하는 한편, ‘AI’와 ‘로컬’에 집중해, AI의 빠른 확산에 따른 기술 소외 해소를 위한 AI 리터러시 확대 프로그램 및 기술 발전으로 인한 지역 소외 심화 방지를 위한 로컬 가능성 발굴 프로젝트 진행

네이버 임팩트 연혁

프로젝트 꽃 시작

↓

네이버 임팩트 발표

↓

	2016 >	2017 >	2018 >	2019 >	2020 >	2021 >	2022 >	2023 >	2024 >	2025
기술 및 서비스		• AiTEMS • 튜레이더 • 크리에이터스튜디오	• 비즈어드바이저 • 쇼핑챗봇 • AiRSPACE	• 동네시장 장보기 • 네이버 주문 • 네이버예약 매장결제 • 스마트플레이스 & 예약 통합 앱 출시 • 영수증리뷰 • 지식iN 익스퍼트	• 쇼핑라이브 • 네이버멤버스십 • 클로바케어콜 • 클로바노트 • 클로바더빙 • 크리에이터 어드바이저 • 제페토스튜디오	• NFA • 키워드 리뷰 • 정기구독 • 프리미엄콘텐츠 • 웹툰 AI페인터	• AI검색 에어서치 • 커머스솔루션마켓 • 익스파يدر • 브랜드 커넥트 • 네이버도착보장(現 N배송)	• 하이퍼클로바X 공개 • 클립(숏폼) 론칭 • 로컬검색 고도화	• 치지직 정식 론칭 • 지도 다국어 지원 • 네이버플러스스토어 • On-Service AI 발표 • AI 광고 솔루션 ADVoost 공개	• 방한 외국인 대상 지도 캠페인 BE LOCAL WEEK 진행 • AI 브리핑 도입 • 사잇돌대출에 'Npay 스코어' 도입 • 클립 프로필 도입 • 웹툰 숏폼 애니메이션 '컷츠' 배포
지원 프로그램		• 분수펀드 공개	• D-커머스 프로그램 • D-커머스 리포트	• 스타트제로 수수료 프로그램 시작	• 빠른정산 • 스마트스토어 사업자 대출 • 네이버금융지원 센터 오픈	• SME 풀케어시스템 • D-플레이스 리포트 • 테크핀 리포트 • 네이버페이 수수료 인하	• 반품안심케어출시 • 스마트플레이스 사업자 대출	• SME브랜드런처 • 브랜드부스터 • AI RIDE 커머스솔루션마켓 • 나란히가게(상생관) 오픈	• 클립 크리에이터 모집 • 크리에이터런처 X 프리미엄콘텐츠 • AI RIDE HCX 공모전 • 안심보장 프로그램	• 성장 마일리지 공개 • 팀네이버 임팩트 확산·발굴 프로그램 '임팩트 런처' • 투자 연계·글로벌 지원 '라운드업 리그' • 크리에이터런처 X 클립 • AI RIDE ADVoost

사회공헌

Tech Impact - AI, 커넥트재단

네이버 커넥트재단

- 네이버 공익 목적 교육사업을 위해 설립된 독립적 비영리기관으로, 디지털 기술 기반 교육 모델 및 플랫폼 제공을 통해 누구나 양질의 교육 기회를 누릴 수 있도록 지원
- 전 연령층 대상 소프트웨어 교육 및 기업 현장 맞춤형 인재 양성 등 평생교육을 통해 개인의 지속적 성장·발전 도모
- 2023년, 10여 년간의 활동을 집약한 ‘네이버 소프트웨어 에듀 리뷰’ 발간을 통해 재단의 사회공헌 활동 및 소프트웨어 교육 성과 공유
- 2025년 교육 목표로 일상 속 ‘AI 생활력’ 함양 설정

전 국민 AI 교육	• 네이버 커넥트재단의 모든 교육을 AI 중심으로 개편 • 인공지능 시대를 살아가는 데 필요한 정보 제공 및 AI 일상화 교육 실시
미래세대 교육	• 과학기술정보통신부 산하 정보통신산업진흥원 미래채움 사업을 연계하여 경력단절여성 대상 교강사 늘봄 AI 교육 제공 • 교사 연구회를 통해 교과 연계 AI 교육 모델 연구 및 우수 사례 발굴·확산 • 엔트리 챌린지를 통한 창작 활동 지원 • UN SDGs ‘식량 안보’ 주제로 열린 ‘청소년 글로벌 로보틱스 챌린지’ 국내 본선 대회 후원
성인 AI 교육	• 누구나 AI를 활용하여 생산성을 높일 수 있도록 ‘AI 교육 캠페인’ 확대 • AI 리터러시 콘텐츠 제작 및 ‘CONNECT ON:’ 프로그램 신설 • AI 네이티브 엔지니어 인재 양성 및 공공 부문 AI 전문 인력 양성 등 교육 대상 확대 • 글로벌 인재 양성 프로그램 ‘네이버 베트남 AI 해커톤’ 진행
AI 생활력 캠페인	• AI 정보 제공 및 체험 기회 확대를 위한 AI 챌린지 진행 • 기존 SEF(Software Edu Fest) 행사를 온라인 이벤트로 개편

미래세대 교육

- 네이버 커넥트재단은 소프트웨어 의무교육 시행 이전인 2014년부터 ‘소프트웨어야 놀자’ 캠페인을 통해 소프트웨어 교육의 중요성을 알리고, 코딩 교육 플랫폼 ‘엔트리’를 통해 아이들이 즐겁게 소프트웨어를 배우고 창의력을 기를 수 있는 환경을 조성하는 등 공익사업을 통해 미래세대 교육 격차 해소에 기여

미래세대 교육 운영 체계 및 성과

소프트웨어야 놀자

엔트리

주요사업	설명	누적 수혜자	취약계층/소외 지역 지원 프로그램		
			프로그램명	의미	2025년 성과
소프트웨어야 놀자	• 인공지능(AI)과 데이터의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공 • 교재 콘텐츠를 통해 소프트 웨어를 쉽고 편리하게 배우고 가르칠 수 있는 환경 조성	• 수혜 교사 수: 73,342명 수혜 학생 수: 112,953명 소프트웨어야 놀자 누적 회원 가입자 수: 8만 명	• 오픈클래스	• 온라인 오픈클래스를 통해 경력단절여성 SW, AI 교육 역량 강화 지원	• 수혜 경력단절여성 수: 6,867명
			• NIPA 미래채움 강사 AI교육 연수	• 교육기회가 적은 지방 지역 우선으로 AI 강사 연수를 제공하여 소외 지역 학생들이 AI 교육을 받을 수 있도록 제공	• 수혜 강사: 483명 • 수혜 학생: 17,471명
			• 교사 연구회	• 특수교육 대상자와 일반학생이 함께 배우는 ‘모두를 위한 AI 교육’ 운영 • 2025년 서울시교육청 업무협약을 통해 초등학교 20교 대상 교육 진행	• 수혜 교사: 40명 • 수혜 학생: 3,071명
엔트리	• 소프트웨어 교육을 위한 온라인 플랫폼 • 학습, 창작, 공유와 협업을 위한 다양한 톨 제공	• 월평균 이용자 수: 100만 명 • 회원 가입자 수: 560만 명	• 넥스트 챌린지	• AI에 도전하고 경험할 수 있는 기회를 개인뿐 아니라 공교육에서 활용할 수 있도록 프로그램 개편	• 참여자: 약 10,000명

사회공헌

성인 SW 교육

- IT 분야 핵심기술 및 집중 학습이 가능한 다양한 성인 대상 프로그램을 운영 중이며, 특히 AI, Data Science 등 실제 기업의 수요가 높은 기술 영역의 실무 역량을 갖추도록 지원함으로써 다양한 대상자들의 취·창업에 기여

성인 SW 교육 프로그램 운영 체계 및 성과

주요사업명	설명	누적 수혜자	취약계층/소외 지역 지원 프로그램		
			프로그램명	의미	2025년 성과
부스트캠프 (웹·모바일, AI Tech)	• 자기주도적 학습 경험을 제공하여 개발자에게 필요한 경험과 스킬을 양성하는 IT 분야 우수인재 양성 교육 프로그램 • 다양한 IT 기업과 수료생을 연계하여 개발자로서 커리어를 시작할 수 있도록 지원	• 수료자 수: 3,151명 (웹·모바일: 1,407명 AI Tech: 1,744명)	부스트캠프 웹·모바일	• 현장에 필요한 웹·모바일 분야 소프트웨어 개발자 양성	전체 수료자 수: 162명
				• 프리코스 온라인 강좌 운영 수혜자 확대 (웹/모바일)	수혜자 수: 777명
			부스트캠프 AI Tech	• IT 현장에서 부족한 AI 엔지니어를 양성하여 사회적으로 기여	전체 수료자 수: 158명
				• 프리코스 온라인 강좌 운영 수혜자 확대 (AI/Tech)	수혜자 수: 10,373명
부스트코스	• AI, 데이터 사이언스, 컴퓨터 과학 기초, 웹, 모바일 등 IT 분야의 핵심기술을 실습으로 배워 실무 역량 및 스킬을 습득할 수 있는 온라인 실무 역량 향상 프로그램 • 일상에서 AI 생활력을 키우는 AI 리터러시 교육 프로그램 제공	• 수강생 수: 66만 명	CONNECT ON: (구 코칭스터디)	• 소프트웨어 입문자들이 쉽게 교육을 시작하도록 돕는 온라인 학습 캠페인 • 상대적으로 SW 분야에서 소외계층인 여성 비율을 높이는 데 장기적으로 기여 • AI 핵심 개념과 인간 중심적 사고를 중심으로 실제 AI 활용 사례를 통해 업무 생산성을 높일 수 있도록 돕는 AI 교육 캠페인	전체 교육생 수: 12,620명 여성 수료자 수: 7,957명 (경력단절여성 1,869명)

모두를 위한 교육

- 누구나 쉽게 소프트웨어 교육에 대한 정보를 얻을 수 있도록 여러 채널을 통해 다양한 IT 교육 자료 제공

모두를 위한 교육 프로그램 운영 체계 및 성과

주요사업명	설명	2025년 성과
AI 생활력 캠페인	• 일상에서 AI를 이해하고 경험할 수 있는 챌린지 이벤트	참가자 수: 126,266명
칸아카데미 (Khan Academy)	• 세계적 수준의 교육을 누구에게나 제공하는 온라인 무료 교육 서비스로 2016년부터 네이버 커넥트재단이 아시아 최초로 칸아카데미의 5번째 공식 파트너사로 선정 • LMS(Learning Management System), 동영상 강의, 연습문제 등을 제공하여 완전 학습 가능	월평균 수혜자 수: 10만 명
교육 데이터 공개	• 네이버 커넥트재단의 교육 서비스 데이터와 소정의 연구비 지원 • 부스트캠프 AI 학습 데이터를 누구나 실습해 볼 수 있도록 공개	교육 데이터를 제공받은 연구자 수: 누적 98명 AI 학습 데이터 제공: 누적 442건

사회공헌

Business Impact - SME·창작자 역량 증진

사업자·창작자 성장 체계 고도화

라운드업리그

- 사업 고도화 단계에 진입한 브랜드가 직면하는 현실적 과제 해결을 위해 엑셀러레이터 프로그램 ‘라운드업리그(Round-up League)’ 론칭, 브랜드 구축 및 초기 성장을 경험한 20개 브랜드사 참여
- 네이버의 AI 솔루션·기술 확장 경험과 노하우를 공유하고, VC·엑셀러레이터·투자사 등 플랫폼 비즈니스 전문가로 구성된 얼라이언스 그룹이 IR 지표 설정, 데이터 기반 투자 유치 전략, IP 브랜딩 강화 등 맞춤형 사업 전략 컨설팅 제공
- 글로벌 경쟁력을 갖춘 브랜드를 대상으로 시장성 검증과 현지 인사이트 확보를 위한 ‘인사이트 트립’ 운영
 - 도쿄 인사이트 트립에 14개 브랜드 참여, 현지 인플루언서 350여 명 대상 제품 쇼케이스를 통해 시장성 테스트 진행
 - 큐텐·MXN재팬·아마존재팬 등 일본 주요 이커머스 플랫폼 및 유통 전문가 컨설팅 병행

> 사회적 가치 창출 성과

- 라운드업리그 참여 브랜드 20개 중 13개가 실제 일본·싱가포르·미국 등 글로벌 시장 진출 성과 달성
- 역량과 가능성을 보유하고 있음에도 네트워크·자본·방법론 부족으로 성장에 어려움을 겪는 브랜드를 위한 체계적 성장 기반 마련



성장 마일리지

- 이커머스 생태계의 성숙과 기술적 변화를 반영하여 판매자의 질적 성장을 견인하는 방향으로 지원 체계 개편
- 창업 초기 수수료 지원에서 나아가, 매출 성장 단계의 판매자가 다양한 비즈니스 도구를 폭넓게 활용하며 사업 역량을 강화할 수 있도록 ‘성장 마일리지’ 프로그램 론칭
 - 스마트스토어 판매자가 새싹 및 파워 등급으로 승급할 경우 각각 30만 원, 100만 원의 마일리지 지급, 사업자 1인당 최대 130만 원까지 지급
 - 성장 마일리지를 비즈머니로 전환해 광고, 구매자 적립금 마케팅 진행 시 활용 가능

> 사회적 가치 창출 성과

- 성장 마일리지 도입 이후 새싹, 파워 등급의 거래액 성장
- 매출 성장 단계 사업자들이 다양한 비즈니스 도구를 이해하고 새로운 시도를 할 수 있는 기반 마련

크리에이터 런치

- 네이버에서 활동하는 창작자의 지속적 활동을 위한 수익 모델 확보 및 성공 사례 발굴을 목적으로 ‘크리에이터 런치 프로그램’ 운영
- 스마트스토어와 클립을 병행 운영하는 커머스 크리에이터 20명 선발, 약 4개월간 진행
 - 커머스 크리에이터 기초 역량 교육, 전략 수립을 위한 맞춤 컨설팅, 브랜딩 지원 프로모션 제공

> 사회적 가치 창출 성과

- 참여 크리에이터 20명 평균 재생 수 102%, 매출 99% 상승
- 레시피 콘텐츠와 제품 판매를 연결하는 구조 확립을 통해 클립 재생 수 956%, 매출 881% 성장 사례 창출 등 클립 크리에이터의 수익 모델 확장 가능성 확인

사회공헌

오프라인 생태계 강화

비로컬위크(BE LOCAL WEEK) 캠페인

- 지역 상권 활성화 및 오프라인 소상공인의 브랜딩 지원을 위한 비로컬위크(BE LOCAL WEEK) 캠페인 전개
- 2025년 10월 APEC 정상회의 개최에 맞춰 경주를 첫 대상으로 선정, 캠페인 진행
 - 다국어(영·중·일) 지도 기반으로 황리단길 내 식당·공방 등 로컬 상점 30여 곳을 상세 소개하여 외국인 방문객이 유적지와 로컬 상권을 유기적으로 경험할 수 있도록 지원
 - 로컬 상점 대상 플레이스 쿠폰 발행 지원 및 리뷰·쿠폰·주문·포인트 적립·결제 기능을 통합한 오프라인 단말기 ‘Npay 커넥트’ 시범 도입으로 고객 유입 촉진
 - 크리에이터 챌린지 병행을 통해 경주의 숨은 명소와 상점을 입체적으로 조명

> 사회적 가치 창출 성과

- 지역 상권 브랜드 인지도 및 자생력 강화
- 로컬의 문화적 가치를 경제적 가치로 전환
- 접근성이 낮거나 온라인 마케팅에 어려움을 겪는 영세 로컬 상점 대상 디지털 전환 및 비즈니스 도구 지원



AI 기술 접근성 제고

ADVoost 쇼핑 x AI RIDE 캠페인

- SME의 광고 운영 부담 경감 및 데이터 기반 성장 지원을 위한 AI 자동화 솔루션 ‘ADVoost 쇼핑’ 출시, 사업자들의 부담 없는 솔루션 체험을 돕는 ‘AI RIDE’ 캠페인 병행 진행
- ‘ADVoost 쇼핑’은 AI가 광고 성과를 실시간 자동 최적화하는 쇼핑 전용 솔루션으로, 소재 세팅·타게팅·입찰 설정 없이 비즈 채널 연결 및 목표 예산 설정만으로 광고 즉시 시작 가능
 - 네이버 쇼핑 내 전체 상품 연동 및 AI 큐레이션을 통해 SME의 상품 노출 기회 확대
- 파워 등급 스마트스토어·브랜드스토어 사업자 300개사를 대상으로 1개월간 ADVoost 솔루션 체험 지원, 성과 데이터·설문·VOC 분석을 통해 솔루션 효과성 검증
 - 광고 운영 진입 장벽을 실질적으로 낮추는 동시에 신규 고객 유입 및 브랜드 자생력 강화 수단으로서의 유효성 확인

> 사회적 가치 창출 성과

- AI 학습을 바탕으로 참여 사업자의 비즈니스 성장 견인. 신규 구매자 수 60%, 신규 주문 건수 62%, 전체 거래액 66%, 구매 전환 수 165% 증가
- 솔루션의 직관적인 사용성과 편의성에 대한 높은 만족도 확인
- 플랫폼-SME 간 구조적 디지털 격차 해소 기여



사회공헌

네이버 비즈니스 스쿨

비즈니스 스쿨 2025년 성과



2025 스스로 커머스 스쿨: 스마트스토어 기초·심화·실전 단계별 역량 강화 프로그램

- 중소벤처기업부 소관 2025년 강한 소상공인 성장지원사업의 일환으로 진행
- 150명 대상, 스마트스토어 운영 기초를 다지고, 특별 제작 쇼핑라이브를 통한 거래액 성장을 경험하는 기초, 심화, 실전의 단계별 실전 교육
- 온라인 비즈니스 전략 단계별 교육, AI 활용 마케팅 역량 강화, 영상커머스 실습, 특별 제작 라이브 기획전 연계

> 주요 교육 성과

- 교육 전후 스마트스토어 매출 145% 증가에 기여
- 교육 전후 쇼핑라이브 매출 232% 증가에 기여
- 3년째 진행, 누적 우수 교육생 100명 이상 배출
- 우수 과제 선정, 중소기업기업부 표창

2025 스스로 새싹 스쿨: 스마트스토어 기초 다지기 프로그램

- 730여 명 대상, 스마트스토어 초보 사업자 기초 5회 완성 맞춤 교육
- 스마트스토어 운영 기초부터 광고, 숏클립, AI 솔루션 활용까지, 실시간 온라인 라이브 교육 제공

> 주요 교육 성과

- 교육 전후 스마트스토어 매출 139% 증가에 기여
- 교육 전후 쇼핑라이브 매출 167% 증가에 기여

2025 전북 플레이스 마케팅스쿨: 외식업종 사업자 역량 강화 프로그램

- 전북신용보증재단 협업 전북 외식업종 소상공인 대상 5주 플레이스 마케팅스쿨 교육 및 멘토링 운영
- 스마트플레이스 개설부터 플레이스 광고 집행까지 실습 중심 커리큘럼 기반 오프라인 교육 진행

> 주요 교육 성과

- 참여 교육생 예약 수 433% 증가
- 쿠폰 사용 수 211% 증가



클립 크리에이터 스쿨: 숏폼 창작자 역량 강화 프로그램

- 클립 창작자 2.1만 명 대상 성장단계 기반 교육
- 콘텐츠 제작·수익화 노하우 강의, 오프라인 제작 실습 및 1:1 멘토링 제공

> 주요 교육 성과

- 교육 수강생, 미수강생 대비 콘텐츠 생산량 평균 1.8배
- 클립 재생수 평균 6.4배 증가

피드메이커 스쿨: 피드형 창작자 역량 강화 프로그램

- 피드메이커 1,400명 대상 피드 최적화 콘텐츠 제작 교육
- 피드형 콘텐츠 제작 노하우 강의, 오프라인 제작 실습 및 1:1 멘토링 제공

> 주요 교육 성과

- 교육 수강생, 미수강생 대비 홈 노출 1.6배, 피드 클릭률 1.8배
- 블로그 수익 1.6배 증가

네이버 청소년 크리에이터 스쿨: 창업진흥원 비즈쿨 민관 협업 프로그램

- 전국 청소년 383명 대상 콘텐츠 창작 및 AI 활용 교육
- 클립스쿨·웹툰스쿨·AI스트리머스쿨 및 오프라인 AI 체험부스 운영을 통한 청소년의 AI 기술 접근 기회 확대

> 주요 교육 성과

- 교육 만족도 4.7 달성, 프로그램 우수성 인정받아 장관상 수상

네이버 AI BIZ 크리에이터 스쿨: 고용노동부 청년일경험 지원 프로그램

- 청년 400명 대상 AI 기반 콘텐츠 제작·브랜딩·비즈니스 역량 강화 교육
- 콘텐츠 전사·판매·커뮤니티 연계를 통한 비즈니스 기반 실전 일경험 기회 제공

> 주요 교육 성과

- 교육 만족도 4.8 달성, 프로그램 성과를 인정받아 우수 프로그램 선정

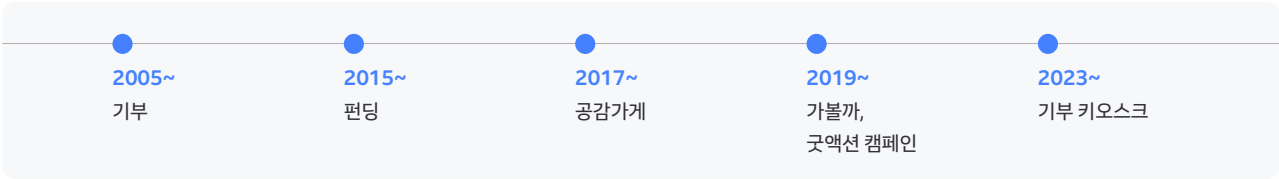
사회공헌

Community Impact - GIVING

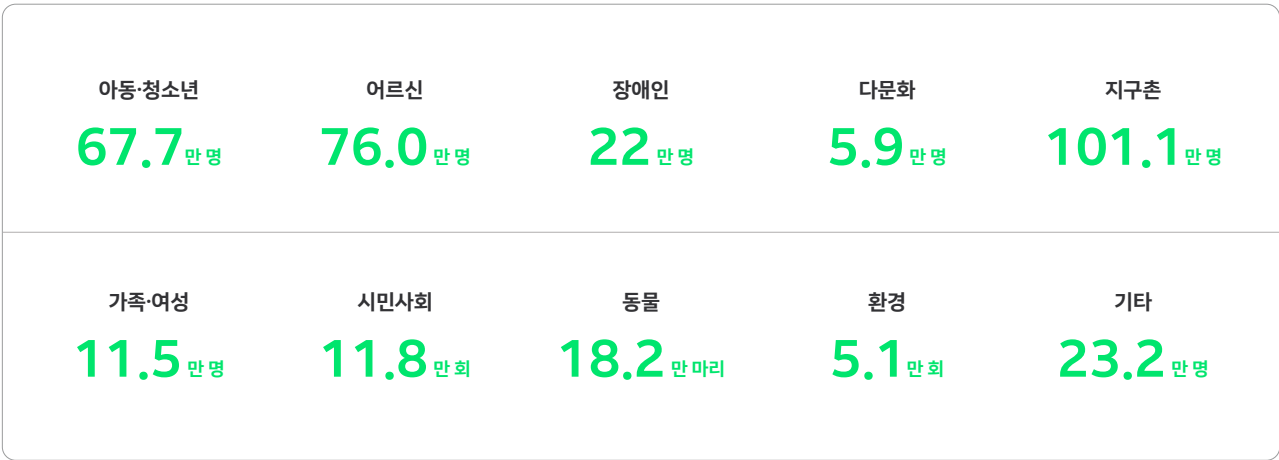
해피빈 소개

- 네이버의 공익 프로젝트를 한자리에서 만나볼 수 있는 온라인 플랫폼
- 2005년 7월 기부 플랫폼으로 출발하여 편당·공감가게·가볼까·굿액션 캠페인·기부 키오스크에 이르기까지 이용자와 공익 주체를 위한 다양한 공익 참여 서비스로 확대
- 네이버의 기술 플랫폼을 통한 연결의 가치 실현 방식으로 네이버만의 특화된 사회공헌 활동 수행

해피빈 주요 연혁



해피빈 누적 지원 대상 수



해피빈 주요 사업 ‘기부’

- 다양한 기부 대상과 테마를 기반으로 하는 해피빈의 첫 공익 서비스로, 플랫폼을 통한 손쉬운 기부 문화 조성 및 사회적 가치 창출에 기여
- 개별 공익단체 정보를 한눈에 확인할 수 있는 ‘해피로그’ 플랫폼을 지속 개선하여 기부 활동의 신뢰도 제고
- 네이버 서비스 내 무료 기부 아이템 적립 ‘기부콩 받기’, 네티즌 기부액만큼 해피빈 후원사가 동일 금액을 기부하는 ‘더블 기부’ 등 다양한 프로모션 운영을 통해 기부 참여 유도
- 정기 저금 시스템 도입으로 정기 기부 문화 활성화, 기업 사회공헌 방향에 맞는 공익단체 추천·기금 배분 관리 등 전문적인 사회공헌 컨설팅 제공
- 기부 키오스크 운영을 통한 오프라인 기부 문화 확산

기부 기여 성과 지표

기부 기여 성과		단위	2024	2025
보고기간 기준	기부금	원	20,806,621,700	36,205,612,500
	기부자	명	624,691	899,571
	모금 단체 수	개	1,565	1,540
	개설 모금함 수	개	6,904	8,184
누적 기준	기부금	원	261,886,948,513	298,092,561,013

2025년 항목별 해피빈 기부 기여 성과¹⁾



1) 2025년 12월 기준

사회공헌

해피빈 주요 사업 ‘편딩’

• 사회문제 해결에 앞장서는 공익단체·소셜벤처·창작자의 의미 있는 제품을 편딩 서비스를 통해 소개하고, 이 과정에서 발생하는 플랫폼 수수료 전액 지원

편딩 기여 성과

구분		단위	2024	2025
보고기간 기준	편딩 참여금	원	4,472,707,800	3,843,106,900
	편딩 참여자	명	56,811	59,500
	편딩 참여자 수	명	394	564
	개설한 편딩 수	개	492	673
누적 기준	편딩 참여금	원	약 331억	약 370억
	편딩 참여자	명	약 57만	약 60만



공감가게

- 편딩 종료 이후에도 프로젝트 주체들이 네이버 스마트스토어를 통해 이용자와 지속적으로 연결될 수 있도록 브랜드 페이지 제작 및 홍보 지원
- 패션잡화, 식품, 생활·세제, 여행·문화 등 다양한 상품을 아우르는 누적 425개의 공감가게를 통해 공정무역, 소상공인 판로 개척, 일자리 창출 등의 사회적 가치 실현¹⁾

1) 2025년 말 기준

가볼까

- 온·오프라인의 사회적기업이나 협동조합이 주최하는 공익사업과 다양한 이벤트에 네이버 예약 서비스를 통해 참여할 수 있는 캠페인
- 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 총 354개에 달하며, 환경·관점, 로컬 등을 주제로 한 착한가게 누적 1,706개 등록¹⁾

1) 2025년 말 기준

굿액션

- 기부·응원 클릭·댓글 작성 등 다양한 참여 방식을 통해 기업의 사회공헌 활동을 인터랙티브하게 알리는 캠페인
- 이용자의 모든 참여 행동을 기부금으로 적립하여, 캠페인 내용을 살펴보는 것만으로도 기부에 참여할 수 있는 구조 구현

기부 키오스크

- 5개 제휴 기업과 함께 사원증 태그 방식의 ‘디지털 상생 기부 키오스크’ 운영
- 임직원이 취약계층 사연 및 기부금 사용 계획을 확인한 후 자발적으로 기부에 참여하고, 그 결과를 실시간으로 반영하는 디지털 기부 시스템
- 누적 배분 금액 258,137,900원, 실제 유치기금 약 3억 원 달성

네이버 한글한글 아름답게

- 17년간 한글의 가치와 중요성을 알리는 캠페인을 꾸준히 전개하며, 글꼴 160여 종 무료 배포 등 디지털 한글 생태계 성장에 기여
- 2025년 579돌 한글날을 맞아 일상 속 한글 단어를 새롭게 발견하고 나누는 ‘한글한글 새삼스레’ 캠페인 진행

사회공헌

목표관리

목표	지표	2025년 KPIs	2026년 KPIs	증장기 목표
		달성 성과	세부 추진과제	
임팩트 펀드 6년간 총 1조 원 집행	임팩트 펀드 집행 금액	• 2025년 연간 1,420억 원 집행(목표 대비 129% 달성)	• 연간 1,500억 원 이상 집행	• 2025~2027년 누적 4,000억 원 이상 집행 • 2025~2030년 누적 1조 원 집행
AI 생태계 확장을 위한 캠페인 및 교육 프로그램 진행	소상공인, 경력단절여성 및 소외계층 대상 소프트웨어/AI 교육 프로그램 지원	• 전 국민을 위한 커리큘럼 개발 10개 Core 문서 및 영상 5개 제작 완료 • AI 리터러시 교육 캠페인 프로그램 신설(Connect ON:) - 연간 12,620명 참여자(경력단절여성 1,869명, 여성 7,957명, 자영업자·프리랜서 784명)	• 소외계층 대상 프로그램 운영(3,500명) • 비영리 단체 대상 AI 경진대회 ‘해’ 개최(800명) • 여성 및 경력단절여성 대상 AI 리터러시 캠페인 진행 (총 8,000명, 여성 4,000명, 경력단절여성 600명) • 소상공인을 위한 AI 교육 프로그램 신설	• 소상공인, 1인 창작자, 청년층, 시니어 계층 등 현장의 다양한 문제를 AI로 해결해보는 경험 제공
	전 국민 AI 캠페인 진행	• AI 온라인 이벤트 연내 3회 진행(126,266명 참여) • UN 산하 ITU에서 주관하는 청소년 로보틱스 챌린지 결선 대회 후원	• 전 국민을 위한 AI 리터러시 사이트 오픈 및 교육 자료 공개 • 청소년 대상 AI 로보틱스 대회 개최 • UN ITU 청소년 로보틱스 경진대회 후원 • 엔트리 UN SDGs 주제 환경의날 캠페인 진행(2,000명)	• 2026~2029년 연간 수혜자 50,000명 목표
	AI 인재 양성을 통한 지역사회 기여		• 지방 거점 국립대 중심 지역 AI 인재 양성 교육 운영(200명) • 교사 연구를 통한 지역사회 AI 교육(3,000명)	• AI 기술에 대체되지 않는 역량, AI 기술을 더 가치 있게 활용할 수 있는 역량 모색 및 확대 • 사람과 기술을 잇는 기술 기부 문화 토대 마련

사회공헌

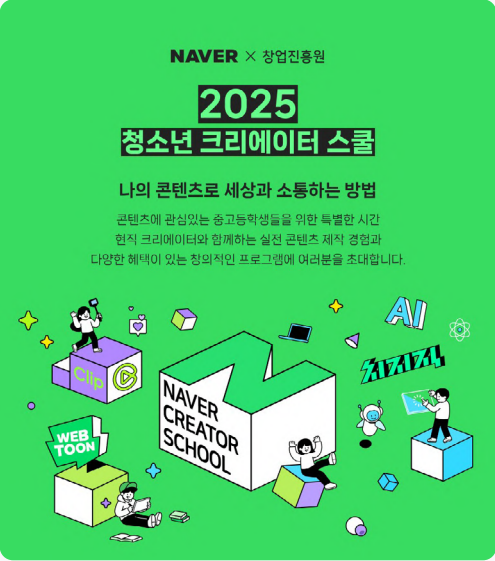
임팩트 펀드 로드맵

	2026년	2027년(2025 ~ 2027)	2030년
	연간 1,500억 원 이상 집행	누적 4,000억 원 이상 집행	6년간 총 1조 원 집행
Tech Impact	• 임팩트 런처 2기 진행을 통해 기술 및 솔루션 과제 지원 • AX 확산을 위한 신규 프로젝트 론칭	• AI 활용 저변 확대와 기술 접근성 강화를 위한 교육과 활용 기회 확대 • 소규모 창업가와 창작자 등 사업 생태계 구성원들의 생산성 향상 사례 확보	• AI for All(모두를 위한 AI 교육) • AI RIDE(AI 도구 활성화) • 클라우드 그린하우스(클라우드 인프라 제공) • D2SF(테크 스타트업 지원)
Business Impact	• 임팩트 런처 2기 진행을 통해 비즈니스 생태계 성장 과제 지원 • 플랫폼·서비스 연계를 통한 지역 주요 상권 경쟁력 강화 및 로컬 오프라인 사업자 성장을 지원하는 ‘로컬 그라운드’ 확산(2개 이상 도시 목표) • 외부 기관과 연계하여 지역 소상공인 역량 강화 프로그램 신규 론칭	• 영세 사업자에서 성장 가능성 높은 브랜드로의 전환 지속 지원 • 글로벌 시장에 도전하는 네이버 생태계 안의 창업가를 위한 투자 생태계 조성 • 광고·쇼핑·플레이스·콘텐츠 등 각 사업 및 서비스 생태계 다양성 강화를 위한 대표 프로그램 마련	• 성장 마일리지 • 성장 단계별 사업자 성장 지원 • 창작자 생태계 성장(수익모델 강화 지원) • SME 브랜드 투자 생태계 마련
Community Impact	• 비영리 단체의 AI 역량 강화 지원 프로그램 추진 • 인구감소지역 로컬 크리에이터 발굴 및 캠페인 추진	• 기술을 활용한 사회문제 해결을 위한 다양한 주체들의 활동 지원 • AI 기술 확대로 인한 기술격차 문제 해결을 위한 공익활동 지원 • 사회적으로 올바른 AI 기술 활용 역량을 키우기 위한 인문학적 소양 강화 지원	• 외부 기부 및 후원 • 초거대 AI 기반 의료 서비스 혁신 • 클로바 케어콜 • 해피빈

사회공헌

네이버 청소년 크리에이터 스쿨: 전국 크리에이터 꿈나무들을 직접 찾아간 크리에이터 진로 교육 프로그램

Case Story 1



프로그램 소개

- 네이버와 창업진흥원의 민관 협력을 통해 전국 청소년들을 직접 찾아가 체험·실습 중심의 크리에이터 교육과 진로 탐색을 지원하는 프로그램

프로그램 주요 특징과 성과

- 2024-2025년 2개년간 창업진흥원과의 민관 협업으로 전국 청소년 883명에게 크리에이터 교육 기회 제공
- 클립스쿨 · 웹툰스쿨 · AI스트리머스쿨 3개 과정으로 구성되어 있으며, 10대 눈높이에 맞춘 양질의 콘텐츠 창작 및 AI 활용 교육 진행
- 콘텐츠 소비자였던 청소년이 직접 창작자로 성장하는 경험을 통해, 다양한 진로 탐색의 기회 제공
- 2024-2025년 중소벤처기업부장관 표창 연속 수상

누적 수강생 883명

2024-2025년 2개년간
전국 청소년 883명에게
크리에이터 교육 기회 제공

2년 연속 표창 수상

2024-2025년 2년 연속
중소벤처기업부장관 표창 수상

학교에서는 경험하기 힘든 실습 중심 교육 제공

- 네이버의 주요 크리에이터항 서비스를 활용하여 이론 교육이 아닌 실제 결과물을 만들어내는 실습 중심 프로그램
- 각 분야 현업에서 왕성하게 활동하고 있는 크리에이터와 네이버 직원이 직접 강사로 참여하여 실질적인 역량 개발

네이버 서비스 기반의 실무 중심 교육 제공

- 네이버 클립·웹툰·치지직 등 네이버 실제 서비스를 기반으로 한 청소년 맞춤 크리에이터 양성 교육 과정

교육 프로그램 구성

클립스쿨

숏폼 콘텐츠 기획부터 클립 에디터 활용, 영상 제작 실습까지 클립 크리에이터로서의 제작 과정을 직접 경험

닛몰캐시 · 요리용디 · 네이버 권세영 프로

웹툰스쿨

실제 유명 웹툰 작가와 함께 스토리 기획 · 캐릭터 설계 · 작화 실습 중심으로 웹툰 창작의 전 과정을 단계별로 체험

돌배 작가 · 라마 작가

AI스트리머스쿨

네이버 AI 기술을 활용한 스트리밍 기획 · 콘텐츠 제작 실습으로 AI 시대 새로운 창작 도구를 직접 다뤄보는 실습형 교육

미미미누 · 향아치 · 네이버 김윤 프로

전국 각지 청소년들에게 질 높은 진로 탐색 기회 제공

- 참가 학생·교사를 대상으로 수렴한 교육 만족도 및 후기

학생

교사

"크리에이터가 되고 싶었지만 지방에선 배울 기회 자체가 없었어요. 덕분에 처음으로 그 꿈에 가까워진 느낌이었습니다."

참가 학생 A

"스토리 짜는 게 어려웠는데 작가님이 브레인스토밍 방법을 알려주신 덕에 짜기가 수월해졌다. 내 의견을 얘기하면 돌배 작가님이 너무 좋다며 칭찬해주는 게 정말 감사하고 자존감이 올랐다. 웹툰 작가에 대한 꿈이 더 커진 것 같다."

참가 학생 B

"진로와 영상(숏폼)에 대해 많이 알게 되었습니다. 기획하고 직접 영상까지 만들 수 있어서 좋았어요."

참가 학생 C

"아이들의 꿈이 커지는 소리를 들었습니다."
"유익미한 프로그램 만들어주셔서 너무 감사합니다."

참가 교사



📺 교육 현장 스케치 영상

사회공헌

네이버 스스로 커머스 스쿨 2025: 온라인 비즈니스 기초부터 매출 직결 실전까지, 단계별 커머스 교육 프로그램

Case Story 2



프로그램 소개

- 온라인 판매자가 네이버 커머스 플랫폼을 활용해 온라인 비즈니스 기초 역량을 구축하고 스토어 경쟁력을 강화할 수 있도록 지원하는 단계별 실전 커머스 교육 프로그램

프로그램 주요 특징과 성과

- 콘텐츠 제작부터 라이브 판매까지 연결되는 실행형 교육
- 네이버의 서비스를 직접 기획 또는 운영한 네이버 프로그가 직접 강의하여 정확한 정보를 전달하는 실전 중심형 커머스 교육

최초의 민간 협업 프로그램
중소벤처기업부 최초
민관 협업 교육 프로그램
(2022~2025 운영)

압도적 성장 사례 창출
푸드·패션·리빙·키즈 등
100건 이상의 사업자 성장
사례 창출

수강생과 함께 네이버 특별 제작 라이브 운영

- 라이브 기획부터 상품 소개, 고객 소통까지 교육 과정에서 학습한 내용을 실제 방송에 적용하며 영상커머스 실전 경험과 스토어 운영 역량 강화

러비앤비 대표
“스스로스쿨에서 배운 쇼핑라이브 운영법과 숏클립 콘텐츠 기획을 실제 스토어에 적용하면서 라이브 방송 참여 고객과 구매 전환이 이전보다 확실히 늘었어요.”

라이브 다시보기

기초부터 실전까지 성장 단계별 맞춤 교육 구성

01. 기초 과정

온라인 비즈니스 기초 다지기 & 내 브랜드 구축

마케팅 필수 핵심 툴(스마트스토어, 쇼핑라이브, 숏클립, 쇼핑검색 등)을 이해하고 스토어 관리 및 운영 전략 수립, 성공 사례 분석을 통해 내 스토어와 상품의 경쟁력을 점검하는 교육 과정

02. 심화 과정

마케팅 역량 강화 & 라이브 커머스 실습

스토어 유입 분석 및 관리 점검, 상세페이지 개선을 통해 경쟁력을 강화하고 스마트폰 촬영 실습과 편집 코칭을 통해 실제 활용 가능한 영상커머스 콘텐츠 제작 역량을 강화하는 과정

03. 실전 과정

매출 직결 1:1 밀착 실전 마스터 교육

NEW 쇼핑 플랫폼 이해, 전문가 1:1 멘토링, AI 활용 전략, 영상 마케팅 코칭을 포함하며, 특별 제작 라이브 및 1784 초청, 브랜드 피칭을 통해 실제 판매 경험과 브랜드 성장 기회를 제공하는 과정

홍만소 대표
“교육을 통해 쇼핑라이브 활용한 판매 방법을 배우고 실제 방송을 하면서 새로운 고객과 만날 수 있었어요. 쇼핑라이브를 통해 첫 구매 신규 고객의 비중이 높아졌어요!”

라이브 다시보기

스스로 커머스 스쿨을 통해 비즈니스 고민 해결

도기머기 대표
“교육을 통해 스마트스토어 통계 데이터를 분석하며 고객 연령대와 구매 성향을 파악하는 방법을 배웠습니다. 이를 바탕으로 우리 브랜드에 맞는 타겟 고객을 찾을 수 있었고, 마케팅 방향도 훨씬 명확해졌습니다.”

율립 대표
“교육을 통해 숏클립과 쇼핑라이브를 함께 활용하는 방법을 배우게 되었습니다. 라이브 콘텐츠를 숏클립으로 활용하면서 매출이 두 번에 걸쳐 발생하는 경험을 할 수 있었습니다.”

TXLX 대표
“상품 SEO, 네이버 광고, 숏클립, 라이브까지 온라인 판매에 필요한 내용을 단계적으로 배웠습니다. 그 결과, 실제 스토어 운영에 바로 적용하여 교육 이후 스토어 유입률이 500% 이상 상승했습니다.”

사회공헌

📄 제작라이브 성과 영상

📄 제작라이브 방송 다시보기

📄 경동한과 스토어 정보 (스마트스토어)

네이버 스스로 커머스 스쿨 성공 케이스: 전통 한과 브랜드 '경동한과'의 새로운 가능성 발견

Case Story 3

우수 교육생으로 선정된 '경동한과'

Since 1997

- 경동한과는 1997년 강릉 사천 한과마을에서 시작된 전통 한과 브랜드. 현재는 청각장애를 극복한 2세대 대표가 가업을 이어 운영하며 전통 한과 제조 방식에 퓨전 공정과 감성 패키징을 더해 현대적인 브랜드로 발전시켜 온 사례
- 스마트스토어, 쇼핑라이브, 숏클립 등 콘텐츠 기반 커머스 전략을 실제 실행하며 네이버 스스로 커머스 스쿨 우수 교육생으로 선정된 브랜드

네이버 스스로 커머스 스쿨을 통해 온라인 판로 개척에 도전

- 네이버 스스로 커머스 스쿨을 통해 온라인 판매 전략과 영상커머스 운영 역량을 학습하고 쇼핑라이브와 콘텐츠 마케팅을 실제 스토어 운영에 적용
- 특히 네이버 특별 제작 라이브를 통해 라이브 기획과 상품 소개, 고객 소통 경험을 쌓으며 온라인 고객과 직접 연결되는 새로운 판매 방식을 경험하여 성장

네이버 특별 제작 라이브 매출 증대 성공

- 네이버 스스로 커머스 스쿨 프로그램 이후 경동한과는 네이버 쇼핑라이브를 통해 이전 라이브 대비 약 4~5배 매출 증가라는 의미 있는 성과를 달성
- 브랜드 스토리와 제품의 가치를 라이브 방송을 통해 소비자에게 직접 전달하며 온라인 고객과의 소통 경험을 확대

“전통 한과 브랜드로 온라인 판매가 쉽지 않을 것이라고 생각했지만 네이버 스스로 커머스 스쿨 교육을 통해 쇼핑라이브를 활용한 판매 방법을 배우게 되었습니다. 농인인 저도 고객들과 자연스럽게 소통할 수 있게 되면서 경동한과를 더 많은 분들께 소개할 수 있었습니다.”

- 경동한과 대표

네이버 VIP 선물세트 프로젝트까지 브랜드 확장

- 네이버 브랜드 아이덴티티를 반영한 패키지 디자인&전통 한과 4종 설맞이 특별 선물세트 제작

경동한과 사례는 전통 식품 브랜드가 온라인 커머스를 통해 새로운 고객과 연결될 수 있음을 보여주는 사례입니다. 네이버 스스로 커머스 스쿨은 소상공인이 온라인 환경에서 경쟁력을 갖추고 지속 가능한 성장을 이어갈 수 있도록 지원하고 있습니다.

경동한과

김성용 대표

옛 것을 공경하되 멈추지 않고 동쪽에서 세계로 나아가는

전통과 혁신의 교차점 그것이 경동한과입니다

2025 NAVER INTEGRATED REPORT

스스로 커머스 스쿨



ENVIRONMENT

환경영향관리
환경친화적 플랫폼



환경영향관리

네이버는 책임 있는 자연자본 관리를 기본 방향으로 삼아 서비스 전 과정에서 발생하는 환경 영향을 관리하고 있습니다.

국제 목표 및 유관 법령을 준수하여 환경 정책을 수립하고 모든 운영 활동에 적용하고 있으며, 전담 부서는 전 사업장에 대한 용수 및 폐기물 관리, 생물종 조사, 환경 교육을 통한 내부 인식 개선 등으로 환경 위험 및 기회를 관리하고 있습니다.

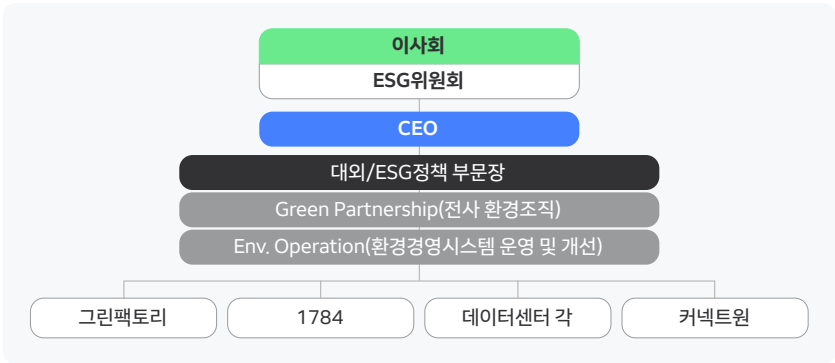
앞으로도 수자원 등 자연자본의 사용을 절감하는 동시에 자원의 효율적인 재사용으로 환경에 대한 부정적 영향을 완화하여 네이버만의 환경가치를 창출하기 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

관리 및 감독

환경경영 거버넌스

- 환경 전담 부서(Green Partnership) 주도 아래 환경경영 체계 구축 및 인증 추진, 임직원 대상 환경 교육 등 환경 영향 관리를 위한 활동 수행

환경경영 조직도



조직별 주요 업무

Green Partnership	• 전사 환경경영 전략, 방침, 목표 등 • 전사 환경경영 거버넌스 운영 • 전사 환경경영시스템 통합운영, 성과평가 및 보고
Env. Operation	• 전사 환경경영시스템 역량 강화 및 구조 고도화 • 사업장별 리더십 및 역할 구축 • 사업장별 목표 수립, 계획 실행, 추진 등 • 성과평가 및 내부심사
각 사업장	• 사업장별 환경경영 체계 구축, 운영 • 주요 환경지표 모니터링 및 실적 보고 • 비상사태 시나리오 구축 및 훈련

정책 및 체계

환경경영정책

- 회사의 활동으로 유발되는 환경 영향을 최소화하고, 이해관계자의 환경 관련 요구에 대한 적극적인 대응을 넘어 환경적 가치 창출을 위한 목적으로 대표이사 승인하에 환경 정책 제정
- 모든 이해관계자에 적용되며 파리기후협정, UN 지속가능발전목표와 같은 국제 목표와 물관리기본법, 폐기물관리법, 생물다양성 보전 및 이용에 관한 법률 등 국내 유관 법령에 기반하여 관리

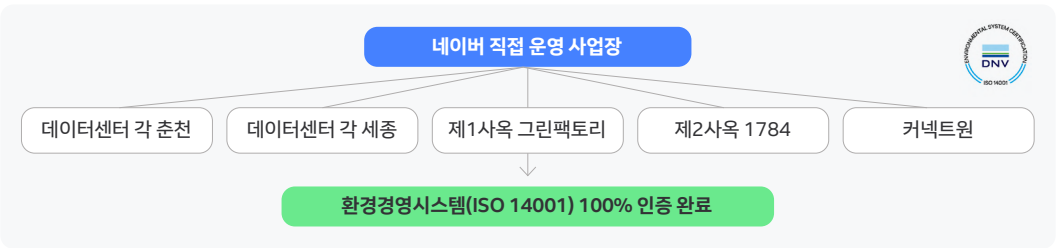
기본 원칙

① 환경경영시스템 고도화	법률 준수 및 ISO 14001에 기반한 환경경영 이행	④ 환경친화적 가치의 사회적 영향력 확대	서비스 내 환경친화적 요소 도입, 이용자 및 사회 전반에 환경적 가치 확산
② 기후변화 리스크 완화	친환경 인프라 운영, 재생에너지 전환 및 환경 이니셔티브 참여를 통한 온실 가스 감축	⑤ 생물다양성 보존을 위한 노력	데이터센터 수자원 관리 강화와 생태·생물다양성 보전 추진
③ 환경친화적 가치의 공급망 확산	공급망 환경경영 실천 독려 및 ESG 역량 제고 지원	⑥ 순환경제 활성화를 위한 노력	자원순환 실천 및 가치사슬 내 순환경제 확산

환경경영시스템

- 네이버의 모든 운영 활동 및 제품·서비스와 관련된 환경 영향을 체계적으로 관리하기 위한 환경경영시스템을 운영
- 국제 환경경영시스템 인증인 ISO 14001로 규격된 모든 요구사항을 충족하고 있으며, 네이버가 직접 운영하는 모든 사업장 인증 완료

네이버 사업장 환경경영시스템 인증 현황



환경영향관리

활동 및 성과

환경 교육

- 환경 전문성 역량 강화를 위해 매년 전문 교육 실시
- 환경 담당자는 ISO 14001:2015 선임심사원 과정을 수료하고, 관련 부서 희망 인원에 한해 ISO 14001:2015 내부심사원 교육 운영
- ISO 14001 규격의 핵심 요구사항을 파악하고 이를 당사 환경경영시스템에 적용, 교육상 시사점은 Env. Operation과 함께 논의하여 개선 방향 모색

2025년 임직원 환경경영 교육

교육명	ISO 14001, ISO 45001 통합 내부 심사원 과정
교육기관	DNV
교육일자	2025년 7월 28일(월) - 29일(화)
참석 인원	총 31명



인게이지먼트 활동

협력 파트너십 구축

- 정부, 공공기관 및 기업, 민간단체와의 기후변화 완화, 물 위기 극복, 플라스틱 사용량 절감과 순환경제 등 환경친화적 가치 확산을 위한 협력 파트너십 추진

2025년 주요 성과

2025년 1월	• 한국생태학회, 업무 협약을 통해 네이버 사업장의 생태 현황 파악 및 생물다양성 보전 활동을 발굴하고, ESG 경영 고도화로 환경 영향 저감 및 기후위기 대응
2025년 3월	• 성남시·6개 협약기관, ESG 환경 분야 상생협력 업무 협약 체결을 통해 지역사회 기여를 위한 환경 활동 및 교육 실시 추진 • 한국환경공단, 고품질 재활용 회수·보상사업 업무 협약 - 성남시와 함께한 자원순환가게 접근성 강화 활동을 전국으로 확대하기 위해 한국환경공단과 협약 체결 - 고품질 재활용품 회수·보상제 거점 정보를 네이버 스마트플레이스(지도)와 연동하여 정보 접근성 확보하고, 일반 국민의 올바른 분리배출을 유도하여 지역사회 순환경제 활성화에 기여
2025년 4월	• K-water, ESG 기후공시 의무화 대응 협력을 위한 업무 협약 - 기후변화로 인한 물 리스크 인식 제고 및 공동 대응 강화 - 양사의 기술을 융합한 기후변화 물리적 리스크(홍수 등) 평가 등 정밀 수해분석 시뮬레이션 협력 과제 발굴 및 추진
2025년 8월	• 국립생태원, 생물다양성 대응을 위한 업무 협약 - 자연자본 공시(TNFD) 대응, 생태 자문, 생물다양성 증진 및 복원, ESG 교육 등 협력 추진 - 생태 전문지식 데이터화 및 정보 확산, 생태 관련 포럼·심포지엄 공동 개최 등 협력 체계 구축

폐기물 관리

- 네이버에서 주로 배출되는 폐기물은 사무공간에서 발생하는 생활 폐기물이며, 이를 절감하고자 일터에서 행동에 옮길 수 있는 실천 방법을 주요 폐기물 절감 방안으로 설정

주요 성과

- 1784에서 배출되는 생활 폐기물은 주로 카페에서 제공하는 일회용 컵·페트병 등이며, 이를 절감하고자 사내 카페의 일회용 컵을 다회용 컵으로 대체하고, 다회용기 렌탈 스타트업 '트래쉬버스터즈'와 협력하여 사용된 다회용 컵을 수거 및 세척하여 재사용
- 2025년 사내 카페 3곳에서 수거 후 재사용한 다회용 컵 총 87만 개
- 페트병과 알루미늄 캔은 환경 기술 스타트업 '수퍼민'과 협력을 통해 SI 쓰레기통을 도입하여 약 18만 개(3,121 kg)의 폐기물을 수거하였으며, 자동 분류된 재활용 폐기물은 재사용되며 발생한 적립액은 해피빈을 통해 환경단체에 기부

1784 바이사이클 캠페인

- 일회용품을 재활용하는 바이사이클(BI:CYCLE) 캠페인의 일환으로 '유한킴벌리'와 페핸드타월 자원순환 업무 협약 체결
- 1784에서 사용된 핸드타월을 재활용하여 새로운 제품으로 재생산

바이사이클 캠페인 재활용 프로세스



환경영향관리

생물다양성 및 수자원 관리

- 글로벌 규제 및 공시 기준의 고도화에 따라 자연 관련 정보 공시에 대한 요구 강화
- 네이버는 기존 생물다양성 보전 활동을 수행해 왔으며, 국제 기준에 부합하는 체계적 분석을 위해 TNFD에서 권고하는 LEAP 분석법을 기반으로 자연 관련 의존성, 영향 및 관리 체계를 종합적으로 검토
- 향후 TNFD 공시 강화를 위해, 관련 거버넌스 체계 및 내부 정책 기반 마련 등 이행 체계를 고도화할 계획

LEAP 분석법



1) 자연 관련 평가 시 우선적으로 고려해야 할 자연적으로 중요하거나 취약한 지역
2) Avoid(회피), Reduce(감축), Regenerate/Restore(재생/복원), and Transform(전환)으로 구성된 자연자본 관리 접근 방식

Locate

자연자본 민감 지역 확인

- 사업 모델, 가치사슬 및 지리적 위치를 고려하여 국내 사업장을 대상으로 지리적 민감도 및 자연 관련 리스크 수준을 종합적으로 검토
- 1784 및 그린팩토리가 위치한 곳은 도시 지역 특성상 Water Stress를 제외한 항목에서 전반적인 민감도가 높지 않은 수준
- 멸종위기종 수를 제외한 평가 시, 데이터센터 각 세종이 상대적으로 가장 높은 민감도를 보이는 반면, 데이터센터 각 춘천 및 커넥트원이 위치한 춘천 지역은 멸종위기종 서식 수가 가장 높은 지역으로, 생물다양성 요소를 포함한 종합 평가 시 가장 민감한 지역으로 확인
- 민감 지역 식별 결과, 본 사업장은 자연 관련 리스크 및 영향이 전반적으로 낮은 수준으로 평가되었으나 TNFD 권고안에 따른 공시 흐름에 맞추어 LEAP 분석을 수행하고, 생물다양성 및 수자원 등 주요 자연 요소에 대한 검토를 진행

민감 지역 종합 평가 결과

구분	사업장명	데이터센터 각 춘천, 커넥트원	1784, 그린팩토리	데이터센터 각 세종
	지역	춘천시	성남시	세종시
생물다양성 민감성 ³⁾	멸종위기종 수	16종	1종	4종
WRI 물 리스크 ⁴⁾	Water Stress	Medium-high	Medium-high	High
	Riverine Flood Risk	Low	Low	Low-medium
	Drought Risk	Low-medium	Low-medium	Medium
WWF 물 리스크 ⁵⁾	Basin Physical Risk	Low	Low-medium	Medium
보호지역 해당 여부 ⁶⁾	생태·자연도 1등급 및 별도관리지역	없음	없음	없음
자연 공간 민감도 ⁷⁾	환경·생태적 평가	5등급(1-2등급 인접)	5등급(2등급 인접)	3-5등급(1-2등급 인접)
	법제적 평가	4등급(1등급 인접)	4등급(1-2등급 인접)	3등급(2등급 인접)

3) 국립생물자원관 ‘한반도의 생물다양성’ > ‘멸종위기 야생생물 지역별 분포 현황’ 참조하여 사업장이 위치한 해당 시 기준 멸종위기종 현황 조사
4) World Resources Institute에서 개발한 Aqueduct Water Risk Atlas를 사용하여 사업장 좌표를 기반으로 물 스트레스(Water Stress), 하천 범람 위험(Riverine Flood Risk), 가뭄 위험(Drought Risk)을 Low/Low-medium/Medium-high/High/Extremely high 5단계로 분류
5) World Wide Fund for Nature(세계자연기금)에서 제공하는 Water Risk Filter를 사용하여 사업장 좌표의 유역 기반 물리적 리스크(Basin Physical Risk)를 Low/Low-medium/Medium-high/High/Extremely high 5단계로 분류
6) 사업장 좌표가 「자연환경보전법」 제34조에 의거하여 멸종위기 동식물의 주된 서식지, 생태계가 특히 우수하거나 경관이 수려한 지역, 생물의 지리적 분포 한계에 위치한 생태계, 대표적인 주요식생군락 등 생태·자연도 1등급 혹은 산림보호구역, 자연공원, 천연기념물로 지정된 구역, 야생생물특별보호구역 및 야생생물보호구역, 수산자원보호구역, 습지보호지역, 백두대간보호지역, 생태·경관보전지역, 사도 생태·경관보전지역 등 별도관리지역 해당 여부 검토
7) 기후에너지환경부 ‘국토환경성평가지도’ 내 ‘환경공간정보’의 환경·생태적 평가 결과 및 법제적 평가 결과를 기반으로 사업장 소재 지역 및 인근 지역 5km 이내의 등급을 확인. 1~5등급으로 구분되며, 1등급에 가까울수록 환경적 중요도가 높은 지역을 의미

환경영향관리

자연자본 사전평가

- ENCORE¹⁾ 툴을 활용하여 국제표준산업분류(ISC)에 따른 사업 활동의 자연자본 의존도 및 영향 수준을 사전 평가
- 평가 결과, 전반적인 수준은 낮게 식별되었으나 데이터센터 운영 등 사업장 특성을 고려하여 냉각수 사용에 따른 수자원, 토지 이용 및 보전 등을 관리 항목으로 고려

ENCORE 툴 기반 의존/영향 사전 평가 결과²⁾

의존 서비스	물 공급	수자원 유량 조절	강수 패턴 조절	홍수 완화	태풍 피해 완화	거시 기후 조절	미시 기후 조절	대기 정화	토양 보전	생물학적 조절
의존도	VL	VL	VL	VL	VL	VL	L	L	VL	VL
영향 요인	교란 (예: 소음, 조명)	토지 이용 면적	물 사용량	온실가스 배출	해저 이용 면적	대기오염 물질 배출	고형 폐기물 발생 및 배출			
영향도	M	M	L	L	L	VL	VL			

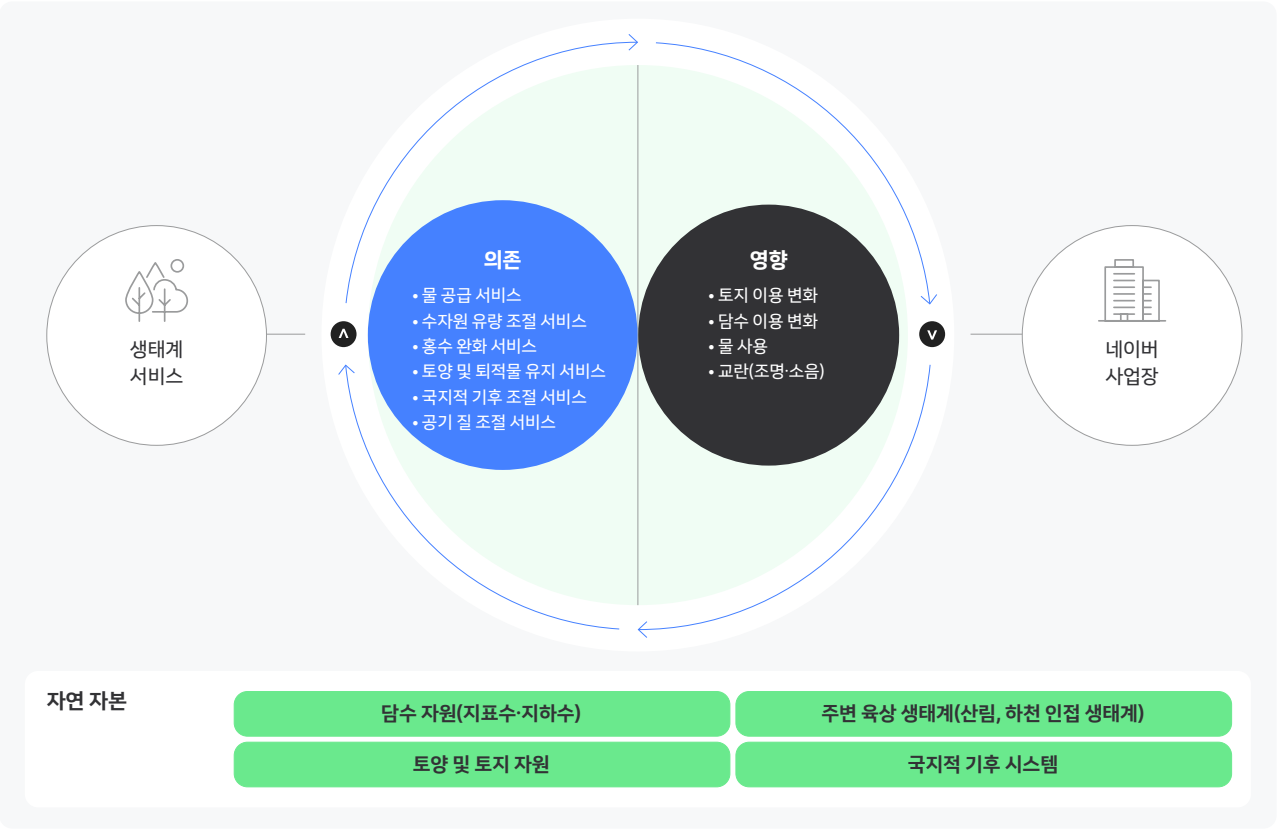
1) Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure, 산업 활동과 자연자본 간 의존도 및 영향도를 분석하는 온라인 도구
2) ENCORE의 의존/영향 평가는 Very High(VH), High(H), Medium(M), Low(L), Very Low(VL)의 5단계 등급 체계를 사용

Evaluate

자연자본, 생태계 서비스, 영향 유발 요인의 식별

- 국내 사업장을 대상으로 자연 자본, 의존하는 생태계 서비스 및 주요 영향 유발 요인 식별
- 자연환경 분석을 수행한 결과, 주요 자연 자본으로는 담수 자원, 주변 육상 생태계 등을 식별
- 해당 자연 자본은 물 공급, 수자원 유량 조절, 홍수 완화 등의 생태계 서비스를 제공하는 것으로 분석
- 사업장 운영 과정에서는 토지 이용 변화, 담수 이용 변화, 시설 운영에 따른 소음빛 등 다양한 경로를 통해 생태계에 영향을 미칠 수 있는 것으로 식별

자연 자본, 생태계 서비스, 영향 유발 요인

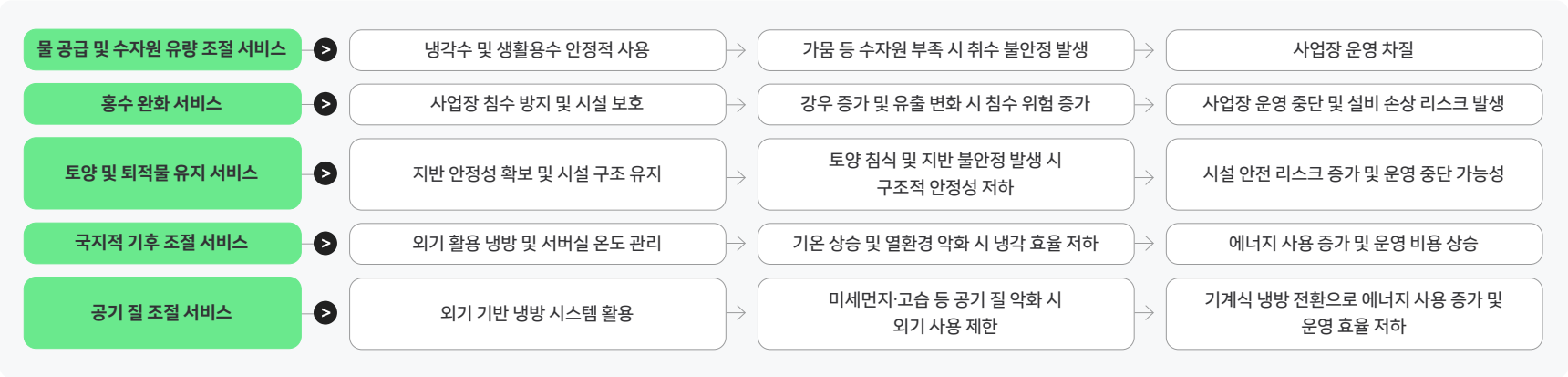


환경영향관리

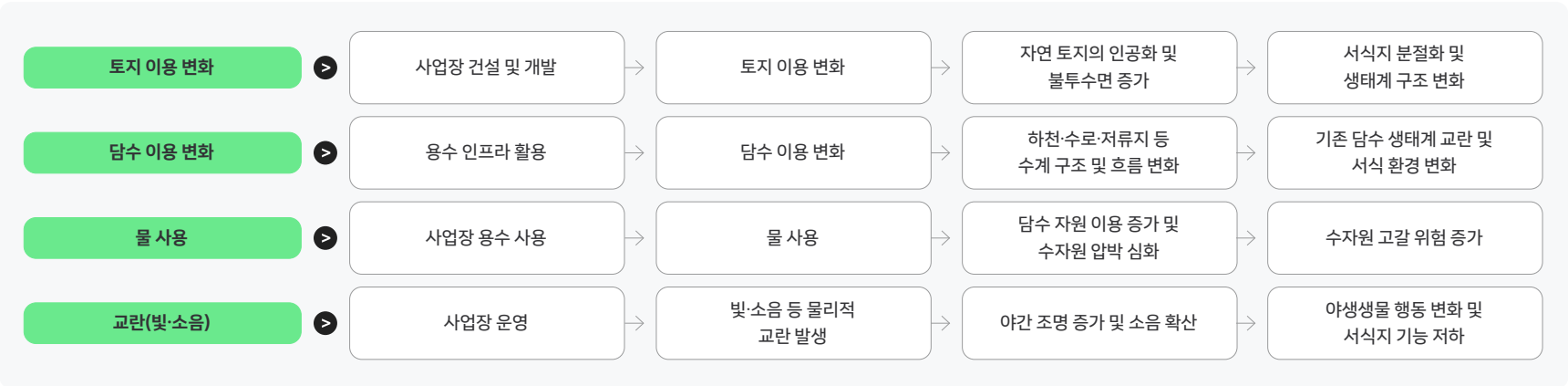
의존성 경로 및 영향 경로 탐색

- 앞서 식별한 자연자본, 생태계 서비스 및 영향유발요인을 기반으로 Natural Capital Protocol¹⁾을 참고하여 의존성 경로와 영향 경로를 도출
- 네이버의 사업이 자연자본에 의존하는 구조와 사업활동이 자연에 미치는 영향을 종합적으로 분석

의존성 경로



영향 경로



영향 중대성 평가

- 온실가스를 제외한 자연자본에 대한 영향 및 의존성을 종합적으로 고려하여 규모·범위·회복가능성 등을 기준으로 중대성 평가 진행
- 평가 결과, 물과 관련된 의존성 및 영향 요인이 비교적 중대한 요인으로 도출되었으며, 토지 인공화로 인한 불투수면 증가 또한 높은 영향 요인으로 확인

의존성 중대성 평가

분류	의존성 요인	중대성
공급 서비스	물 공급	중
조절 및 유지 서비스	수자원 유량 조절	중하
	수질 정화	하
	홍수 완화	하
	공기 질 조절	하
	토양 및 퇴적물 유지	하
	국지적 기후 조절	하

영향 중대성 평가

분류	영향 요인	중대성
물	담수 자원 사용 증가	중
	수질 오염 잠재 영향	중하
토양	서식지 분절화	하
	토지 인공화(불투수면 증가)	중하
기후	간접 기후 영향(열섬 현상)	하
생물다양성	서식지 기능 저하	하
	야생생물 행동 변화	하

1) Natural Capital Protocol(Natural Capital Coalition, 2016), 자연자본 의존성 및 영향 분석 프레임워크

환경영향관리

Assess

위험·기회 중대성 평가

- 식별된 중대한 의존성 및 영향 요인을 기반으로 자사 자연 관련 위험 및 기회를 식별하고, 온실가스를 제외한 자연자본이 재무 및 사업 지속가능성에 미치는 잠재적 영향을 기준으로 중대성 평가 진행
- 수자원 부족 및 Water Stress 증가, 생물다양성 및 토지 이용 관련 규제 강화, TNFD-ESG 공시 강화에 따른 자연 관련 리스크 관리 요구 증가, 생물다양성 보전 활동에 대한 투자자 요구 확대는 중 이상의 중대성을 가지는 것으로 평가되어, 해당 영역을 핵심 관리 대상으로 정의하고, 체계적으로 관리
- 한편, 용수 재이용 및 고효율 냉각 기술 도입은 운영 비용 절감 측면에서, 생태복원 및 녹지 조성 확대는 브랜드 가치 향상을 통한 매출 확대 측면에서 주요 기회로 평가
- 생물다양성 관련 중대성 평가 결과, 네이버는 자연 관련 리스크 및 영향이 전반적으로 낮은 수준으로 평가되었으나, TNFD 권고안에 따른 공시 흐름에 맞추어 LEAP 분석을 수행하고 생물다양성 및 수자원 등 주요 자연 요소에 대한 공시를 지속하고 고도화할 예정

자연자본 위험·기회 중대성 평가 결과

	기회 및 위험	재무적 영향	영향도	발생 가능성	중대성
물리적 위험	수자원 부족 및 Water Stress 증가	용수 확보 비용 증가, 운영 중단에 따른 매출 손실	중	중	중
	가뭄 등으로 인한 수자원 유량 변동성 증가	용수 확보 불확실성 증가, 대체 수원 확보 비용 발생	중	하	중하
	홍수 및 침수로 인한 사업장 시설 피해	설비 손상 및 복구 비용, 운영 중단에 따른 매출 손실	하	하	하
	공기 질 악화(미세먼지 등)로 인한 외기 냉방 제한	자체 냉방 전환에 따른 전력비 증가	하	중	중하
	토지 인공화 및 지반 안정성 저하	시설 보강 및 유지관리 비용 증가	하	하	하
전환 위험	생물다양성 보전 및 토지 이용 관련 규제 강화에 따른 개발 제한 및 인허가 절차 강화	사업장 개발 제한 및 추가 환경 대응 비용 발생	중	중	중
	수자원 사용 규제 강화 및 사용량 제한 정책 도입	설비 교체 및 수처리 시스템 투자 비용 증가	하	중	중하
	TNFD-ESG 공시 강화로 인한 자연 관련 리스크 관리 요구 확대	관리체계 구축 비용 증가, 미대응 시 투자 유치 제한	중	중	중
	사업장 운영으로 인한 생태계 훼손 논란 및 지역사회 반발	공사 중단·이전 비용, 브랜드 가치 하락으로 인한 매출 감소	중	하	중하
	생물다양성 보전 활동에 대한 투자자 요구 확대	대응 투자 증가, 자본 조달 비용 영향	중	상	중상
기회	사업장 인근 생태복원 사업 및 녹지 조성 확대	지역사회 수용성 제고, 브랜드 가치 상승을 통한 매출 증대 효과	중	중	중
	용수 재이용 시스템 및 고효율 냉각 기술 도입	장기 용수·전력 비용 절감	중	중	중
	네이버 지도·AI·클라우드를 활용한 환경 모니터링 및 생물다양성 데이터 서비스 확대	B2G·B2B 신규 매출 창출, ESG 데이터 시장 진출	중	중	중

환경영향관리

출천 사업장 LEAP 분석

Case Story

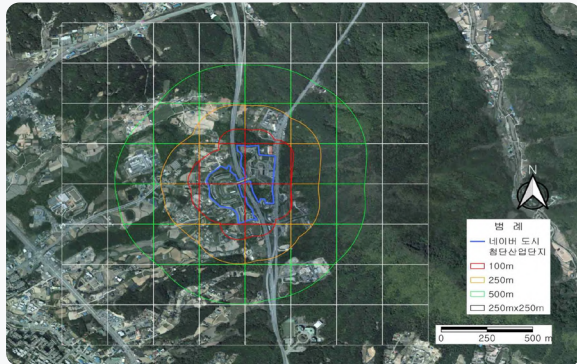
Locate

- 데이턴센터 각 춘천 및 커넥트원이 위치한 춘천 지역은 멸종위기종 서식 수가 가장 높은 지역으로 생물다양성 측면에서 중요도가 높아 연구를 진행
- 춘천 사업장은 대룡산-구봉산으로 이어지는 광역 생태축 상에 위치해 야생동물의 이동 및 분산이 이루어지는 지역으로 확인
- 사업장 남쪽에는 백로 및 왜가리 번식지가 위치해 있으며, 인근 수계는 소양강으로 연결되어 수생태계와의 연계성 존재
- 사업장 경계를 기준으로 반경 약 500m를 영향반경으로 설정하여 생물다양성 관련 연구진행

Evaluate

자연 자본, 생태계 서비스, 영향 유발 요인의 식별

- 자연 자본: 담수 자원, 육상 생태계, 국지적 기후 시스템과 주요 접점을 보유한 것으로 확인
- 생태계 서비스: 냉각 시스템 운영을 위한 물 공급 및 수자원 유량 조절 서비스에 대한 의존도가 높으며, 미시 기후 조절 등 조절 서비스 역시 운영 안정성과 밀접하게 연계
- 영향 유발 요인: 데이터센터 운영 과정에서 물 사용, 토지 이용에 따른 서식지 분절화가 자연에 대한 주요 부담 요인으로 확인
- 현장 조사 결과, 사업장 인근 도로 등 일부 구간에서는 서식지 분절화 영향 확인되었으나, 사업장 내 다양한 식생 환경은 주변 동·식물의 서식에 긍정적으로 기여하는 것으로 확인
- 인공 구조물에 따른 열 축적 영향이 발생할 수 있으나, 옥상 녹화 등을 통해 표면 온도 저감 효과 열 환경 완화에 기여

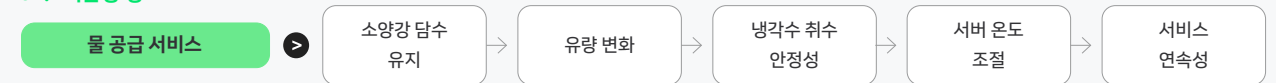


의존성 경로 및 영향 경로 탐색

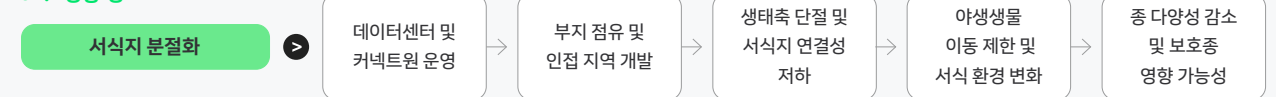
- 추진 사업장 특성 및 국내 기후 특성을 고려하여 물 공급 서비스(의존)와 서식지 분절화(영향)를 핵심 요인으로 선정하고, 이에 대한 의존성 및 영향 경로를 도출
- 물 공급 서비스는 데이터센터 운영에 필수적인 수자원 의존도가 높다는 점에서 핵심 의존 요인으로 판단
- 서식지 분절화는 사업장이 생태축 상에 위치함에 따라 서식지 연결성에 영향을 미칠 가능성이 높다는 점을 고려하여 핵심 영향 요인으로 선정

핵심 요인 의존성 및 영향 경로

01. 의존성 경로



02. 영향 경로



영향 중대성 평가

- 추진 사업장의 자연자본 영향 및 의존성을 규모·범위·회복가능성 등을 종합 고려하여 중대성 평가 진행
- 평가 결과, 물과 관련된 의존성 및 영향 요인이 주요 요인으로 도출되었으며, 사업장 토지 이용 및 시설 운영에 따른 서식지 분절화 또한 높은 영향 요인으로 확인

의존성·영향 중대성 평가 결과

의존성 요인	중대성	영향 요인	중대성
물 공급 서비스	중	담수 자원 사용 증가	중
수자원 유량 조절 서비스	중	서식지 분절화	하
국지적 기후 조절 서비스	하		
홍수 완화 서비스	하		

환경영향관리

춘천 사업장 LEAP 분석

Case Story

Assess

위험·기회 중대성 평가

- 식별된 의존성 및 영향 요인을 기반으로 자연 관련 기회 및 위험을 식별하고, 재무적 영향과 사업 지속가능성을 기준으로 중대성 평가 진행
- 평가 결과, 수자원 의존도가 높은 데이터센터 특성상 수자원 관련 리스크가 비교적 높은 중대성으로 평가됨
- 용수 재이용 및 생태 복원 활동은 비용 절감과 지역사회 신뢰 확보 측면에서 핵심 기회로 평가됨

자연자본 위험·기회 중대성 평가 결과

	기회 및 위험	재무적 영향	영향도	발생 가능성	중대성
물리적 위험	냉각수 사용 증가로 인한 지역 수자원 고갈 및 수질 악화	용수 확보 비용 증가, 운영 제한에 따른 매출 손실	중	하	중하
전환 위험	수자원 사용 규제 강화 및 사용량 제한 정책 도입	설비 교체 및 수처리 시스템 투자 비용 증가	중	중	중
	데이터센터로 인한 생태계 훼손 논란 및 지역사회 반발	공사 중단·이전 비용, 브랜드 가치 하락	중	하	중하
기회	데이터센터 인근 생태복원 사업 및 녹지 조성 확대	인허가 리스크 완화, 브랜드 가치 상승	중	중	중
	용수 재이용 시스템 및 고효율 냉각 기술 도입	장기 용수·전력 비용 절감, 규제 대응 비용 감소	중	중	중

Prepare

생태 관리 활동

조류

- 조류 개체 수 보호를 위해 인공둥지 조성
- 인공둥지에서 번식한 조류는 2종(박새, 딱새)
- 조성한 11개의 인공둥지 중 5개 둥지에서 번식, 그 중 3개는 2차 번식
- 향후 인공둥지 모니터링을 지속하고 번식 성공률 및 이용 종을 분석하여 관리 방안을 고도화할 계획

포유류

- 멸종위기야생생물 반복 출현을 통해 사육 일대가 법정보호종 이동·정착 가능 공간으로 확인
- 대룡산-구봉산 생태축을 고려한 야생동물 서식지 연결 활동 검토

식물

- 육상녹화지역 내 자연 이입 종 크게 증가함에 따라 과거 문헌조사에 비해 약 100종 증가로 확인
- 사업장 내 생태계교란종 제거 및 관리 시행

곤충

- 사업장 내 산림지역에서 높은 곤충 종수 및 개체수 확인
- 산림 보존, 낙엽층 유지, 생태통로 조성을 통하여, 육상 곤충 서식지 질 개선 및 연결성 강화 예정

토양

- 춘천 사업장 면적 중 녹지 공간이 약 56% 차지
- 육상정원은 탄소 흡수 기능을 수행하는 동시에 건물의 열부하를 완화하여 에너지 절감에 기여

지표 및 목표

- 생물다양성 모니터링을 넘어 지속적인 보전과 개선을 위해 정량적 지표 및 중장기 목표 설정 검토
- 현재 중점 관리 지역인 춘천의 특정 야생동물 등을 핵심 성과지표(KPI)로 설정하는 방안 검토
- 인공둥지 설치, 포식자 개체수 관리, 생태통로 조성 등의 실행 과제를 통해 생태계 보전 활동 추진 예정
- 향후 춘천 지역의 성과를 기반으로 전체 사업장으로 관리 범위를 확대할 계획

생물다양성 관리 지표

구분	단위	2025
설치 인공둥지	개	11
인공둥지에서 번식한 조류	종	2
1차 번식이 확인된 인공둥지	개	5
2차 번식이 확인된 인공둥지	개	3

환경영향관리

춘천 사업장 LEAP 분석

Case Story

AR3T 활동¹⁾

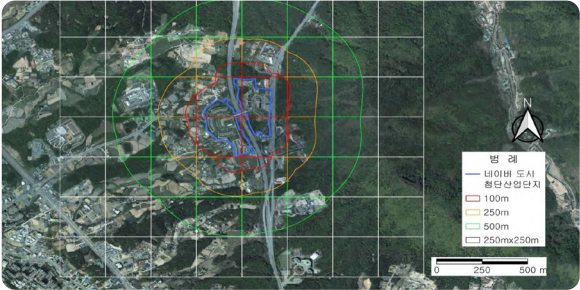
1야생조류 개체수 증진Regenerate

- 사육 내에 번식이 가능한 조류를 파악하고 조류에 맞는 인공둥지를 설치
- 둥지에 필요한 재료와 먹이를 제공하며, 둥지 관리 및 번식 활동 관찰 진행
- 조류의 육추 시 발생할 수 있는 위험을 최소화, 번식 성공률을 높임으로써 생물다양성 유지 또는 증가



2빛 공해 및 소음 공해 관리Reduce

- 건축 초기 단계부터 빛공해를 고려한 조명 설계 및 운영, 외부 조명 최소화 적용
- 데이터센터는 운영동 및 외부 안전 조명을 제외하고 내부 조명 미설치로 빛공해 발생 최소화
- 불필요한 외부 조명 최소화 및 자동 소등 시간 관리 시행
- 향후 특정 계절(조류 번식기 등) 조명 강도 조절 방안 검토 예정



3데이터센터 옥상 녹화Avoid

- 구봉산의 생태축이 끊어지지 않도록 데이터센터 옥상의 절반이 넘는 면적에 나무와 풀을 식재
- 옥상의 녹지는 여름에는 뜨거운 태양열을 차단하고 겨울에는 내부의 열을 지켜 냉난방 전력 소비 절감



향후 계획

- 2025년 춘천 사업장을 시작으로 사업장 단위 생물다양성 현황 파악 및 TNFD 공시 기반 구축을 위해 조류, 포유류, 식물, 곤충, 토양 등 생태현황조사 최초 실시
- 2026년에는 세종 사업장으로 조사 범위를 확대하여 조류, 식생 등 전반적인 생태현황조사를 실시할 예정이며, 사업장별 생물다양성 현황 비교 분석을 통해 향후 보전 전략 수립에 활용할 계획
- 이를 기반으로 전 사업장 단위의 생물다양성 현황 파악 및 자연 관련 리스크 관리 체계를 단계적으로 구축해 나갈 예정

1) Avoid(회피), Reduce(감축), Regenerate/Restore(재생/복원), and Transform(전환)으로 구성된 자연자본 관리 접근 방식

환경영향관리

생물다양성 보전 활동

Case Story

성남시 울동공원 생물다양성 탐사

- 생물다양성 보전을 위해 전문가와 함께 5년 주기로 순회하며 성남시 지역의 생태 변화 추적
- 네이버 임직원 10명은 2025년 울동공원 탐사에 참여하였으며, 식물 분야를 맡아 전문가와 함께 현장 조사 진행
- 탐사 지역 생물종 동정 및 기록, 생물종 모니터링에 참여
- 2026년에는 자체적인 연간 생태탐사 프로그램 및 사업장 내 생태 투어 프로그램 준비 중

생태계 교란식물 제거

- 네이버 커넥트원 생물다양성 조사 결과, 부지 내외 생태계 교란식물 확인
- 사업장 경계 바깥 약 5~10m 구간까지 관리 대상으로 지정하여 생태계 교란식물 제거 활동 진행
- 서식 규모에 따라 소규모 발생 지역은 제초, 광범위 분포 지역은 베어내는 방식의 관리(삭초) 적용
- 이러한 활동을 통해 토종 식물의 서식 환경을 보호하여 지역 생물다양성 보전에 기여

생태계 보전을 위한 협력·후원

국립생태원

- 국립생태원과 2025년 기후 환경 및 생태계 보전을 위한 MOU를 맺고 향후 3년간 상호 협력해 나갈 계획
- 네이버에서는 독도생태포럼 진행을 위한 공간과 물품을 후원하였으며, 생태 관련 분야의 상호 협력을 이어 나갈 예정

한국생태학회

- 한국생태학회와 협력하여 사업장 내 생물다양성 조사를 추진하고 있으며, 학회의 각종 행사를 후원

1. 국립생태원 업무협약식
2. 독도생태포럼 공간 후원
3. 생태계 교란식물 제거 활동
4. 울동공원 생물 탐사 활동 모습
5. 한국생태학회 협력 사업장 생물다양성 조사



환경영향관리

목표관리

지표	2025년 성과	세부 추진 목표	
		단기(2026년)	중기(2027~2030년)
기후변화 물 관련 물리적 리스크 분석 고도화	• 네이버 디지털 트윈 솔루션 ALIKE 활용 사업장 물 리스크 정밀 분석 및 시뮬레이션 결과 공개	• 사업장별 비상 사태 대비 대응 프로세스 반영으로 회복탄력성 제고	• 수자원 변화로 인한 중대한 위험 및 기회 식별 - 비즈니스 포트폴리오 영향 분석 - 잠재적 재무영향 및 기회창출 비용 산출
생물다양성 목표 수립 및 영향 관리 전 사업장 확대	• 데이터센터 각 춘천 및 커넥트원 사업장의 생태현황 조사 연구 결과 공개	• 데이터센터 각 세종 사업장의 생태현황 조사 연구 수행 • 주요 영향 대상에 대한 관리목표 수립, 단계적 실행체계 구축	• 구체적인 목표, 적용 대상, 영향 관리 등 포함한 생물다양성 선언 • TNFD 프레임워크에 따른 체계 구축 및 정보 공개 확대

	목표 집약도	실질 집약도	달성률
물 사용량 ¹⁾ (톤/매출액 십억 원)	26.3	32.6	80%
폐기물 배출량 (톤/매출액 조 원)	47.2	25.5	185%

1) 취수량 기준

환경친화적 플랫폼

네이버는 수많은 사용자와 파트너, 소비자가 연결된 디지털 생태계 플랫폼으로서, 이 광범위한 연결망이 지닌 영향력을 환경적 가치 창출의 기반으로 삼고 있습니다.

검색·콘텐츠·커머스 등 다양한 서비스 전반에서 친환경성을 제고할 수 있는 방안을 모색하는 한편, 그린 브랜드와 그린슈머를 잇는 환경친화적 커머스 플랫폼 제공을 통해 이커머스 ESG 생태계를 확장하고 있습니다. 뿐만 아니라 기후변화 관련 정보 제공을 통한 사회적 인식 제고에도 힘쓰고 있습니다.

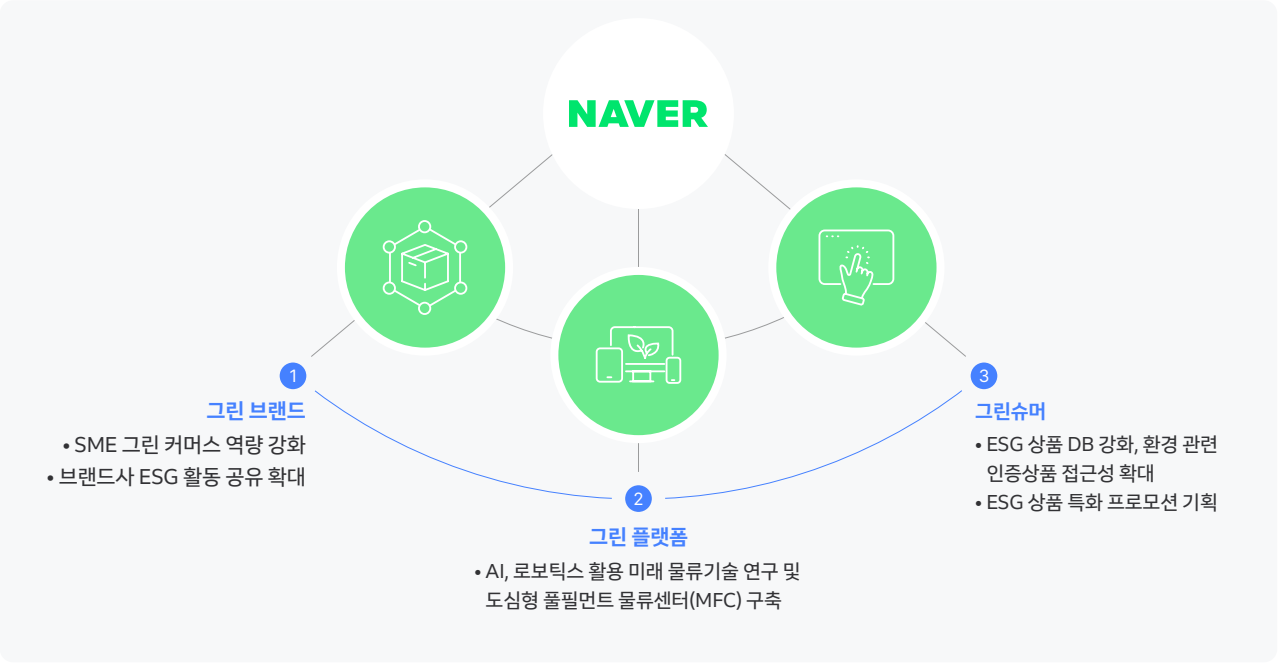
네이버는 플랫폼 기업으로서 사회 전체의 친환경 전환과 사회적 탄소배출 회피·저감에 기여하는 방안을 고민하여 이를 서비스로 제공하고자 합니다. 특히 서비스의 정량적 탄소 감축량의 산출을 목표로 추진하여 2040 Carbon Negative 달성과 저탄소 사회 전환에 기여함으로써 저탄소 전환 환경에서도 지속가능한 사업 운영 기반을 강화해 나가고 있습니다.

정책 및 체계

그린 커머스 전략

- 2022년 ‘그린 플랫폼, 그린 브랜드, 그린슈머’ 세 가지 축으로 구성된 환경을 위한 그린 커머스 전략을 수립하고 각 영역에서 구체적인 실행안 추진
- 친환경 제품을 생산하고 판매하는 그린 브랜드와 친환경 제품을 선택하는 현명한 그린슈머가 네이버 그린 플랫폼 안에서 서로 연결되는 선순환 구조의 생태계 조성
- ‘그린 플랫폼’은 환경 관련 인증 등록 상품을 소개하는 물류 플랫폼 도입 및 확대
- ‘그린 브랜드’는 SME(중소상공인)의 ESG 활동과 친환경 상품을 알리고 관련 역량 강화
- ‘그린슈머’는 구매자가 더욱 편리하게 친환경 및 ESG 연관 상품을 찾고 선택할 수 있도록 지원

그린 커머스 추진방향성



환경친화적 서비스 발굴

- 검색·콘텐츠·커머스 등 네이버의 다양한 서비스 전반에서 환경적 개선 포인트를 발굴하고 실질적인 탄소 감축으로 연결하는 환경친화적 서비스 전환 추진
- CEO 주도로 환경 분야 지속가능성 관련 신규 사업 아이템을 적극 발굴하며, 저탄소 전환 환경에서의 새로운 사업 기회 확대 모색

이용자 친환경 정보 전달

- 네이버 서비스 내 환경친화적 요소를 지속적으로 도입하여 이용자의 환경 인식 제고 및 행동 변화 유도
- 주요 환경단체·기관과 협업하여 신뢰도 높은 환경 정보가 네이버 서비스 이용자에게 효과적으로 전달될 수 있도록 추진
- 플랫폼 기업으로서의 영향력을 활용해 친환경 생활 방식이 사회 전반에 확산될 수 있도록 노력

환경친화적 플랫폼

활동 및 성과

네이버 플레이스 자원순환 정보 제공

- 2024년 하반기 성남시와 협력하여 진행한 ‘성남자원순환가게re100’ 거점정보 제공 경험을 전국으로 확대하기 위해 2025년 3월 한국환경공단과 ‘고품질 재활용품 회수보상사업’ 업무협약(MOU) 체결하여 고품질 재활용품 회수·보상제 거점 정보를 네이버 스마트플레이스(지도)와 연동
- 위치 기반 검색을 통해 주변의 수거 거점 위치, 영업시간, 운영 정보 제공하며 ‘재활용품 회수거점’, ‘재활용센터’, ‘분리배출’ 등의 키워드 검색을 지원하여 정보 접근성 강화
- 올바른 분리배출을 유도하고 소각되는 폐기물 양을 줄여 지역사회 순환 경제 활성화에 기여

그린리턴

- 고품질 재활용 회수보상 사업의 새이름으로 재활용 가치가 높은 자원을 선별하여 정확하게 배출한 시민에게 보상을 제공함으로써, 자원 선순환을 촉진하는 시민참여형 인센티브 제도



네이버 플레이스 재활용품 회수·보상제 거점 정보 연동



네이버 전자문서 서비스

- 네이버는 과학기술정보통신부에서 인증한 공인전자문서중계자로서 종이로 송달되던 고지서 및 통지서를 모바일 전자고지서로 대체하여 이용자에게 제공하는 전자문서 서비스 운영
- 2022년부터 제공 중인 전자문서 서비스로 기여한 탄소 감축량을 산정하고, 산정 방법에 대한 제3자 검증을 진행
- 2025년까지 약 6억 3천만 장의 종이문서를 대체하였으며, 이를 통해 나무 7만 6천 그루를 보호하고, 6,678톤의 탄소 배출 저감에 기여¹⁾
- 보안성, 안정성 및 탄소 감축에 대한 효과가 입증된 전자문서 서비스의 제공 대상을 공공기관, 금융기관 및 민간기업 등으로 확대 중

전자문서 서비스의 환경 효과

구분		단위	2023	2024	2025
탄소 감축량		tCO ₂ eq	1,472	1,561	1,470
자원 절감량	종이 절감량 ²⁾	ton	699	741	698
	나무 자원 절약 ³⁾⁴⁾	그루	16,776	17,788	16,750
	물 사용 절약 ⁵⁾	L	62,446,195	66,214,011	62,349,702

1) 상기 언급한 제3자 검증이 완료된 방법론에 따라 추정된 값
2) 인쇄지 1장 무게 5g 기준
3) Paper Calculator Life Cycle Assessment Methodology, Paperwork(4.4 U.S. short tons per 1 Metric ton)
4) 지름 20cm(6-8인치), 높이 12m 나무 기준
5) Paper Calculator Life Cycle Assessment Methodology, Paperwork(23,600 gallons per 1 Metric ton)

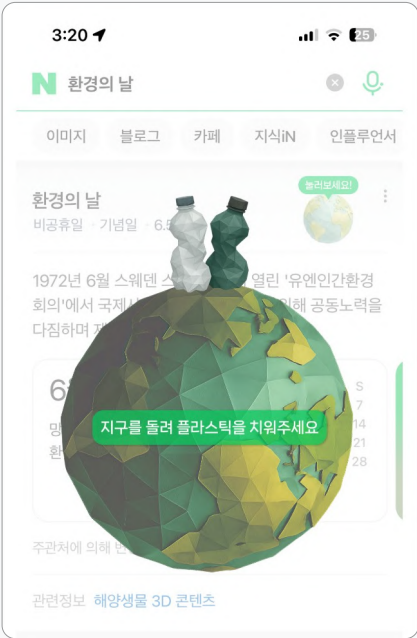
환경친화적 플랫폼

환경기념일 스페셜 로고 운영

- 2025년 Earth Hour, 지구의 날, 환경의 날 등 총 3회의 환경기념일 관련 스페셜 로고 공개
- 스페셜 로고 클릭 시 환경기념일에 대한 정보와 함께 네이버의 환경 활동을 소개하고 이용자가 환경 보호 및 기후변화 완화를 위한 활동에 참여할 수 있도록 연결
- ‘환경의 날’, ‘국립공원의 날’, ‘생물다양성의 날’ 등 검색 시 환경부, 국립생태원 등 국가기관의 공인된 정보가 연동되도록 기념일 정보 검색 결과 개선

2025년 환경기념일 스페셜 로고

- 2025년 환경의 날 주제인 ‘플라스틱 오염 종식’에 맞춰, 사용자가 3D 지구를 직접 회전하며 표면에 쌓인 플라스틱을 터치해 제거하는 스페셜 로고 운영
- 플라스틱을 모두 제거하면 해피빈 쿨을 지급하여 참여가 실질적인 기부로 이어지도록 설계
- 약 5만 명이 해피빈 쿨을 받았으며 그 중 약 9천 명이 기부까지 완료



플라스틱



자연요소 + 텍스트

그린 커머스

- 이용자가 네이버 쇼핑에서 환경친화적 상품 정보를 쉽게 인식하고, 판매자는 환경 인증 정보를 상품의 경쟁력으로 활용하도록 스마트스토어센터의 상품 관리 기능과 상품 상세 페이지를 통해 환경 정보 제공
- 환경표지인증과 저탄소인증, 비건인증을 상품 정보에 반영한 데 이어 V라벨(비건), 카본트러스트(탄소발자국), MSC(지속가능어업), FSC(지속가능산림) 등 10가지의 해외 친환경 및 ESG 인증 정보까지 확대 제공
- 네이버플러스 스토어 내 리퍼/중고 카테고리를 신설하여 제품 생애주기 연장(Reuse) 생태계 조성

환경 관련 인증 등록 상품 현황

구분	인증유형	상품 수
국내인증	무항생제수산물	221
	유기수산물인증	136
	유기수산물공식품인증	855
	환경표지인증	9,197
	저탄소인증	3,696
	비건인증	2,214
	유기가공식품인증	26,679
	무항생제축산물인증	16,248
	유기농산물	36,454
	유기축산물	2,601
해외인증	무농약농산물	132,831
	동물복지	1,584
	사회적기업	10,321
	마을기업	2,443
	식품명인	3,682
수산물	수산물통식품품질인증	1,235
	MSC(지속가능어업)	118
	FSC(지속가능산림)	1,412
	카본트러스트	163
	FAIRTRADE	182
합계		258,465

구분	인증유형	상품 수
해외인증 비건	PETA	482
	V라벨	408
	비건소사이어티	1,076
	이브비건	687
해외인증 수산물	MSC(지속가능어업)	118
해외인증 친환경	USDA	1,698
	ECOCERT(유기농)	1,842
	FSC(지속가능산림)	1,412
	카본트러스트	163
해외인증 공정무역	FAIRTRADE	182
합계		258,465

환경친화적 플랫폼

목표관리

지표	2025년 KPIs	2025년 성과	세부 추진 목표	
			단기(2026년)	중기(2027~2030년)
환경 문제 관련 이용자 정보 전달 강화 활동 확대	• 고품질 재활용품 회수·보상 사업 수거 거점 네이버 플레이스 연동	• 전국 지자체 ‘고품질 재활용품 회수보상 사업 수거 거점’ 네이버 플레이스 연동 완료	• ‘중소형 폐가전 수거 거점’ 네이버 플레이스 연동 (한국환경공단 협업)	• 공공기관 협업을 통한 이용자 정보 전달 강화 활동 지속 수행
디지털 전환에 따른 사회적 탄소 감축 성과 측정		• 전자문서 서비스로 인한 탄소 감축량 1,470 tCO ₂ eq	• 웨일UBT 디지털 전환을 통한 온실가스 회피 배출량 산정	• 디지털 전환에 따른 온실가스 감축 성과 산정 방법론 개발; 사회적 탄소 감축 기여도 산정 체계 토대 마련 • 환경친화적 서비스 포트폴리오 확대

PRINCIPLE

지배구조

윤리경영

규범준수

리스크 관리



지배구조

네이버는 다각화되고 분산된 주주 구성 및 비즈니스 환경 변화 속에서도 주주 및 다양한 이해관계자의 가치를 제고하고 건전한 지배구조를 확립하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

독립성·전문성·다양성 원칙을 기반으로 이사회 중심의 투명한 의사결정 체계를 구축하고, 경영진에 대한 관리·감독 기능을 통해 지배구조를 체계적으로 관리하고 있습니다. 또한 주주환원 정책 및 투명한 정보 공개 프로세스를 통해 주주 권익을 적극적으로 보호하고, 내외부 이해관계자 간 정보 비대칭 문제를 해결할 수 있도록 소통 역량을 강화하고 있습니다.

앞으로도 네이버는 투명성과 신뢰성을 기반으로 지속적인 지배구조 선진화와 이사회 운영 역량 강화를 통해 이해관계자 모두에게 지속가능한 기업 가치를 제공해 나가겠습니다.

정책 및 체계

지배구조 선진화

- 2021년 3월, 기업지배구조헌장 제정
- 한국ESG기준원(KCGS)의 기업지배구조 모범기준과 네이버 지배구조 현황 차이 공시 기업지배구조보고서를 통해 기업지배구조 정책 및 특징 6가지 명시 및 네이버의 약속과 실천 명문화



주주권익 보호

주주참여 제고 제도	• 기업지배구조 모범규준을 준수하여 주주총회 최소 4주 전에 소집을 결의하며, 충분한 정보를 서면 또는 전자문서로 통지 및 공고하여 주주들이 의안에 대해 충분히 검토한 후 의결권을 행사할 수 있도록 지원, 의결권 대리행사도 적극 권유 • 주주 편의 제고를 위해 2021년부터 전자투표 및 전자위임장 제도 도입, 주주총회 집중일을 피해 정기주주총회 개최 • 주주의 배당 예측 가능성 제고를 위해 배당기준일을 이사회 결의로 정할 수 있도록, 2024년 3월 정기주주총회에서 정관을 개정																														
배당 정책	• 2026년 2월, 새로운 3개년 주주환원 정책 및 계획 발표(FY2025~2027) • 경영환경(GPU를 포함한 CapEx 등 중장기 성장을 위한 투자 등)을 감안하여 2개년 평균 연결 FCF(잉여현금흐름)¹⁾의 25~35%를 현금 배당 또는 자사주 소각으로 진행할 계획 • 2025년 결산배당: 약 3,936억 원(주당 배당금 2,630원) <table><tr><th>구분</th><th>단위</th><th colspan="2">2023</th><th>2024</th><th>2025</th></tr><tr><td>배당종류</td><td>-</td><td>특별 분기배당²⁾</td><td>결산배당</td><td>결산배당</td><td>결산배당</td></tr><tr><td>주당배당금</td><td>원</td><td>415</td><td>790</td><td>1,130</td><td>2,630</td></tr><tr><td>(연결) 현금배당성향</td><td>%</td><td colspan="2">17.9</td><td>8.8</td><td>20.2</td></tr><tr><td>배당 총액</td><td>백만 원</td><td>62,398</td><td>118,985</td><td>168,437</td><td>393,596</td></tr></table>	구분	단위	2023		2024	2025	배당종류	-	특별 분기배당 ²⁾	결산배당	결산배당	결산배당	주당배당금	원	415	790	1,130	2,630	(연결) 현금배당성향	%	17.9		8.8	20.2	배당 총액	백만 원	62,398	118,985	168,437	393,596
구분	단위	2023		2024	2025																										
배당종류	-	특별 분기배당 ²⁾	결산배당	결산배당	결산배당																										
주당배당금	원	415	790	1,130	2,630																										
(연결) 현금배당성향	%	17.9		8.8	20.2																										
배당 총액	백만 원	62,398	118,985	168,437	393,596																										
자사주 활용	• 주주환원계획과 별도로 주주가치 제고를 위해 지난 3년간 매년 발행주식수의 1%를 기보유 자기주식을 활용해 소각 완료 • 2023년 11월, 기보유 자기주식 1,640,491주 소각 완료 • 2024년 8월, 기보유 자기주식 1,624,086주 소각 완료 • 2024년 11월, 신규 자기주식 2,347,500주 취득 후 소각 완료 • 2025년 8월 기보유 자기주식 1,584,370주 소각 완료 • 추후 주주환원 정책에 따라 자기주식 매입 및 소각이 있을 수 있으며, 기보유 자기주식에 대해서도 임직원 보상, 시장환경, 관련 법규 등에 따라 유연하게 고려할 예정																														

1) 연결 FCF는 당해 연결 기준 영업이익 + 비현금성지출 - 법인세납부액 - CapEx
2) 2022~2024 사업연도에 대한 주주환원 정책이 2023년 5월 결정, 발표됨에 따라 2022년 결산 배당분 약 624억 원을 2023년 8월 특별 분기배당으로 지급

지배구조

최고경영진 승계 절차

- 이사회 내 보상위원회는 최고경영진에 요구되는 역할과 자격 요건을 정립하고 역량과 자질을 갖춘 후보를 이사회에 추천하며, 이사회는 적정성을 검증하는 역할 수행
- 경영진 승계 절차 진행 주체는 보상위원회 위원장, 위원 및 이사회이며, 글로벌 주요 사례를 참고하여 마련한 4단계 승계 정책을 기반으로 매년 최고경영진 승계를 관리

최고경영진 승계 절차 세부사항

자격요건 정의

- 최고경영진 자격요건에 대해 중장기 사업방향과 연계하여 논의하며, 정의된 자격요건에 대한 업데이트 필요 여부를 매년 점검
- 핵심 역량
 - 사업간 관계를 조율하고, 글로벌 체계와 네트워크를 구축하여 도약의 계기를 만들 수 있는 경영 환경에 대한 통찰력 보유
 - 장기적인 성과 창출을 위해 급변하는 상황을 예측하여 미래 방향성을 제시하고, 혁신을 주도할 수 있는 역량

후보군 선정

- 내부 후보군 롱 리스트(Long List) 매년 점검 및 관리
- 신임 최고경영진 선임이 필요한 경우 내부 후보군 외 외부 후보군도 균형 있게 검토

관리 및 육성

- 후보군별 직책 및 역할별 니즈에 부합하는 전략적 육성 프로그램 진행
- Biz 인사이트 중심의 전문 교육을 통해 경영자적 통찰력 및 의사결정 역량 강화
- 고위 경영자 과정 NAVER ELP(Executive Leadership Program) 등과 연계하여 비즈니스 관점을 다각화하고 경영 전문성 심화

검증 및 선임

- 최고경영진 선임 시, 롱 리스트의 후보군 재검증 후 적합한 후보 추천
- 보상위원회 위원장이 주체가 되어 후보자군의 정성/정량 지표 바탕으로 적합 여부 검증
- 이사회에서 후보군 확정
- 주주총회 결의를 진행하여 최고경영진 최종 선임

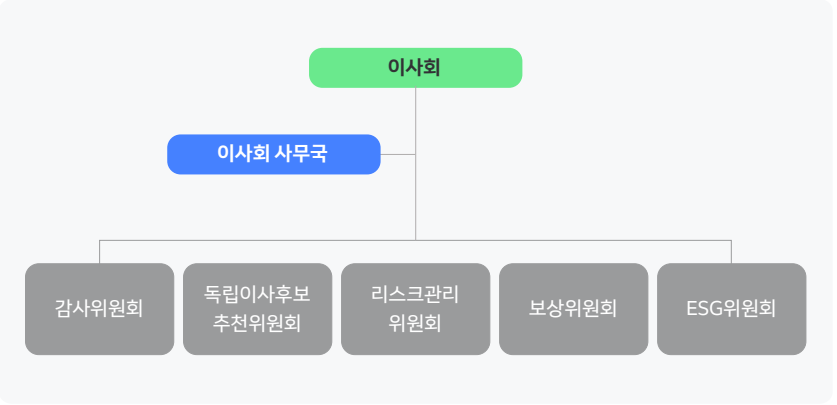
이사회 구성

- 네이버는 회사의 자산 총액이 2조 원을 초과한 2012년부터 이사회외의 과반수를 독립이사후보추천위원회 검토를 거친 독립성이 검증된 독립이사로 구성하여 독립이사 중심의 이사회 운영 원칙을 구현
- 이사는 상법 및 정관에 따라 최소 3인, 최대 7인까지 선임할 수 있으며, 2026년 3월 기준 총 7인의 이사회 구성원 중 과반수 이상인 4인이 독립이사로 구성(독립이사 비율 57%)
- 이사회 역할 및 경영 투명성 강화를 위해 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리함으로써 상호견제시스템을 구축하였고, 이사회 고유 기능인 관리감독 역할을 충실히 수행하여 책임경영을 실행하고 기업지배구조의 객관성과 투명성을 강화
- 이사회 출석 인원 중 이사회 결의에 대하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못하도록 규정
- 상법 시행령의 독립이사 연임 제한을 준수, 이사 재임 기간은 고루 분포되어 있으며 연령대는 40~60대로 구성
- 이사회 독립성 및 다양성 가이드라인을 수립하고, 지배구조보고서를 통해 상세히 공개
- 이사회 독립성 및 다양성 정책을 별도로 발간하여 관리(2026년 내 정책 공개 예정)
- 성별, 연령, 국적, 인종, 종교, 교육 수준, 장애 여부 등에 따른 차별 없이 전문 지식과 경험을 기반으로 이사회 구성

이사회 구성 원칙

독립성	• 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하여 이사회 독립성 확보 • 이사회외의 과반수를 독립이사로 구성 • 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권 행사 제한
투명성	• 모든 이사는 주주총회 결의로 선임
전문성	• 금융, 법률, 재무, ESG 등 회사 경영에 필요한 다방면의 지식과 산업 경험이 풍부한 전문가를 이사로 선임
다양성	• 후보 선정 시 인종, 성별, 나이, 종교, 장애, 국적, 지역, 정치적 성향 등을 이유로 제한 금지

이사회 조직도



감사위원회	• (목적) 이사 및 경영진 업무 감독 • (권한) 외부감사인 선정 승인, 그 밖에 감사 업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항
독립이사 후보추천위원회	• (목적) 주주총회에 독립이사 후보를 추천하기 위하여 후보군 관리 및 검증 • (권한) 독립이사 선임 원칙의 수립, 점검, 보완과 상시적인 독립이사 후보군 관리 및 후보 검증
리스크관리위원회	• (목적) 회사 내 운영, 재무, 인사, 법무, 개인정보보호 및 정보보안 등 전 영역에서 통합적인 리스크관리 • (권한) 전사 통합적인 리스크관리 기본방침, 전략 수립 및 리스크 발생 원인 진단, 개선 방안 검토 등
보상위원회	• (목적) 이사회 의장 및 CEO 등 주요 임원에 대한 평가, 보상 등의 심의 • (권한) 이사회 의장 및 CEO 등 주요 임원에 대한 평가 및 보상에 관한 중요 사항을 심의하고 이사회에 제안
ESG위원회	• (목적) 회사 경영 의사결정 내 지속가능성(Sustainability) 내재화 및 주요 환경, 사회, 지배구조 리스크와 기회 관리 • (권한) 전사 ESG 추진사항에 대한 최고이사결정 수행, 환경/사회적 지속가능성 기반의 비즈니스 아이템 발굴 및 투자 의사결정, 기후변화 대응 전략 및 방향성 수립, ESG 정보공시 및 대외 커뮤니케이션 관리, 사회공헌 집행

지배구조

이사회 현황 및 Board Skills Matrix(BSM)

		이해진	최수연	김희철	노혁준	변재상	이사무엘	김이배
성별		남	여	남	남	남	남	남
구분		이사회 의장	사내이사(대표이사)	사내이사(CFO)	독립이사	독립이사	독립이사	독립이사
출생년월		1967.06	1981.11	1976.03	1970.09	1963.06	1972.07	1963.07
임기		2025.03~2028.03	2022.03~2028.03(1회 연임)	2026.03~2029.03	2022.03~2028.03(1회 연임)	2024.03~2027.03	2024.03~2027.03	2025.03~2029.03(1회 연임)
현직		• 네이버 Founder & 이사회 의장	• 네이버 대표이사	• 네이버 CFO	• 서울대학교 법학전문대학원 교수		• Endowus Co Founder, Chairman	• 덕성여자대학교 회계학전공 교수 • 국민연금 ESG 경영위원회 위원 • 한국지속가능성기준위원회 비상임위원
소속위원회 (●: 위원장, ○: 위원)	감사위원회				○	○		●
	독립이사후보추천위원회				○		●	○
	리스크관리위원회				○	●	○	
	보상위원회				●	○		○
	ESG위원회			●		○	○	○
경력 및 전문성	학력	서울대학교 컴퓨터공학 학사 한국과학기술원(KAIST) 대학원 전산학 석사	연세대학교 법학전문대학원 석사 Harvard Law School, LL.M.	연세대학교 경영학 학사	서울대학교 대학원 법학과 법학박사 Northwestern Univ. School of Law, LL.M.	서울대학교 법과대학 공법학과 학사	Royal Holloway, University of London Stanford Graduate School of Business & NUS Business School	서울대학교 경영대학 경영학과 경영학사 서울대학교 대학원 경영학과 경영학 석사 송실대학교 대학원 회계학과 경영학 박사
	경력	• 삼성SDS(주) • 네이버컴 대표이사 • NHN(네이버) 이사회 의장 • 네이버 Global Investment Officer	• NHN(네이버)홍보, 마케팅 • 법무법인(유) 율촌 변호사 • 네이버 글로벌 사업지원 책임리더 • United Nations Global Compact Board Director	• NHN(네이버) 재무기획실 • 네시삼십삼분 재무 실장 • 네이버 CV Center 책임리더	• 서울지방법원 남부지방법원 판사 • 법무법인(유) 율촌 변호사 • 단국대학교 법과대학 조교수 • Harvard Law School 방문연구원	• 미래에셋증권 대표이사 사장 • 미래에셋생명 사장 • 미래에셋대우 사장 • 미래에셋생명 대표이사 사장	• Morgan Stanley Investment Management Co. Managing Director & Asia CIO • Morgan Stanley Investment Management Co. CEO & Chairman of the Board • Far East Orchard Ltd., Independent Director, Nominating Committee Chair, Remuneration Committee	• 금융위원회 회계제도심의위원회 위원 • 금융위원회 금융발전심의회 위원, 자본시장분과위원장 • 한국정부회계학회 회장 • 한국회계정책학회 회장
	법률 및 정책/리스크관리	●	●		●	●	●	
	기업 경영, 재무, 금융	●	●	●	●	●	●	●
	산업/경제	●	●	●		●	●	●
	ESG		●	●				●
	커뮤니케이션/이해관계자 대응		●	●	●	●		
	IT	●						
네이버와의 이해관계 여부		Founder	대표이사	CFO	-	-	-	-

* 2026년 3월 말 기준
* 제27기 네이버 정기주주총회(2026년 3월)를 통해 1명의 이사가 선임되고, 1명의 이사 퇴임: 선임 이사(김희철), 퇴임 이사(변대규)

지배구조

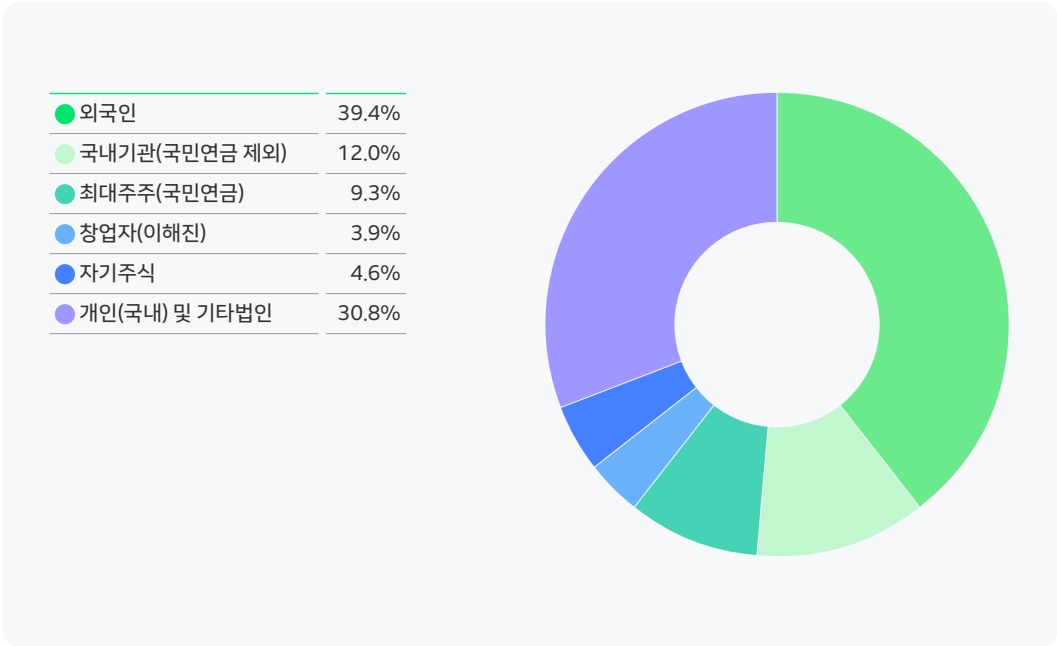
활동 및 성과

주주가치 제고

주주 구성 및 자본구조

- 2025년 12월 말 기준, 네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 주주의 약 40%는 외국인 주주로 구성
- 발행한 주식은 전부 보통주식으로, 주식 수에 따라 공평한 의결권 부여
- 발행 가능한 주식의 총 수: 300,000,000주(1주의 액면금액: 100원)
- 2025년 12월 말 기준, 발행주식총수는 156,852,638주, 자기주식 수는 7,272,861주로 의결권 행사 가능 주식의 수는 발행 주식 대비 총 95.36%인 149,579,777주

주주 구성표



주식의 종류 및 의결권

구분	유형	단위	주식수	비고
발행주식 총수	보통주	주	156,852,638	
의결권 없는 주식수	보통주	주	7,272,861	자기주식
의결권을 행사할 수 있는 주식수	보통주	주	149,579,777	

주식 동향

구분	단위	2023	2024	2025
최고가	원	234,500	231,500	290,500
최저가	원	178,300	155,000	176,900
연말 증가	원	224,000	198,900	242,500
KOSPI 지수	포인트	2,655.28	2,399.49	4,214.17
시가 총액	백만 원	36,379,525	31,513,121	38,036,765

주주 및 투자자 소통 강화

- IR(Investor Relations) 정책에 따라 다양한 채널을 통해 국내외 주주 및 투자자와 소통하여 주주가치 및 신뢰 향상
- 향후 주주 친화적 운영을 강화하고자 주요 IR 행사 시 독립이사가 참여하여 주주 의견을 직접 청취하고 이사회에 적극적으로 반영하는 방안을 검토 중

주요 소통 채널

홈페이지 • 별도의 국·영문 IR 페이지 운영	보고서 발간 • 영업보고서 • 기업지배구조보고서 • 감사보고서 등	IR 미팅 • 담당 부서 참여 투자자 미팅 진행 • 최고경영진과 이사진 참여 미팅 진행
NDR(Non-Deal Roadshow) • 국내외 NDR 진행	DAN 25 Conference • 경영진이 기업 비전 및 전략을 공유	외부 행사 참여 • 증권사 주최 Corporate Day-Conference 참가

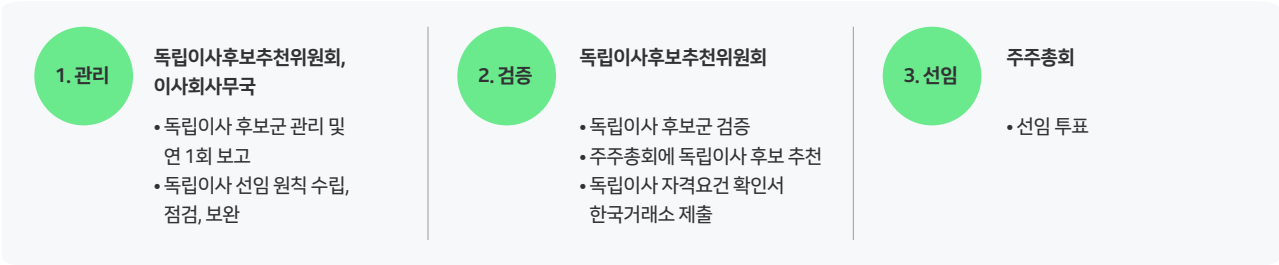
지배구조

투명한 이사회 운영

독립이사 선임 프로세스

- 독립이사 후보추천위원회에서 연 1회 독립이사 후보군을 보고 받으며 후보군 Pool을 운영
- 후보 추천 시 관련 법령과 정관에서 요구하는 자격요건을 검토하고 경영, 경제, 회계, 법률, 기후, ESG 또는 관련 기술 등에 전문 지식과 경험이 풍부한 인물을 후보로 선정
- 독립이사 선임 시 기업지배구조헌장, 정관 및 관련 법률상 독립이사의 자격요건을 충실히 확인하여 ‘독립이사 자격요건 확인서’ 및 ‘감사위원회 적격요건 확인서’를 한국거래소에 제출
- 타회사 지분 소유, 당사 및 당사 계열회사 지분 현황, 네이버 및 네이버 계열회사의 과거 재직 여부 등 각종 이해관계를 상세하게 확인
- 이해상충 문제 발생을 방지하기 위하여 이사와 네이버 및 계열회사 간 이해상충을 지속적으로 분석 및 점검

독립이사 선임 절차



독립이사 주요 결격사유

1. 회사의 상무에 종사하는 이사, 집행임원 및 피용자 또는 최근 2년 이내 회사의 상무에 종사한 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
 2. 최대주주 본인, 배우자 및 직계 존속, 비속
 3. 최대주주가 법인인 경우 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
 4. 이사, 감사, 집행임원의 배우자 및 직계 존속, 비속
 5. 회사의 모회사 또는 자회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
 6. 회사의 거래관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
 7. 회사의 이사, 집행임원 및 피용자가 이사, 집행임원으로 있는 다른 회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자

이사회 운영

- 이사회 운영 전반에 대해 정관과 이사회 운영규정 지침을 따르고 있으며, 주기적으로 정기 이사회를 개최하고, 필요 시 수시로 임시 이사회를 개최
- 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 각 분야에 전문 지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영
- 독립이사는 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회 사무국 및 각 전담 부서¹⁾가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고, 외부 교육을 수강

2025년 이사회 운영 현황

- 독립이사 교육: 독립이사를 대상으로 사업 전략 및 금융 환경에 대한 교육을 5회 실시, 정기적으로 리스크 관련 교육 진행

- 독립이사 이사회 참석률: 독립이사의 이사회 평균 참석률 100%(개별 독립이사 전원 100% 참석)

- 이사회 개최 횟수: 이사회 총 11회 개최(정기 이사회 10회, 임시 이사회 1회), 23건의 결의안건 및 18건의 보고 안건 의결

2025년 이사회 운영 성과

구분	개최 횟수	안건 ²⁾	독립이사 출석률 ³⁾
이사회	11	23(41)	100%
감사위원회	7	10(31)	100%
독립이사후보추천위원회	2	1(2)	100%
리스크관리위원회	4	1(13)	100%
보상위원회	5	4(6)	100%
ESG위원회	5	3(12)	100%

1) 이사회(이사회사무국), 독립이사후보추천위원회(이사회사무국), 리스크관리위원회(리스크관리 워킹그룹, Compliance), 감사위원회(감사실), 보상위원회(Leadership Channel), ESG위원회(Green Impact)

2) 괄호 안 숫자는 보고 안건 포함 시 안건 수

3) 독립이사 출석률은 보고 안건까지 포함한 총 개최 건수 대비 출석률의 평균

지배구조

2025년 이사회 결의 내용¹⁾

회차	개최일자	의안내용	가결여부
1	2025-01-02	제1호 의안: Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분	가결
2	2025-01-23	제1호 의안: 회사 안전 및 보건에 관한 계획	가결
3	2025-02-06	제1호 의안: 2024년 4분기 실적보고 및 연간 재무제표 승인	가결
		제2호 의안: 제26기 정기주주총회 소집	가결
		제3호 의안: 자기주식보고서	가결
5	2025-03-26	제1호 의안: 이사회 의장 선임	가결
		제2호 의안: 대표이사 선임	가결
		제3호 의안: 이사회 산하 위원회 구성 변경	가결
		제4호 의안: 임직원 RSU 지급을 위한 자사주 처분	가결
		제5호 의안: 준법지원인 선임	가결
6	2025-04-30	제1호 의안: 2025년 계열회사와의 거래	가결
		제2호 의안: 계열회사 임원 RSU 지급을 위한 자기주식 처분	가결
		제3호 의안: 2025년 재단기부금 출연(해피빈, 커넥트)	가결
8	2025-08-05	제1호 의안: 글로벌 C2C 사업 확장을 위한 전략적 투자 승인의 건	가결
		제2호 의안: 2024 주주환원 실행의 건	가결
9	2025-11-04	제1호 의안: 자산양수도 거래 승인 ²⁾	보완
10	2025-11-26	제2호 의안: 각 세종 2, 3차 구축 승인	가결
		제1호 의안: 자산양수도 거래 승인	가결
11	2025-12-16	제2호 의안: 네이버파이낸셜 포괄적 주식교환의 건	가결
		제1호 의안: 종속회사 대여 후 출자 전환	가결
		제2호 의안: 사채 발행 한도 대표이사 위임	가결
		제3호 의안: 단기 차입 실행	가결
		제4호 의안: 2025년 주식매수선택권 부여 취소	가결

1) 4회차, 7회차는 보고 안전만 진행하여 제외
2) 이사 전원의 동의로 일부 조건 재검토 후 재상정

성과평가 및 보상

이사회

- 독립이사를 포함한 이사회 성과평가를 연 1회 정기적으로 실시하고 있으며, 성과평가는 이사회 구성원의 이사회 및 이사 본인에 대한 설문 평가 방식으로 진행
- 이사회 성과평가 시 위원회 연간 활동 평가도 함께 진행하여, 이사회 운영과 독립이사 활동 지원에 반영
- 구체적으로, 위원회 규모의 적절성, 독립성 확보여부, 지원 조직의 역할, 회의 횟수의 적절성, 정보 공유의 적시성, 위원회의 역할과 책임 등에 대한 성과 평가 진행
- 주주총회에서 승인된 이사감사의 보수 한도 내에서 이사감사의 직무 및 성과 등을 감안하여 이사회 및 이사회 내 보상위원회에서 정한 기준에 따라 보수를 지급
- 독립이사의 보수 수준 책정 시 법적 책임 수준 및 사회 통념상 회사의 규모, 동종 유사 업계의 보수 수준을 감안해 고정급 형태로 지급

2025년 이사 보수 지급 현황

구분	인원 수	보수 총액 ¹⁾ (백만 원)	1인당 평균 보수액 ²⁾ (백만 원)
등기이사(독립이사, 감사위원회 위원 제외)	3	5,510	1,837
독립이사(감사위원회 위원 제외)	1	110	110
감사위원회 위원	3	337	112

1) 당해 사업연도에 재임 또는 퇴임한 등기이사·독립이사·감사위원회 위원이 등기임원 자격으로 지급받은 소득세법상의 소득 금액
2) 보수총액을 평균 인원 수로 나누어 계산

지배구조

경영진

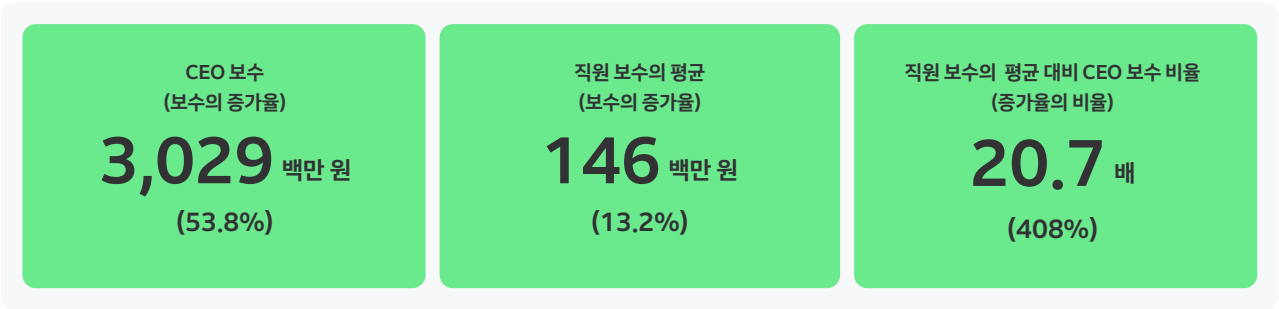
- 이사회에 보고한 중장기 목표와 당해연도 목표 및 추진과제를 근거로 보상위원회에서 종합적으로 경영진 성과를 평가¹⁾
- 사업단위 비전이 경영진의 경영 목표에 반영될 수 있도록 사업단위별 KPI가 수립된 이후 경영진의 성과평가 기준을 설정

경영진 성과평가 기준 및 보상 체계

근로소득	급여	개인의 역할 및 수행 직무의 가치를 고려하여 보상위원회에서 결정
	상여	단기성과 Target 인센티브 ²⁾ : 계량지표(영업수익, EBITDA 등)와 비계량지표 (회사 성장에 대한 개인 역할 및 기여도)를 기준으로 보상위원회에서 결정
		중장기성과 제한조건부주식(RSU) ³⁾ : 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 규모를 결정
	주식매수선택권 행사이익	이사회에서 승인된 재원 내에서 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 지급
	기타근로소득	복리후생 기준에 따라 지급
퇴직소득		임원 등에 대한 인사규정 및 임원 퇴직금 지급규정에 근거하여 지급

1) 보상위원회 2025년 1차, 2차, 3차, 4차 결의 안건 내 사내이사 보수 체계 포함
2) 기본급의 최대 150% 내에서 업무의 중요도 및 난이도를 고려하여 Target 금액을 설정한 후, 조직/개인 성과에 따라 Target 금액의 50~150% 내에서 지급
3) 계약일로부터 총 3년간 매년 30%/30%/40%씩 분할 지급하는 조건으로, KOSPI 200 기업 대비 상대적 주가상승률 백분위에 따라 0~200% 내에서 지급

CEO-직원 보수 비율



목표관리

지표	2025년 KPIs	2026년 KPIs
	달성 성과	세부 추진과제
이사회 운영·관리 강화	• 이사회 독립성·다양성 가이드라인 수립 및 공시	• 이사회·위원회 평가 개편 및 평가 기반 개선 사항 공시 고도화 • 독립이사 선임 프로세스 및 기준 공시 강화
지배구조 투명성 제고	• 최고경영진 후보군 관리 고도화 • 최고경영진 자격요건 공시 강화	• 최고경영진 승계규정 및 프로세스 공시 강화
주주환원 정책 고도화	• FY2022-2024 3개년 주주환원 정책 완료 (총 배당금: 486,892백만 원) • FY2025 현금 배당 393,596백만 원 완료	• FY2025-2027 3개년 주주환원 정책 수립 및 공시

윤리경영

네이버는 기업윤리를 경영의 근간으로 삼아 윤리경영 및 부패방지경영 체계를 체계적으로 확립하고, 윤리적·사회적 책임을 성실히 이행하며 다양한 이해관계자와 함께 지속가능한 성장을 추구합니다.

네이버는 윤리경영 목적 달성을 위해 예방·탐지·대응 전 과정에 걸친 이원적 거버넌스를 구축하고 있습니다. CRO 산하 부패관리책임자가 부패방지경영시스템(ABMS) 운영을 통해 예방적 윤리경영을 수행하고, 대표이사 직속의 조사·감사 전담 조직이 네이버 기업윤리상담센터 등 내외부 제보 채널 운영 및 조사·감사 업무를 독립적으로 수행합니다. 또한 이사회 내 감사위원회 및 리스크관리위원회의 감독 체계와 ISO 37001 기반 ABMS를 통해 부패 리스크에 선제적으로 대응하며, Integrity Code로 윤리경영을 조직문화로 내재화하고 있습니다.

이러한 거버넌스와 체계적 운영을 바탕으로 네이버는 투명하고 공정한 경영 환경을 만들어 가며, 임직원과 사회 모두로부터 신뢰받는 기업으로 성장해 나가겠습니다.

관리 및 감독

- 대표이사 직속의 조사·감사 전담 조직과 CRO(Chief corporate Responsibility Officer, 최고 책임경영 책임자) 하위의 부패방지 관리 조직이 각각의 전문 영역에서 독립적으로 기능하며, 상호 보완적으로 작동하는 체계로 운영
- 조사·감사 전담 조직은 내외부 제보 채널 등 다양한 경로를 통해 확인된 기업윤리 위반 등 비위행위에 대해 조사·감사를 수행하고 그 결과를 대표이사에게 직접 보고
- 부패방지 관리 책임자는 CRO 직속으로 부패방지경영시스템의 관리 및 운영을 총괄하며, 매년 1회 이상 부패방지경영시스템(ISO 37001) 운영 현황과 결과를 대표이사와 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고
- 부패방지 관리의 실무 조직인 컴플라이언스 부서는 ISO 37001 기반의 부패방지경영시스템을 통해 부패 리스크에서 선제적으로 대응하고, 윤리규정 (Integrity Code)의 제·개정 및 임직원 윤리 교육을 통해 윤리경영 문화의 조직 내 내재화를 주도

역할과 책임

이사회	• 부패방지경영시스템의 운용에 대해 주기적으로 검토 • 경영진이 회사의 부패방지경영시스템을 효과적으로 운용하는지를 감독
경영진	• 부패방지경영시스템의 수립, 실행, 평가, 유지 및 개선을 위한 자원을 할당 • 보고 체계를 마련하며 회사의 부패방지경영시스템의 적용 및 준수 여부에 대한 관리 및 감독

정책 및 체계

기업윤리규범

- 네이버 기업윤리규범인 Integrity Code를 통해 공동체가 가져야 할 책임, 임직원 간 이해 상충 예방 및 상호 존중을 위한 회사의 기준 등을 규정
- 본 기업윤리규범은 윤리 프로그램의 운영지침으로서 네이버의 모든 사업장과 임직원에게 적용
- 사내 다양한 언어 구성을 고려하여 국문 외 영문과 일문을 함께 제공 중
- 정규직, 계약직, 파견직, 인턴 및 네이버의 관계사 전 임직원을 대상으로 매년 서약 실시

네이버 부패방지 및 규범준수 경영방침 내용

- 1 네이버는 업무 활동에 적용되는 국내외 법률 및 사내 규정 등 모든 규범준수 의무(Compliance Obligation)를 준수합니다.
 - 2 네이버는 업무상 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등 각종 부패행위를 엄격히 금지합니다.
 - 3 네이버의 모든 임직원은 이 방침과 부패방지 및 규범준수경영시스템에 따라 운영 중인 모든 사내 규정을 준수하고, 정기적으로 부패방지 및 규범준수 경영 서약서에 서명하며 이를 엄수하겠습니다.
 - 4 네이버는 부패방지 및 규범준수 책임자를 선임하여 독립적인 지위를 보장하고, 필요한 권한과 책임을 부여합니다.
 - 5 네이버는 부패방지 및 규범준수경영시스템을 구축하고 시스템의 실행 및 모니터링을 통해 부패방지 및 규범준수 경영 수준을 지속적으로 관리하고 개선합니다.
 - 6 네이버는 임직원이 부패행위를 포함한 규범준수 의무를 위반하거나, 위반 가능성을 인지하고도 그 행위를 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않은 경우, 회사의 규정에 따라 징계 등 그에 상응하는 조치를 취합니다.
 - 7 네이버의 모든 경영진은 부패방지 및 규범준수경영시스템이 효율적으로 운영될 수 있도록 지원을 아끼지 않습니다.

윤리경영

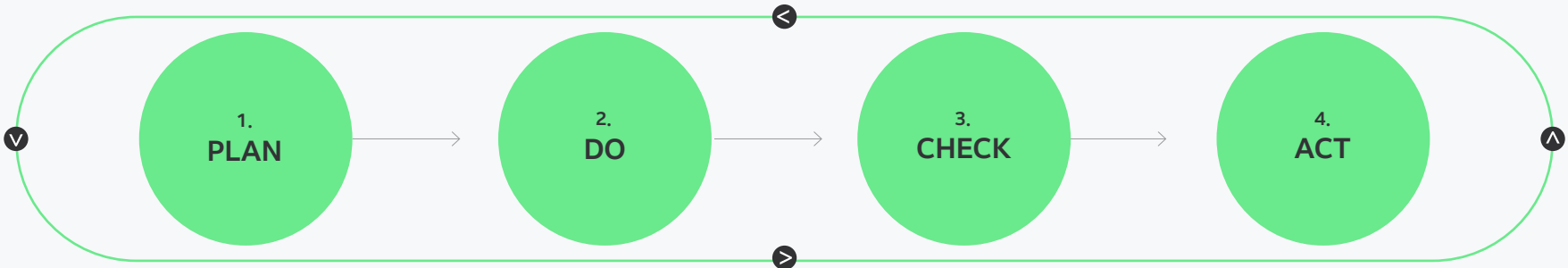
부패방지경영시스템 고도화

- 2021년 ‘부패방지 경영방침’을 수립한 이후 해당 방침에 규범준수에 대한 내용을 포함하여 ‘네이버 부패방지 및 규범준수 경영방침’으로 개정 및 공개
- ISO(국제표준화기구)가 제정한 부패방지경영시스템(Anti-Bribery Management System) 표준규격인 ISO 37001을 2021년에 최초 취득한 이후 매년 사후 인증 심사를 진행하며 고도화 추진. ISO 37001은 네이버(주) 기준으로 전 사업장에 적용 중
- ISO 37001 표준 적용범위는 ‘뇌물수수(Bribery)’에 한정되어 있으나, 네이버는 보다 적극적인 윤리경영의 실천을 위하여 ‘부패(Corruption)’¹⁾로 확장
- 매년 정기적인 부패 리스크 평가를 통해 실질적인 부패 리스크 감소 및 임직원의 인식 제고

네이버 부패방지 리스크 대응 체계

전담 조직 역할

- 부패방지 경영 규정에 따른 프로세스 운영
- 주요 부패방지 통제가 필요한 부서에 대한 리스크 평가 시행 및 통제 현황 파악



1. PLAN	2. DO	3. CHECK	4. ACT
• 전사 부패방지 목표 수립 • 대내외적으로 발생할 수 있는 부패 리스크 식별 • 부패 리스크 평가(영향도 및 잠재 수준) - 리스크의 영향도 및 발생 가능성을 고려한 정기적인 부패 리스크 종합 평가 - 리스크 ‘중’ 이상의 잔여 리스크 문제점 파악 및 개선 과제 도출	• 전사 부패방지 및 Integrity 교육 시행 - Integrity 교육 및 서약 - Integrity Survey • 부패방지 리스크 개선 및 통제 방안 - 각 업무 영역의 특성에 맞게 부패 리스크 통제 방안 실행 - 제보 채널 운영(kNock, 기업윤리상담센터)	• 부패방지 리스크 성과 평가 - 모니터링, 측정, 분석 및 평가 - 통제·개선 방안 결과 증빙 취합 - 효과성 평가 및 관리 실시 - 내부 심사 및 외부 기관 인증 심사 • 최고경영자 경영 검토 • 지배기구(이사회 내 리스크관리위원회) 경영 검토²⁾	• 리스크 통제 부적합 사항 시정 및 보완 • 부패방지경영시스템 및 대응 체계 고도화 - 모니터링 시나리오 개선 기반 유효성 확보 • 지속적 개선 이행

1) 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등을 포함
2) 2025년 2회차 리스크관리위원회 보고 안전 내 부패 리스크 평가 결과, 리스크 경감 통제 방안, 내부 심사 결과, 개선 과제 등 포함

윤리경영

활동 및 성과

기업윤리 제보 및 상담

- 임직원의 기업윤리 위반 및 부정부패, 공정거래법 등 법령 위반행위, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품 접대, 편의 수수, 대금 지급 관련 불만, 비공개 정보의 유출, 기타 부정 및 비위행위 등을 상담 및 신고할 수 있는 기업윤리상담센터 운영

네이버 기업윤리상담센터

특징

- 네이버 홈페이지를 통해 365일 24시간 상시 운영
- 임직원뿐 아니라 제3자도 상담 및 신고 가능
- 국·영문 및 익명·기명 제보 모두 가능
- 상담자의 신분, 상담 내용을 엄격히 보호하며 상담 및 자진신고에 대한 보상 및 면책 등 상담자보호 프로그램 운영
- 제보자는 처리 결과를 웹사이트에서 실시간 확인 가능

기업윤리상담센터

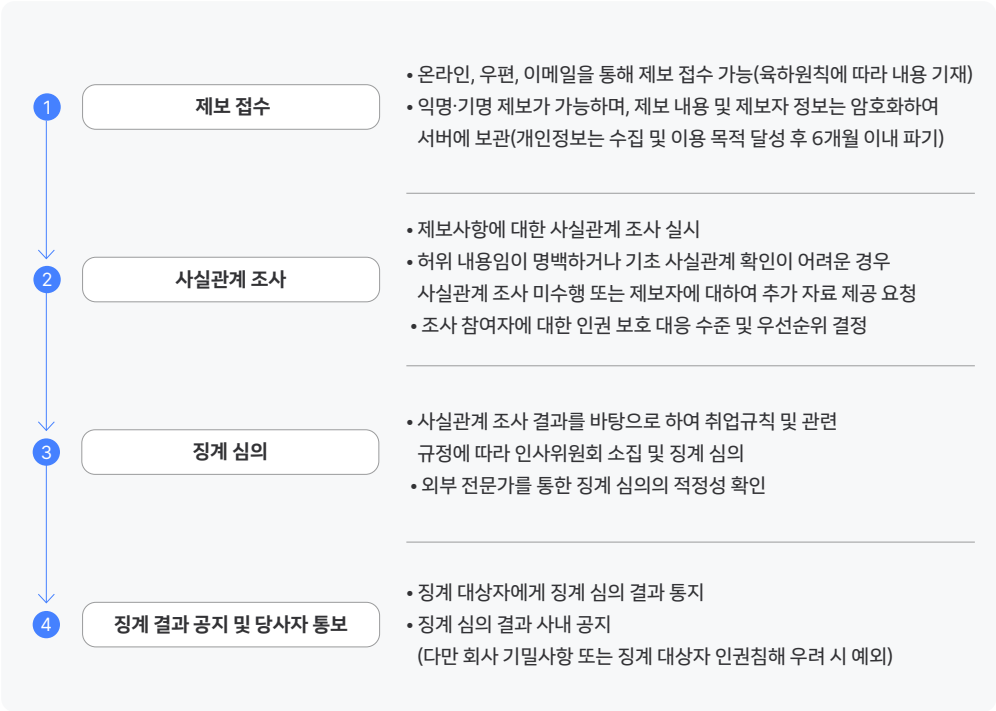
상담/신고하기

상담자보호 프로그램

처리결과 확인

네이버 및 관계회사 임직원의 기업윤리 위반사항을 알게 되었거나 위반이 의심스러운 사항에 대하여 온라인으로 편리하게 상담 및 신고할 수 있는 채널

처리 프로세스



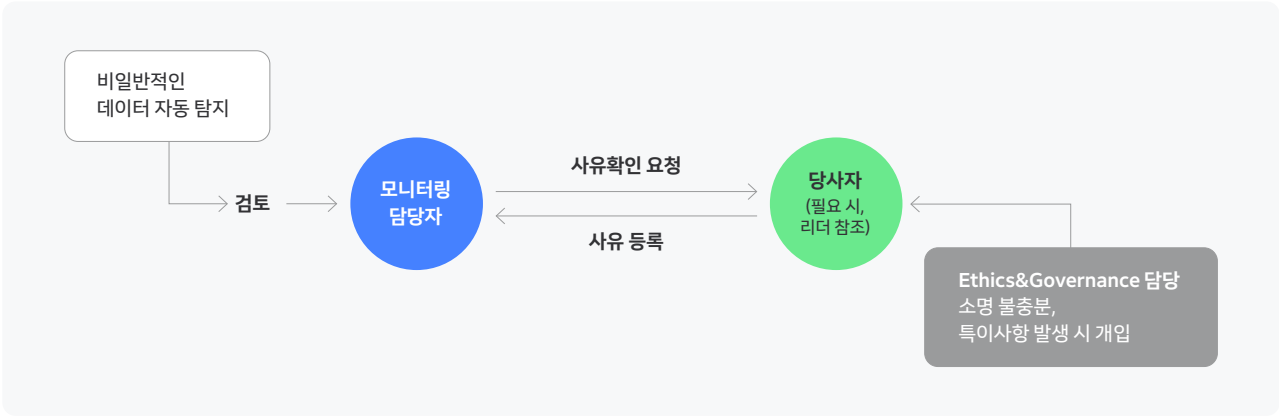
처리 절차의 독립성 및 공정성	• 준법지원인의 책임하에 신고 내용에 대한 독립적인 조사 실시 • 조사에 따른 징계는 기업윤리규범, 취업규칙 및 관련 규정을 바탕으로 인사위원회에서 심의하고, 공정한 징계 양정을 위하여 외부 전문가를 통해 양정의 적정성을 확인하는 절차를 거쳐 진행
제보자 보호	• 이메일, 우편을 통해 누구나 안심하고 상담 및 신고할 수 있도록 상담자(제보자) 보호 프로그램을 운영 • 상담 및 신고 내용은 기명으로 제보된 경우에도 비공개로 처리되어 상담자의 신분과 신고 내용 철저히 보호
처리 실적	• 2025년에는 총 24건의 제보가 접수되었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리 완료

윤리경영

윤리 감사 및 진단

- 부정·부패 리스크를 예방하고 사후에 탐지할 수 있는 체계를 운영하고 있으며, 그 일환으로 부정위험 사전 예방 시스템인 ‘Self-Check System’을 통해 윤리 위험을 상시적으로 관리
- Self-Check System은 개인, Staff(경영 지원), 비즈니스, 기술 영역의 데이터를 기반으로 이상 징후를 상시 모니터링하고, 이상 데이터 감지 시 임직원에게 안내하여 소명 기회를 제공하며 필요 시 추가 조사 및 조치를 수행하는 내부 통제 체계

Self-Check System 운영 프로세스



* 각 지표별 모니터링 담당자를 지정하여 주기적으로 이상 데이터를 검토하여 사유확인 요청을 진행하고, 이슈 발생 시 관련 부서에서 추가 조사 또는 후속 조치 수행

내부 윤리 규정 위반 조치 건수·유형

구분		단위	2023	2024	2025
내부 윤리 규정 위반 조치 현황	총 위반 건수	명	11	12	92
	감급		1	4	6
	정직		3	1	4
	해고		1	1	1
	기타 징계		6	6	81

임직원 기업윤리 및 부패방지 교육

- 네이버는 매년 계약직과 정규직 포함 전 임직원에게 Integrity Code 준수 서약을 필수로 받고 있으며 그에 관한 다양한 교육 실시

대상별 교육 및 성과

전사 임직원

- 청탁금지법 및 부패방지 관련 내용을 포함한 Integrity Code 교육 매년 진행
- 네이버의 기업윤리, 부패방지, 인권 존중 원칙인 Integrity Code의 주요 내용을 설명하고 중요성을 강조하는 온라인 교육 진행

신규 입사자

- 기업윤리에 대한 의무교육 진행
- ‘Integrity의 중요성과 나의 역할’ 교육 진행

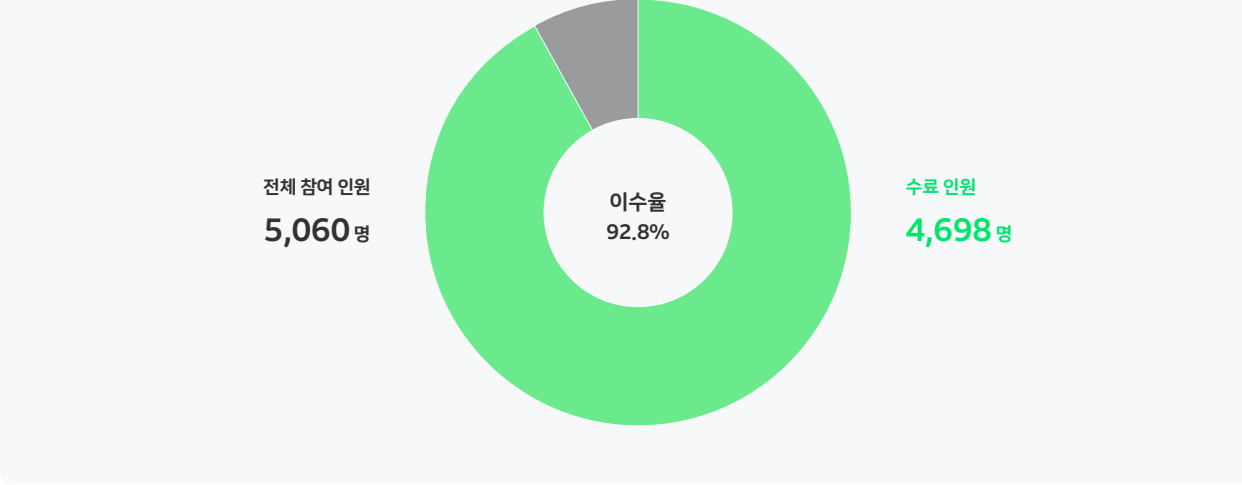
경력 입사자

- 기업윤리에 대한 의무교육 진행

리더 직급

- 매년 워크숍을 통해 별도의 심화된 윤리경영 교육 진행

2025년 교육 성과



윤리경영

목표관리

지표	2025년 KPIs	2026년 KPIs
	달성 성과	세부 추진과제
부패방지 시스템 고도화	- 부패방지경영시스템(ABMS) 사후 인증 취득 - 부패방지경영시스템 체계 점검 및 고도화 - 부패방지 체계 유효성 평가 개선 - 리스크 관리 대상 확대 및 평가 기준 정교화	- 부패방지 경영 규정 및 지침 개정을 통한 관리체계 정비 - ISO 37001:2025 개정 규격 전환에 따른 부패방지경영시스템 고도화
임직원 기업윤리 내재화	- Integrity Code 교육 이수율 관리 - Integrity Code 교육 결과 지속 모니터링 및 개선	- Integrity Code 교육 이수율 관리 - 임직원용 Integrity Code 챗봇 출시를 통한 기업윤리 내재화

규범준수

법과 규범의 준수는 네이버가 사업을 영위하는 모든 국가와 지역에서 지속가능한 경영의 출발점입니다. 네이버는 공정한 거래 관행을 바탕으로 이해관계자와의 신뢰를 쌓고, 건강한 사업 생태계를 만들어 가고자 합니다.

이를 위해 ISO 37301 기반의 규범준수경영시스템(CMS)과 공정거래 자율준수 프로그램(CP)을 양축으로 법 위반 리스크를 체계적으로 관리하며, CRO 직속 컴플라이언스 전담 조직이 이사회에 직접 보고하는 독립적인 거버넌스 구조를 갖추고 있습니다.

아울러 맞춤형 교육, 공정거래 자율준수 편람, CP AI Chatbot 등을 통해 컴플라이언스 문화를 조직 전반에 내재화해 나가고 있습니다.

관리 및 감독

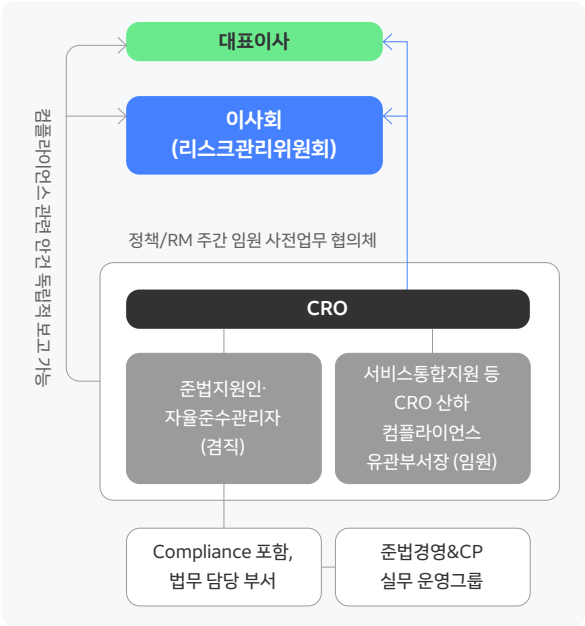
규범준수 및 공정거래 자율준수 관리·감독

- 2021년 컴플라이언스 전담 부서 신설
- 컴플라이언스 전담 부서는 준법지원인·자율준수관리자의 책임 하에 CRO(Chief corporate Responsibility Officer, 최고 책임경영 책임자) 직속인 Legal Affairs 소속으로 다양한 공정거래 및 준법 리스크를 관리 중
- 준법지원인·자율준수관리자는 연 1회 이상 공정거래 자율준수 프로그램(CP, Compliance Program), 규범준수경영시스템(ISO 37301) 등 규범준수 체계 운영 현황과 결과를 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고
- 자율준수관리자는 정책/RM 주간 임원 사전업무 협의체에서 준법 및 공정거래 자율준수 안전에 대해서 직접 주재하여 논의 진행

컴플라이언스 관리체계

- 준법통제기준과 공정거래 자율준수 규정은 네이버 컴플라이언스 관리체계의 기반이 되며, 관련 법령 제·개정과 필요성에 따라 지속 개정 진행 중
- 준법통제기준 및 공정거래 자율준수 규정에 따라 준법지원인·자율준수관리자(겸직)가 대표이사 및 이사회(리스크관리위원회)에 컴플라이언스 관련 안전을 독립적으로 보고할 수 있도록 체계 수립
- 컴플라이언스와 연결되는 주요 임원이 참석하는 정책/RM 주간 임원 사전업무 협의체에서 네이버의 다양한 서비스 운영과 관련된 컴플라이언스 리스크를 관리·통제
- 컴플라이언스 부서 실무자와 유관 사업부서 핵심 담당자로 구성된 준법경영&CP 실무 운영그룹을 통해 유기적인 컴플라이언스 협력 체계 구축

규범준수 및 공정거래 자율준수 조직도



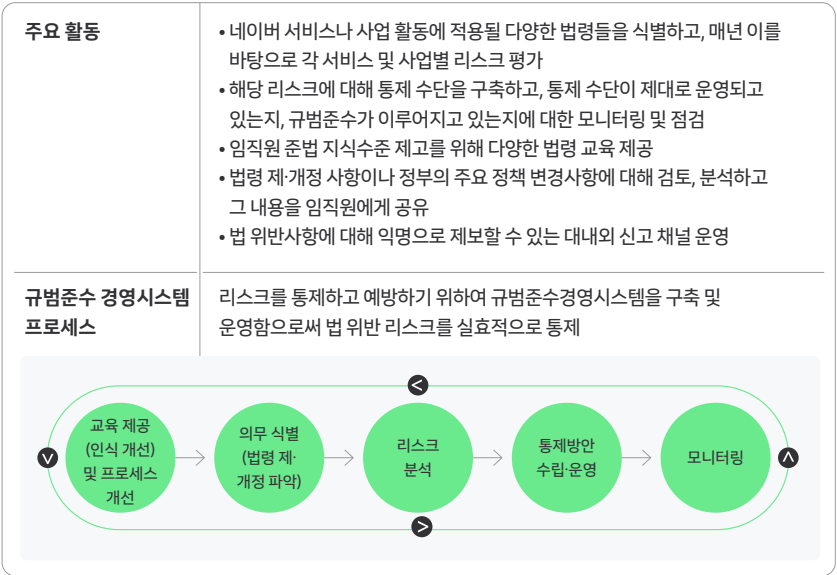
정책 및 체계

공정거래 자율준수 편람

- 임직원들의 공정거래 관련 법규 준수 인식 및 이해도 제고와 더불어 임직원이 쉽게 이해하고 적용할 수 있도록 하는 가이드라인인 공정거래 자율준수 편람을 구성하고 매년 꾸준히 개정하여 발간 중
- 2025년 두 차례의 개정을 통해 공정거래 자율준수 편람에 체크리스트와 FAQ를 추가하여 임직원의 활용 편의성을 높이고, 디자인 측면에서 가독성을 제고

규범준수경영시스템(CMS)

- 2026년 3월, ISO(국제표준화기구)가 제정한 규범준수경영시스템 (Compliance Management System) 표준규격인 ISO 37301 재인증 획득



규범준수

활동 및 성과

공정거래 자율준수 프로그램(CP)

CP 특화 활동

- 공정거래 자율준수 실천 목표 수립 및 이행
- 기업소개 웹페이지에 ‘공정거래’ 파트 신설, 공정거래 자율준수 의지 대외 표명 강화
- ‘공정거래 자율준수 규정’과 ‘공정거래 자율준수 편람’ 개정을 통해 임직원의 네이버와 관련된 공정거래 관련 법령에 대한 이해도 제고와 자율준수 지원
- 준법통제기준 및 공정거래 자율준수 규정에 근거하여 컴플라이언스 리스크 식별 및 관련 리스크 통제
- 일부 서비스 대상 표시광고법 준법점검 개선조치 및 교육 실시
- 전 임직원에게 공정거래 관련 규제 동향 및 공정거래 관련 법규 제·개정 소식을 담은 컴플라이언스 뉴스레터 정기적 전달
- 전 임직원 대상 계층별, 주제별 체계적인 CP 교육 제공
- CP 표어 공모전, CP 실천 및 교육 이수 우수 부서 포상, CP 개선 아이디어 공모 등 다양한 CP 관련 포상 진행
- CP 운영 실적을 포함하여 CP 관련 사항들을 자율준수관리자가 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고
- CP 운영 실적에 대해 외부 전문가의 추가 검토 등을 거쳐 개선 필요 사항 발굴

2025년 CP 성과

- 2024년, 2025년 2년 연속 CP 등급 평가 AA등급 획득
- CP 운영 실적에 대해 외부 전문가의 추가 검토 등

공정거래위원회 주관
2025년 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 등급평가



‘AA’ 등급 획득

2025년 CP&CMS 교육 실적

- 유관 부서 및 전사 임직원 대상 관련 교육 시행

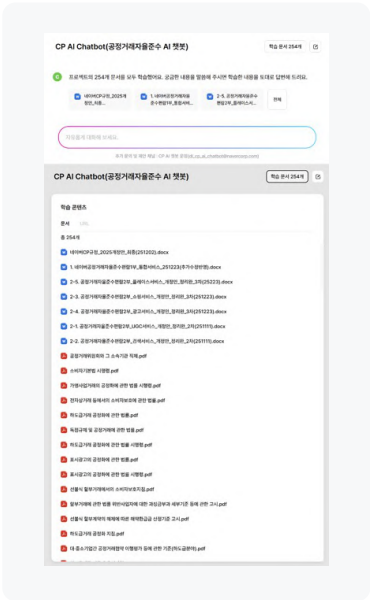
교육명	진행	교육 목적 및 내용	대상	이수인원
공정거래법과 CP 제도 개관	6월	현업에서 Compliance팀과 현업 부서 간의 CP 코디네이터 역할을 담당하는 ‘준법경영&CP 실무 운영그룹’ 담당자 대상 공정거래법과 CP 제도에 대한 이해도 제고	준법경영&CP 실무 운영그룹	79명
코드데이 교육	7월	신입사원 Compliance 교육 - 나도 지키고 회사도 지키는 Integrity Code, CP	신입사원	107명
개정 상법 교육	8월	상법 개정 내용과 유의할 점에 대해 유관 부서 담당자 대상 선택 교육으로 2회 진행	유관 부서	173명
임원 CP 교육	9월	대표이사 포함 네이버 전 임원 대상, 정부의 공정거래 관련 정책 방향과 공정거래 관련 유의사항 전달	네이버 전 임원	130명
플랫폼과 공정거래법 ① 경쟁제한행위	9월	위험성 평가 프로세스에 따라 공정거래법 경쟁제한행위 관련 활동 및 서비스를 식별하고, 해당 부서 구성원 대상으로 경쟁제한행위 (시장지배적남용행위, 불공정거래행위, 자사우대 등)에 대한 개념과 업무 진행 시 유의 사항에 대해 교육	경쟁제한행위 유관 부서원	480명
2025년 준법경영&CP 실무 운영그룹 신규 담당자 대상 교육	10월	새롭게 지정된 준법경영&CP 실무 운영그룹 담당자를 대상으로 공정거래법과 CP 제도에 대한 이해를 돕기 위한 교육	신규 준법경영&CP 실무 운영그룹 담당자	12명
플랫폼과 공정거래법 ② 소비자보호(전자상거래법)	10월	위험성 평가 프로세스에 따라 전자상거래법 관련 활동 및 서비스를 식별하고, 해당 부서 구성원 대상으로 ‘다크패턴’의 개념, 유형과 다양한 위반 · 제재 사례에 대해 교육	전자상거래법 유관 부서원	340명
플랫폼과 공정거래법 ③ 표시광고법	12월	관련 부서 구성원 대상 표시광고 규제의 개요, 네이버 및 타사 사례를 바탕으로 한 체크리스트 및 가이드라인에 대해 교육 진행	표시광고법 관련 부서원	78명
Integrity Code 교육	11월 ~ 12월	Integrity Code의 목적 및 내용 이해, 사내 문의 및 신고 채널과 절차 안내	전 임직원	4,698명

규범준수

임직원 대상 CP AI Chatbot 개발, 서비스 제공

- 대내외 환경 변화가 빠른 네이버의 사업 특성을 고려하여, 2025년 9월 임직원이 공정거래 관련 정보에 손쉽게 접근하고 즉시 확인할 수 있는 CP AI Chatbot 서비스 개발 제공
- 네이버의 인공지능 거대언어모델(LLM, Large Language Model)을 기반으로, 최신 검색 증강 생성(RAG, Retrieval Augmented Generation) 기술을 적용
- CP AI Chatbot은 공정거래 자율준수 편람, 관련 법령 등 250여 개 문서를 기반으로 답변을 제공하며, 법령 제·개정 사항은 즉각 반영이 가능
- 네이버 임직원이라면 사내 업무 포털 CONNECT를 통해 제한 없이 접근하여 이용 가능

CP AI Chatbot



규범준수경영시스템(CMS) 운영

CMS 특화 활동

- 전사 준법 리스크 식별 평가 및 통제 프로세스 점검
- 준법 통제 프로세스 체계 점검 및 개선, 준법통제기준 준수여부 점검 및 유효성 평가
- 주요 법적 이슈 및 리스크 검토, 준법 지원
- 리스크 기반으로 선정된 주요 현업 부서 대상 내부 심사를 통해 준법체계 점검 및 규범준수 내재화
- 이사회(리스크관리위원회) 및 최고경영자에게 경영검토 보고 진행
- 현업부서 대상 표시광고법 준법점검 시행
- 사내 법무검토시스템을 통한 상시 법률 자문 제공

2025년 CMS 성과

- 2023년 ISO 37301 (규범준수경영시스템) 인증 취득 후 인증 지속 유지, 2026년 3월 재인증 취득



목표관리

목표	지표	세부 추진과제
		2026년
규범준수경영시스템 고도화	임직원 컴플라이언스 내재화 및 관리 고도화	• 임직원의 컴플라이언스 접근성 개선 및 내재화를 위한 사규관리시스템 개발 및 출시
	공정거래 자율준수 프로그램(CP) 내재화 및 등급 관리	• IT 플랫폼 업계 유일 CP AA 등급 유지 및 점수 개선

리스크 관리

네이버는 예측하기 어려운 경영 환경의 변화 속에서도 경영 리스크를 최소화하기 위해, 전사 차원의 통합 리스크 관리 체계를 수립하고 이를 지속적으로 고도화하고 있습니다.

리스크관리위원회와 리스크관리 워킹그룹을 중심으로 잠재적 위험을 조기에 식별하고, 주제별 전담 부서가 긴밀히 협력하여 리스크를 선제적으로 진단·대응합니다. 아울러 투명한 세무 관리와 독립적인 감사기구 운영을 통해 재무·운영 리스크를 체계적으로 통제하고, 경영의 투명성과 신뢰성을 높여나가고 있습니다.

통합 리스크 관리

관리 및 감독

- 사업의 특성과 주요 이해관계자의 요구사항을 반영한 체계적인 전사 리스크 관리체계 구축 및 운영
- 전사 단위의 운영리스크 통합관리조직인 리스크관리 워킹그룹을 통해 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침을 수립하고 주기적으로 리스크 관리 현황 점검
- 통합리스크관리 책임자는 각종 리스크, 진단 결과, 활동, 대응 등에 대해 이사회 내 리스크관리위원회에 보고¹⁾

1) 리스크관리위원회는 2025년 통합 리스크관리에 대한 안건을 1회차, 4회차 두 번에 걸쳐 보고 받음

네이버 전사 리스크 관리체계(Enterprise Risk Management)



이사회 내 리스크관리위원회	• 전사 리스크관리체계 최고 의사결정기구로 전사 통합적 리스크관리의 기본 방침 및 전략 수립·관리 • 중대 리스크 대응 계획, 이행 현황, 대응 결과 보고와 검토를 통해 전사 효과적인 리스크관리체계 관장
주제별 리스크관리 전담 부서 및 개별 서비스 부서	• 가장 최전방에서 네이버 사업 및 서비스 리스크를 빠르게 식별하고 대응 • 주제별 리스크관리 부서는 상시로 서비스 부서와 소통하며 이슈 발생 시 신속히 대응함 • 서비스 오픈·변경·종료 시, 발생할 수 있는 리스크를 사전점검하여 이슈 발생 가능성을 최소화함 • 규제 신설, 기준 강화 등 환경변화를 사전에 감지하고 서비스 부서의 이슈 가능성을 사전 점검함 • 개별 서비스 부서는 개인정보보호, 정보보안, 법무 등 주제별 리스크관리 부서의 지원 하에 일상적 리스크를 충실히 관리
리스크관리 워킹그룹	• 주제별 리스크관리 부서 및 개별 서비스 부서에서 독립적으로 판단과 대응이 어려운 복합적인 리스크·이슈 및 전사 관점의 통합 논의가 필요한 사안에 대해 공유·협의 진행 • 주제별로 리스크 관리 책임자가 참여하여 주제별 리스크 점검의 전문성을 유지하고, 통합적 관점의 논의를 통해 리스크 관리 및 예방 • 정기·상시 회의가 운영 중이며, 대외·서비스 환경 변화에 따라 추가적으로 검토가 필요한 리스크 영역을 식별 및 관리 • 중대 리스크 발생 시, 실시간 긴급회의를 소집하여 이슈 확산을 미연에 방지하고 네이버 서비스와 관련한 이용자 불편 최소화 • 주요 서비스 운영 리스크에 대해서는 테마별 운영분과를 통해 개선 실행력 강화하고, 서비스 장애, 출시·변경 과정의 이슈 등 주요하고 복잡도가 높은 사안은 워킹그룹에서 공유·논의
Compliance	• 경영 활동 과정에서 발생 가능한 제반 법규 및 규정 관련 리스크를 예방·최소화할 수 있도록 선제적으로 리스크를 확인·평가·관리하며, 전사적으로 법률 및 각종 규정을 준수하도록 내부 통제체계 구축 • 윤리경영, 부패방지, 공정거래자율준수 등 컴플라이언스 체계를 유지하기 위해 다양한 활동을 전개

리스크 관리

리스크 관리 프로세스

- 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심 가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단하고 관리할 수 있는 리스크 관리 프로세스를 통해 지속가능한 리스크 관리 실현
- 리스크 관리 적정성 지표를 기반으로 리스크 관리 효과성을 주기적으로 평가하고, 리스크 도메인별 현황을 정기 점검하며 이를 리스크관리위원회 정기보고 시 함께 보고(연 2회)

전사 리스크 관리 체계 및 운영 사이클



세무관리

세무관리 원칙

- 영업 활동 전반에서 발생하는 다양한 세무 이슈에 대해 사전 검토 및 납세 협력 의무 이행

세무관리 실천 사항

- 1. 제신고 납부 의무 준수 및 사전 리스크 검토**
 - 조세 관련 법령이 규정한 세금 신고 및 납기에 대한 철저한 준수 및 세금 신고 과정에서 발생하는 이슈 사항 조기 파악 및 검토 진행
- 2. 특수관계자 간 정상가격 적정성 검토**
 - 해외 자회사 간 정상가격 이슈에 대해서 철저히 검토 및 외부 전문 기관이 검토한 적격한 근거 보유
 - 다양한 거래가 발생함에 따라 회사가 의도하지 않은 법령 위반이 발생하지 않도록 상시 모니터링 진행
- 3. 국제 거래상 의무 이행**
 - 글로벌 최저한세 및 BEPS(Base Erosion and Profit Shifting) 과세자료 제출 등 국내외 규정에 따른 납세 의무를 이행
 - 조세피난처를 활용하거나 실질이 없는 거래는 배제하여 윤리적 납세 원칙을 준수
- 4. 납세 협력 의무 이행**
 - 과세관청의 조세 관련 협력 사항에 대해 적극적으로 협조하여 납세자의 책임과 의무 이행

조세부담 투명성

- 사업보고서를 통해 조세 관련 세부 사항을 공시하여 조세부담 투명성 제고
- 적절한 조세 법규 적용 및 이를 통한 이해관계자 보호를 위해 주요 세목에 대하여 회사 내외부의 조세 전문가의 최종 검토 후 신고 의무 준수

세무 리스크 관리

- 매년 개정되는 조세 관련 규정을 면밀히 모니터링하여 당사에 영향을 미치는 사항에 대해 신속하게 적용
- IT 업종의 특성상 기존 법령이 불분명한 경우 외부 세무 전문가의 조력을 받거나, 과세관청에 질의하는 등 납세의무자의 의무 이행
- 세무 리스크 관리에 대한 절차는 조세 관련 법령에 따라 적법하게 의사결정하며, 이러한 거래 사실을 입증할 수 있는 적격한 근거 및 증빙을 법령에 의거하여 관리

리스크 관리

감사

감사기구

- 네이버는 상법에 근거하여 감사위원회를 구성하고 감사위원회의 운영, 권한과 책임 등을 감사위원회 운영 규정에 명시하여 그에 따라 업무 수행
- 감사위원회는 관련 법령의 경력 요건을 충족하는 재무·회계 전문가 및 법률 전문가를 포함하여 전원을 독립이사로 구성함으로써 전문성과 독립성 확보
- 감사위원 대상으로 정기적으로 외부 전문가를 초청해 내부회계관리제도 현황 및 감사위원회 운영 트렌드에 대한 교육을 실시하여 감사위원의 전문성 제고
- 준법지원인은 경영진과 임직원이 법과 규정을 준수하고 회사 경영을 적정하게 수행하는지 등을 독립적으로 감시하고 이사회에 보고하는 역할을 수행하여, 네이버의 모든 임직원이 준법 통제 기준을 준수할 수 있도록 지속적으로 점검

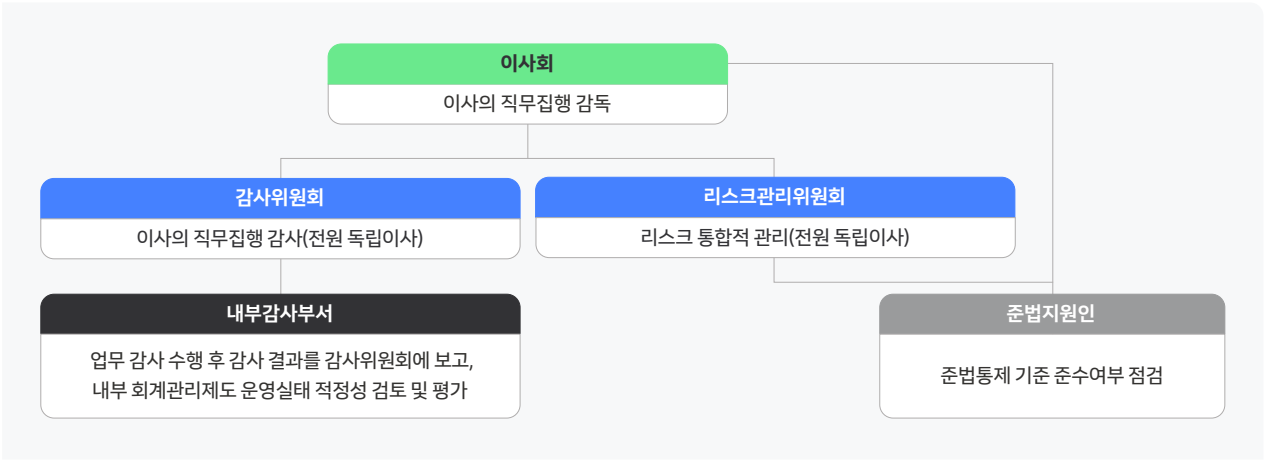
외부감사인

- 외부감사인의 독립성과 전문성을 위해 외부감사인 선임 시 후보 평가 기준에 독립성 및 법규 준수 항목, 감사 담당자의 산업 전문성 및 경험 등의 항목을 포함
- 감사위원회와 외부감사인 간 분기별 회의를 통해 감사 내역과 품질을 검토
- 2025년 삼정회계법인이 외부감사인을 담당, 제27기(2025년) 사업연도의 감사 의견 ‘적정’

2025년 네이버 외부감사인 현황

사업연도	감사인	구분	내용	보수(백만 원)
제27기(2025년)	삼정회계법인	감사	별도 및 연결재무제표 감사, 내부회계관리제도 감사	2,300
		비감사	세무자문(용역수행기간 2024.08. ~ 2025.06.)	98
			세무자문(용역수행기간 2025.07. ~ 현재)	105

내부감사장치



내부감사 운영실적

이사회	• 2025년 총 11회의 이사회 개최 • 회사의 경영에 관한 주요 사항을 보고받고 의사결정 수행
감사위원회	• 2025년 총 7회의 감사위원회 개최 • 회계, 업무 감사의 결과 및 이에 부수되는 주요 사항에 대해 그 내용의 적법성 여부 등을 회계부서, 감사부서 및 외부감사인으로부터 직접 보고받아 검토
리스크관리위원회	• 2025년 총 4회의 리스크관리위원회 개최 • 회사의 리스크 관리를 위한 안건을 보고받고 심의
내부감사부서	• 업무 감사 수행 후 감사 결과를 감사위원회에 보고 • 감사위원회를 보좌하여 회사의 내부회계관리제도 운영 실태 보고의 적정성을 독립적으로 검토 및 평가하고 그 결과를 감사위원회에 보고
준법지원인	• 준법 통제 기준 준수 여부를 점검하고 그 결과를 이사회의 위임을 받은 리스크관리위원회에 보고

내부감사 지적 사항 처리

- 내부감사 지적 사항은 경영진에게 통보되고 사규에 따라 조치되고 있으며, 적절한 시기마다 사후 관리 모니터링 시행

APPENDIX

DATA BOOK - 재무

연결재무상태표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
자산			
유동자산	10,928,462,735,839	9,374,912,034,828	7,028,076,457,880
현금및현금성자산	5,984,018,799,741	4,195,524,637,851	3,576,456,533,329
단기금융상품	2,336,927,834,770	2,859,768,247,306	808,248,060,681
당기손익-공정가치 측정 금융자산	625,230,968,353	412,653,427,012	697,743,584,418
매출채권및기타채권	1,689,716,780,835	1,655,220,886,505	1,724,145,643,626
재고자산	20,235,420,058	21,743,796,031	14,811,319,796
기타유동자산	243,585,172,581	214,754,613,981	181,397,740,106
당기법인세자산	28,747,759,501	15,246,426,142	16,471,207,827
매각예정비유동자산	0	0	8,802,368,097
비유동자산	30,156,033,591,479	28,792,964,001,192	28,709,750,506,515
유형자산	3,607,613,771,641	2,909,592,132,861	2,741,621,328,149
사용권자산	922,341,292,305	317,538,095,513	691,832,707,701
무형자산	3,421,016,567,851	3,657,186,453,124	3,445,599,901,744
투자부동산	108,328,402,678	97,070,332,897	53,430,246,000
장기금융상품	102,396,914,822	71,155,872,000	13,755,872,000
당기손익-공정가치 측정 금융자산	2,273,153,952,087	2,124,997,152,940	2,227,335,975,392
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	2,242,763,974,261	1,218,556,164,988	1,378,247,811,941
관계기업 및 공동기업 투자	16,648,890,154,568	17,406,149,463,680	17,588,864,100,100
이연법인세자산	309,675,904,713	473,629,416,181	381,436,175,332
매출채권및기타채권	445,669,844,589	452,109,661,559	97,199,883,555
기타비유동자산	74,182,811,964	64,979,255,449	90,426,504,601
자산총계	41,084,496,327,318	38,167,876,036,020	35,737,826,964,395

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
부채			
유동부채	8,018,876,510,291	6,092,160,669,672	6,305,568,632,198
매입채무및기타채무	1,540,312,003,221	1,558,832,501,211	1,838,187,891,754
당기손익-공정가치 측정 금융부채	435,073,630,683	561,037,204,645	454,823,038,561
단기차입금	132,159,574,017	135,389,909,719	333,041,315,118
유동성장기차입금	0	200,000,000,000	192,923,826,668
유동성사채	1,597,174,210,005	0	249,962,199,849
당기법인세부채	419,146,787,042	377,616,038,486	334,267,425,429
충당부채	7,487,459,455	4,186,275,528	6,128,374,012
리스부채	233,036,237,572	208,497,038,211	234,727,100,710
기타유동부채	3,654,486,608,296	3,046,601,701,872	2,661,507,460,097
비유동부채	4,112,606,451,432	5,074,803,518,011	5,194,259,516,644
매입채무및기타채무	203,259,040,280	91,281,385,940	102,531,973,265
당기손익-공정가치 측정 금융부채	0	15,392,012,800	249,253,989,426
장기차입금	874,112,668,001	863,059,968,000	993,600,442,662
사채	382,248,922,805	2,007,288,715,797	1,655,718,953,449
순확정급여부채	823,311,693,402	762,686,537,059	607,892,193,638
충당부채	20,277,334,458	19,283,443,136	14,704,327,970
리스부채	954,765,033,419	387,635,118,602	518,909,669,133
이연법인세부채	854,473,540,808	927,727,840,271	1,051,478,119,905
기타비유동부채	158,218,259	448,496,406	169,847,196
부채총계	12,131,482,961,723	11,166,964,187,683	11,499,828,148,842
자본			
지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본	27,581,956,984,245	25,459,903,574,291	23,206,042,240,996
자본금	16,481,339,500	16,481,339,500	16,481,339,500
자본잉여금	1,586,330,390,297	1,422,685,316,697	1,242,632,248,504
기타자본구성요소	(1,646,530,116,626)	(1,944,224,642,757)	(2,597,430,397,696)
이익잉여금	27,625,675,371,074	25,964,961,560,851	24,544,359,050,688
비지배지분	1,371,056,381,350	1,541,008,274,046	1,031,956,574,557
자본총계	28,953,013,365,595	27,000,911,848,337	24,237,998,815,553
자본및부채총계	41,084,496,327,318	38,167,876,036,020	35,737,826,964,395

DATA BOOK - 재무

연결포괄손익계산서

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
영업수익	12,035,007,218,975	10,737,719,264,647	9,670,643,576,585
영업비용	(9,826,868,830,255)	(8,758,455,825,820)	(8,181,823,306,977)
영업이익	2,208,138,388,720	1,979,263,438,827	1,488,820,269,608
기타수익	83,909,268,321	732,532,606,257	206,488,339,818
기타비용	(612,163,634,139)	(588,474,705,472)	(401,005,659,917)
이자수익	222,501,659,173	173,555,227,088	101,111,135,020
금융수익	584,121,145,195	459,652,759,343	502,205,185,394
금융비용	(561,520,268,279)	(578,866,062,461)	(682,767,513,153)
지분법손익	495,156,734,079	144,521,227,866	266,544,560,781
법인세비용차감전순이익	2,420,143,293,070	2,322,184,491,448	1,481,396,317,551
법인세비용	(601,396,983,055)	(390,208,118,495)	(496,378,555,058)
당기순이익	1,818,746,310,015	1,931,976,372,953	985,017,762,493
당기순이익(손실)의 귀속			
지배기업 소유주지분	1,953,214,734,956	1,923,237,257,015	1,012,321,527,624
비지배지분	(134,468,424,941)	8,739,115,938	(27,303,765,131)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
기타포괄손익	118,785,278,203	698,687,134,258	(260,648,518,805)
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목	(567,920,613,702)	867,742,542,665	(393,810,457,545)
해외사업환산손익	(36,412,564,891)	426,508,289,750	151,777,835,412
지분법자본변동	(533,355,458,319)	441,234,252,915	(545,588,292,957)
현금흐름위험회피 파생상품평가손익	1,847,409,508	0	0
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	686,705,891,905	(169,055,408,407)	133,161,938,740
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	683,789,170,131	(93,907,386,774)	31,535,428,016
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	(11,258,698,535)	(8,084,970,953)	4,928,744,939
지분법자본변동	(22,437,424,664)	(47,262,098,345)	29,859,125,802
재평가손익	443,183,895	21,389,128,638	0
순확정급여부채의 재측정요소	36,169,661,078	(41,190,080,973)	66,838,639,983
총포괄손익	1,937,531,588,218	2,630,663,507,211	724,369,243,688
포괄손익의 귀속			
지배기업 소유주지분	2,087,444,273,750	2,561,162,590,080	748,831,191,489
비지배지분	(149,912,685,532)	69,500,917,131	(24,461,947,801)
지배기업 지분에 대한 주당이익			
기본주당순이익	13,009	12,702	6,661
희석주당순이익	12,907	12,553	6,576

DATA BOOK - 재무

연결자본변동표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	자본						
	지배기업 소유주지분					비지배지분	자본 합계
	자본금	자본잉여금	기타자본구성요소	이익잉여금	지배기업 소유주지분 합계		
2025.01.01 (기초자본)	16,481,339,500	1,422,685,316,697	(1,944,224,642,757)	25,964,961,560,851	25,459,903,574,291	1,541,008,274,046	27,000,911,848,337
당기순이익		-	-	1,953,214,734,956	1,953,214,734,956	(134,468,424,941)	1,818,746,310,015
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익		-	682,958,705,870	-	682,958,705,870	830,464,261	683,789,170,131
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익		-	0	(11,337,681,761)	(11,337,681,761)	78,983,226	(11,258,698,535)
해외사업환산손익		-	(16,993,106,764)	-	(16,993,106,764)	(19,419,458,127)	(36,412,564,891)
지분법자본변동		-	(555,877,777,407)	-	(555,877,777,407)	84,894,424	(555,792,882,983)
재평가손익		-	443,183,895	-	443,183,895	0	443,183,895
현금흐름위험회피 파생상품평가손익	0	0	1,847,409,508	0	1,847,409,508	0	1,847,409,508
순확정급여부채의 재측정요소		-	-	33,188,805,453	33,188,805,453	2,980,855,625	36,169,661,078
현금배당		-	-	(168,436,666,610)	(168,436,666,610)	-	(168,436,666,610)
주식기준보상거래		54,697,819,677	40,536,319,803	-	95,234,139,480	77,329,133,898	172,563,273,378
자기주식취득		-	0	-	0	-	0
자기주식 소각		-	145,915,381,815	(145,915,381,815)	0	-	0
비지배지분과의 거래 및 연결범위변동		108,947,253,923	(1,135,590,589)	-	107,811,663,334	(97,368,341,062)	10,443,322,272
2025.12.31 (기말자본)	16,481,339,500	1,586,330,390,297	(1,646,530,116,626)	27,625,675,371,074	27,581,956,984,245	1,371,056,381,350	28,953,013,365,595

DATA BOOK - 재무

연결현금흐름표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
영업활동현금흐름	3,095,806,604,677	2,589,874,337,746	2,002,233,273,518
영업에서 창출된 현금흐름	3,642,422,955,930	3,087,220,047,400	2,672,160,565,366
이자의 수입	224,662,776,320	151,371,751,760	98,199,175,820
이자의 지급	(89,335,999,152)	(96,195,600,801)	(129,405,367,641)
배당금의 수취	24,899,382,984	55,060,773,144	43,721,525,837
법인세의 납부	(706,842,511,405)	(607,582,633,757)	(682,442,625,864)
투자활동현금흐름	(743,677,268,012)	(1,340,024,321,675)	(949,822,085,262)
단기금융상품의 증가	(4,861,379,253,553)	(5,817,193,562,732)	(3,173,245,644,270)
단기금융상품의 감소	5,384,261,271,861	3,751,640,407,572	3,583,232,926,687
장기금융상품의 증가	(122,555,779,501)	(53,200,000,000)	0
장기금융상품의 감소	91,160,000,000	0	500,000,000
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(1,067,486,670,905)	(2,035,886,207,130)	(2,693,963,338,618)
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	695,701,507,898	2,420,636,531,989	2,718,635,244,975
유형자산의 취득	(1,234,693,161,100)	(553,997,155,009)	(640,623,697,250)
유형자산의 처분	14,318,011,903	32,089,663,389	7,316,798,534
리스채권의 회수	37,893,454,121	10,595,216,673	6,274,783,190
무형자산의 취득	(84,690,628,410)	(26,108,078,025)	(51,637,440,980)
무형자산의 처분	331,105,803	2,120,720,143	633,805,661
투자부동산의 취득	(56,393,500)	0	0
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(105,999,314,111)	(1,019,700,000)	(32,121,513,088)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	11,324,117,179	3,391,793,711	75,852,751,999
관계기업및공동기업투자주식의 취득	(41,657,607,212)	(70,991,883,087)	(70,943,419,463)
관계기업및공동기업투자주식의 처분	677,242,799,146	964,031,680,627	604,752,359,248
사업결합으로 인한 현금의 순증감	(97,510,478,126)	(49,636,133,077)	(1,283,975,361,775)
종속기업의 처분	0	80,488,783,294	(1,059,104,535)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 27 기	제 26 기	제 25 기
투자활동현금흐름			
단기대여금의 증가	(965,000,000)	(140,000,000)	(2,450,660,440)
단기대여금의 감소	1,955,000,000	641,633,700	5,719,159,671
장기대여금의 증가	(40,420,000,000)	(1,170,000,000)	0
장기대여금의 감소	332,781,600	399,685,200	205,778,560
기타투자활동으로 인한 현금유입액	5,288,926,561	6,232,579,958	6,627,131,842
기타투자활동으로 인한 현금유출액	(6,071,957,666)	(2,950,298,871)	(9,552,645,210)
재무활동현금흐름	(524,459,708,761)	(770,292,464,617)	(110,032,028,405)
유동차입금의 차입	51,426,368,750	69,282,376,150	905,385,000,000
유동차입금의 상환	(251,426,368,750)	(532,636,959,383)	(1,276,242,190,115)
비유동차입금의 차입	100,000,000,000	185,000,000,000	835,080,704,000
비유동차입금의 상환	(74,171,175,000)	(79,902,083,295)	(616,872,943,838)
사채의 발행	0	199,320,560,000	176,512,823,880
사채의 상환	0	(250,000,000,000)	0
리스부채의 상환	(232,376,887,036)	(227,133,187,845)	(204,064,693,090)
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 증가	0	19,199,160,694	100,598,886,266
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 감소	0	(990,430,000)	0
자기주식의 취득	0	(405,122,711,100)	0
종속회사 유상증자	131,224,274	425,230,435,480	0
배당금 지급	(168,436,666,610)	(118,984,856,180)	(62,397,685,220)
주식기준보상관련 현금유입	47,845,120,758	11,738,394,388	28,003,591,900
비지배지분과의 거래로 인한 현금유입	2,703,231,719	840,940,983	6,415,123,730
비지배지분과의 거래로 인한 현금유출	(636,075,927)	(97,486,350,308)	(237,051,042)
기타재무활동으로 인한 현금유입액	491,858,901	34,441,440,768	586,740,373
기타재무활동으로 인한 현금유출액	(10,339,840)	(3,089,194,969)	(2,800,335,249)
현금및현금성자산의 환율변동효과	(39,175,466,014)	139,510,553,068	(90,090,948,230)
현금및현금성자산의 순증감	1,788,494,161,890	619,068,104,522	852,288,211,621
기초현금및현금성자산	4,195,524,637,851	3,576,456,533,329	2,724,168,321,708
기말현금및현금성자산	5,984,018,799,741	4,195,524,637,851	3,576,456,533,329

DATA BOOK - 재무

종속기업 정보

구분	기업명	소재지	주요사업	자산총액(백만 원)	연결실체 지분율(%) ²⁾
주요종속기업 ¹⁾	네이버파이낸셜 주식회사	대한민국	전자금융업	4,416,365	89.21
	WEBTOON Entertainment Inc	미국	모바일 콘텐츠 서비스	2,903,270	61.44
	네이버클라우드 주식회사	대한민국	IT인프라 서비스	2,328,935	100
	PROTON PARENT, INC.	미국	기업 인수 목적	1,974,301	99.27
	NAVER J.Hub Corporation	일본	투자	1,924,219	100
	네이버웹툰 유한회사	대한민국	모바일 서비스 개발	893,166	100
	Poshmark, Inc.	미국	커머스 플랫폼	763,415	100
	LINE Digital Frontier Corp.	일본	모바일 콘텐츠 서비스	601,821	100
	NAVER France	프랑스	유럽사업 개발 및 R&D	500,042	100
	크림 주식회사(KREAM)	대한민국	스니커즈 중개 플랫폼	325,270	43.3
	LINE WORKS Corporation	일본	웍스모바일 일본 사업	254,142	77.93
	C-FUND Subfund 3	프랑스	투자	190,533	99.75
	스노우 주식회사	대한민국	모바일 플랫폼 서비스	171,829	90
	알파넥스트미디어노베이션펀드	대한민국	투자(간접투자펀드)	165,098	96.3
	C-FUND Subfund 5	프랑스	투자	126,471	99.75
	스튜디오엔 주식회사	대한민국	콘텐츠 서비스	112,633	100
	N Investment Inc.	미국	투자	107,935	100
	Naver Ventures Fund I, L.P.	미국	투자	99,143	100
	엔테크서비스 주식회사	대한민국	소프트웨어 개발	84,719	100
	주식회사 문피아	대한민국	웹소설 플랫폼	83,745	61.12
	네이버랩스 주식회사	대한민국	R&D	81,183	100
	SVA콘텐츠미디어이호사모투자	대한민국	투자	80,349	99.83
	SODA inc.	일본	스니커즈 거래 플랫폼	78,642	65.02
기타종속기업	NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED, NAVER Cloud Asia Pacific Pte Ltd, 티비티 글로벌 성장 제1호 투자조합, 에스브이에이소다사모투자 합자회사, NAVER U.Hub Inc, SNOW China Limited., 네이버아이엔에스 주식회사, 주식회사 그린웹서비스, Wattpad Webtoon Studios Corp.(캐나다), 스프링캠프 초기전문 투자조합 제2호, NAVER Cloud Japan Corporation, C-Fund, Wattpad Corporation, 주식회사 인컴즈, NAVER-KTB 오디오콘텐츠 전문투자조합, 엔아이티서비스 주식회사, NAVER CLOUD AMERICA INC, Poshmark Canada Inc., 증권플러스비상장 주식회사, NAVER CHINA CORPORATION, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제1호, 페이머스스튜디오 주식회사, 주식회사 컴파트너스, C-FUND Subfund 2, NAVER Cloud Europe GmbH, Chengdu NCC Technology Corporation, 네이버디지털헬스케어1호투자조합, Poshmark India Private Limited, 주식회사 스튜디오제이에이치에스, SODA Singapore INT PTE. LTD., 스튜디오리코 주식회사, SNOW China (Beijing) Co., Ltd., 주식회사 플레이스앤, Do Ventures Annex Fund, LP, Broccoli Entertainment Corporation, Wattpad Inc, 네이버시너지펀드, SNOW Japan Corporation, NAVER Arabia Regional Headquarter, Yiruike Information Technology (Beijing) Co., Ltd., 주식회사 엔비전스, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제4호, 세나클, 네이버웹툰컴퍼니 주식회사, 크림페이 주식회사, 주식회사 아실, 네이버헨즈 주식회사, 팜 주식회사, 주식회사 오디언소리, Webtoon Productions Inc., 네이버클라우드트러스트서비스 주식회사, 케이크 주식회사, Naver Ventures Management, LLC., SNOW VIETNAM COMPANY LIMITED, 스프링캠프 상생 펀드 1호, Poshmark Limited, 주식회사 세미콜론스튜디오, Dongman Entertainment Corporation, Poshmark Online Marketplace Private Limited, SODA inc.(미국), BootCamp Partnership Limited, Place&JAPAN Co., Ltd., 주식회사 퍼플덕, Watong Entertainment Limited, 에이치제이앤알, 나매인 주식회사, C-FUND Subfund 4, Monokabu Inc., SNOW Inc., NW HOLDINGS INTERMEDIA, S.L.U, Wattpad Studios (Cell Phone Swap) Inc, Naver Partners Fund I, L.P.)				

1) 2025년 12월 말 기준, 주요 종속기업 판단기준은 최근사업연도말 자산총액 750억 원 이상

2) 연결실체지분율은 연결회사가 보유한 지분율을 합산한 의결권 있는 주식 기준

DATA BOOK - 환경

I. 네이버(주) 온실가스 배출량

시장 기반 온실가스 배출량 ¹⁾²⁾		단위	2023	2024	2025
온실가스 총배출량	합계	tCO ₂ e	89,505	121,186	151,019
온실가스 배출량 Scope 1	합계	tCO ₂ e	2,048	1,493	1,811
	고정연소	tCO ₂ e	1,799	1,233	1,488
	이동연소	tCO ₂ e	249	259	321
온실가스 배출량 Scope 2	합계	tCO ₂ e	87,459	119,697	149,213
	전력	tCO ₂ e	86,738	118,979	148,381
	스팀	tCO ₂ e	721	719	833
집약도	총배출량 집약도	tCO ₂ e/매출액(십억 원)	9.260	11.290	12.548
	직접 배출량 집약도(Scope 1)	tCO ₂ e/매출액(십억 원)	0.210	0.140	0.150
	간접 배출량 집약도(Scope 2)	tCO ₂ e/매출액(십억 원)	9.040	11.150	12.398

1) 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 사업장별로 소수점 단위 이하를 절사하여 합산하므로 Scope 1과 Scope 2 합계와 차이가 있을 수 있음

2) 시장기반 배출량은 배출권거래제 적합성평가결과에 따른 값으로 재생에너지 PPA에 따른 온실가스 감축량을 포함

지역 기반 온실가스 배출량 ¹⁾		단위	2023	2024	2025
온실가스 총배출량		tCO ₂ e	90,612	127,462	156,325
온실가스 배출량 Scope 1		tCO ₂ e	2,048	1,493	1,811
온실가스 배출량 Scope 2		tCO ₂ e	88,567	125,973	154,519
집약도		tCO ₂ e	9.370	11.870	12.989

1) 지역기반 배출량은 에너지 사용량에 국가전력배출계수를 적용하여 산정한 값으로 지역기반과 시장기반 배출량의 차이가 감축실적에 해당

Scope 3 배출량		단위	2023	2024	2025
온실가스 배출량 Scope 3	합계 ¹⁾	tCO ₂ e	250,685	314,543	478,256
	1. 구매 제품 및 서비스	tCO ₂ e	61,348	93,271	71,385
	2. 자본재 ²⁾				130,811
	3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO ₂ e	6,932	17,632	23,169
	4. 업스트림 운송 및 유통	tCO ₂ e	76	101	7,489
	5. 사업장 발생 폐기물	tCO ₂ e	259	344	195
	6. 임직원 출장	tCO ₂ e	1,032	634	791
	7. 임직원 통근	tCO ₂ e	2,288	2,214	1,307
	8. 업스트림 임차·임대 자산 ³⁾	tCO ₂ e	171,980	189,942	233,047
	9. 다운스트림 운송 및 유통	tCO ₂ e	2	4	2
	11. 판매 제품 사용	tCO ₂ e	6,224	9,788	9,443
	12. 판매 제품 폐기	tCO ₂ e	125	197	190
	13. 다운스트림 임차·임대 자산	tCO ₂ e	419	416	427

1) Category 1, 2, 8 은 네이버(주) 및 네이버클라우드(주)의 배출량을 합산하여 산정

2) 2025년부터 Category 1. 구매 제품 및 서비스와 Category 2. 자본재 배출량을 분리하여 산정함

3) Category 8은 네이버클라우드(주)의 임대 IDC 운영으로 네이버 서비스와 연관되어 2025년부터 추가 공개

DATA BOOK - 환경

II. 에너지 사용량

구분		단위	2023	2024	2025		
에너지 총사용량	합계 ¹⁾	MWh	212,994	291,922	356,945		
비재생에너지 사용량	합계	MWh	206,317	272,007	332,253		
	직접 에너지 사용량	도시가스(LNG)	MWh	4,953	4,996	5,982	
		이동연소	MWh	1,015	1,057	1,314	
		경유	MWh	3,573	1,282	1,583	
	간접 에너지 사용량	전력	MWh	191,214	258,981	316,980	
		스팀	MWh	5,562	5,691	6,394	
재생에너지 사용량	합계	MWh	6,678	19,915	24,692		
	지열	합계	MWh	3,810	5,539	6,412	
		1784	MWh	3,805	4,205	4,568	
		그린팩토리	MWh	5	5	6	
		데이터센터 각 세종	MWh	-	1,329	1,838	
	태양광	합계	MWh	457	717	731	
		1784 및 그린팩토리	MWh	173	173	194	
		데이터센터 각 춘천	MWh	203	200	193	
		데이터센터 각 세종	MWh	25	231	232	
	커넥트원	합계	MWh	56	112	112	
		PPA	합계	MWh	2,410	13,659	11,549
		1784	MWh	2,410	11,641	9,533	
		그린팩토리	MWh	-	2,018	2,016	
	녹색프리미엄	합계	MWh	0	0	6,000	
	RE100 달성률(지열 제외, 녹색 프리미엄 포함)		%	1.5	5.3	5.5	
	재생에너지 사용 비율		%	3.1	6.8	6.9	
	집약도	총사용량 집약도	MWh/매출액(십억 원)	22.020	27.190	29.659	
		직접 에너지 사용량 집약도	MWh/매출액(십억 원)	0.990	0.680	0.738	
		간접 에너지 사용량 집약도	MWh/매출액(십억 원)	20.350	24.650	26.869	
재생에너지 사용량 집약도		MWh/매출액(십억 원)	0.690	1.850	2.052		

1) 비재생에너지 사용량 + 재생에너지 사용량

III. 온실가스 배출 감축량

구분		단위	2023	2024	2025
온실가스 배출 감축량 ¹⁾	합계	tCO ₂ e	16,809	30,925	38,416
	지열에너지 도입을 통한 저감	tCO ₂ e	1,748	1,931	2,098
지열에너지 도입을 통한 저감	그린팩토리	tCO ₂ e	2	2	2
	데이터센터 각 세종	tCO ₂ e	-	610	844
	재생에너지 전력 구매를 통한 저감	tCO ₂ e	1,107	5,348	4,379
	그린팩토리	tCO ₂ e	-	927	925
	재생에너지 전력 생산을 통한 저감	tCO ₂ e	79	78	79
재생에너지 전력 생산을 통한 저감	그린팩토리	tCO ₂ e	-	-	9
	커넥트원	tCO ₂ e	25	51	51
	데이터센터 각 춘천	tCO ₂ e	93	91	88
	데이터센터 각 세종	tCO ₂ e	11	106	106
	고효율 설비 도입을 통한 저감	tCO ₂ e	249	181	180
고효율 설비 도입을 통한 저감	데이터센터 각 춘천	tCO ₂ e	15	51	50
	데이터센터 각 세종	tCO ₂ e	10,426	11,161	12,932
	자연공조 냉방기 도입을 통한 저감 ²⁾	tCO ₂ e	3,054	10,388	16,673
온실가스 감축률(Scope 1,2)		%	15.8	20.3	20.3

1) 온실가스 배출 감축량은 한국표준협회로부터 제3자 검증 수행
2) FY2024년부터 외기 냉방 및 인버터 사용 감축량 산정의 사업경계를 하나로 통합할 필요가 있다는 검증 의견에 따라 기존 ‘고효율 설비’ 카테고리에 포함하던 ‘인버터’ 시설의 감축량을 ‘자연공조 냉방기’ 카테고리로 변경함

DATA BOOK - 환경

IV. 연결법인 온실가스 배출량

구분		단위	2023	2024	2025
온실가스 총배출량 ¹⁾²⁾³⁾⁴⁾	합계	tCO ₂ e	342,782	440,595	634,850
	네이버 주식회사	tCO ₂ e	168,211	245,787	396,228
	네이버클라우드 연결	tCO ₂ e	172,670	190,813	233,914
	웹툰 연결	tCO ₂ e	312	427	573
	스노우 연결	tCO ₂ e	511	1,217	1,257
	기타 법인	tCO ₂ e	1,078	2,351	2,878
온실가스 배출량 Scope 1	합계	tCO ₂ e	2,348	1,943	2,290
	네이버 주식회사	tCO ₂ e	2,048	1,493	1,811
	네이버클라우드 연결	tCO ₂ e	62	48	57
	웹툰 연결	tCO ₂ e	63	52	63
	스노우 연결	tCO ₂ e	35	87	39
	기타 법인	tCO ₂ e	140	263	320
온실가스 배출량 Scope 2	합계	tCO ₂ e	89,763	124,131	154,332
	네이버 주식회사	tCO ₂ e	87,459	119,697	149,213
	네이버클라우드 연결	tCO ₂ e	632	827	815
	웹툰 연결	tCO ₂ e	252	378	510
	스노우 연결	tCO ₂ e	477	1,134	1,225
	기타 법인	tCO ₂ e	943	2,094	2,570
온실가스 배출량 Scope 3 ⁵⁾	합계	tCO ₂ e	250,686	314,544	478,257
	네이버 주식회사	tCO ₂ e	78,706	124,601	245,209
	네이버클라우드 연결	tCO ₂ e	171,980	189,943	233,048

1) 2025년 말 기준 연결 법인 중 연결 매출액의 99.8%에 해당되는 종속기업의 배출량 포함

2) 배출량 산정 범위에는 입자 사업장의 배출량이 포함되며, 임대 데이터센터 배출량은 계약 법인인 네이버클라우드의 Scope 3 Category 8 Upstream 입자자산 배출량으로 산출

3) 연결 법인 및 Scope 3 온실가스 배출량은 한국표준협회로부터 제한적 보증수준의 검증을 수행하였으나 제한된 요소에 따른 한계로 인하여 추후 변동 가능성이 있으며, 향후 공시 기준 등에 따라 산정 범위 및 카테고리 재조정 가능성 존재

4) 온실가스 배출량은 법인별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 카테고리별 합계와 차이가 있을 수 있음

5) Scope 3 배출량은 중요성 평가 기준에 따라 우선 순위가 높다고 판단되는 네이버(주) 및 네이버클라우드의 주요 카테고리에 대해서만 산정

V. 수자원 관리 지표

구분			단위	2023	2024	2025
용수 사용량 ¹⁾²⁾			m ³	131,391	204,735	219,036
용수 취수량	상수도	합계	m ³	220,400	323,961	392,446
		1784	m ³	74,881	77,264	78,679
		그린팩토리	m ³	7,288	32,335	73,413
		데이터센터 각 춘천	m ³	102,210	115,947	110,053
		데이터센터 각 세종	m ³	14,897	77,907	109,622
		커넥트원	m ³	19,523	19,085	19,669
		네이버 스퀘어	m ³	1,601	1,423	1,010
용수 재사용량 ³⁾	중수도	합계	m ³	11,531	12,855	20,846
		1784	m ³	2,442	1,240	1,373
		그린팩토리	m ³	283	4,939	11,424
		데이터센터 각 춘천	m ³	-	-	-
		데이터센터 각 세종	m ³	-	-	-
		커넥트원	m ³	8,806	6,676	8,049
		네이버 스퀘어	m ³	-	-	-
용수 배출량	하수도	합계	m ³	89,009	119,226	173,410
용수 재사용률			%	8.8	6.3	5.0

1) 용수 사용량 = 신규 유입한 취수량 - 하수도 배출량

2) 용수 사용량 산정 방식을 기존의 '상수 취수량 및 재사용량의 합계'에서 '상수 취수량에서 하수도 배출량을 제외한 값'으로 변경, 3개년 데이터를 동일한 기준으로 수정함

3) 사업장별 산정 기간 기준 통일로 2024년 데이터 수정

VI. 폐기물 관리 지표

구분		단위	2023	2024	2025
폐기물 발생량	합계	ton	279	378	449
	일반 폐기물	ton	279	378	446
	지정 폐기물	ton	-	-	2
폐기물 처리량	합계	ton	279	378	449
	소각	ton	215	286	307
	매립	ton	-	-	0
	재활용	ton	64	91	141
	재활용률	%	23	24	32

DATA BOOK - 인적 자본

I. 일반

구분		단위	2023	2024	2025
임직원 ¹⁾	합계	명	4,383	4,583	5,047
	성별				
	남성	명	2,607	2,674	2,897
	여성	명	1,776	1,909	2,150
고용형태별	기간의 정함이 없는 근로자	명	4,341	4,535	4,927
	남성	명	2,599	2,667	2,870
	여성	명	1,742	1,868	2,057
	기간제 근로자	명	42	48	120
	남성	명	8	7	27
	여성	명	34	41	93
직군별	사무직	명	2,031	2,168	2,465
	남성	명	724	761	853
	여성	명	1,307	1,407	1,612
	기술직	명	2,352	2,415	2,582
	남성	명	1,883	1,913	2,044
	여성	명	469	502	538
연령대별	30세 미만	명	933	832	858
	30세 이상 40세 미만	명	2,063	2,214	2,456
	40세 이상 50세 미만	명	1,266	1,368	1,490
	50세 이상	명	121	169	243

1) 사업보고서 기준에 따름. 임직원 현황은 등기임원(3명)을 제외한 전체 직원의 수치가 포함됨. 기간의 정함이 없는 근로자에는 미등기임원이 포함되어 있으며, 기간제근로자에는 계약직, 인턴이 포함됨.
또한 2025년도 소속의 근로자는 총 530명으로 집계됨

II. 인재 유치 및 이직¹⁾

인재 유치		단위	2023	2024	2025
신규 채용	합계	명	231	258	396
	성별				
	남성	명	114	120	206
	여성	명	117	138	190
연령대별	30세 미만	명	158	123	163
	30세 이상 40세 미만	명	69	114	204
	40세 이상 50세 미만	명	4	20	28
	50세 이상	명	0	1	1

이직 ²⁾		단위	2023	2024	2025
이직자	합계	명	108	96	98
	성별				
	남성	명	78	56	57
	여성	명	30	40	41
연령대별	30세 미만	명	24	18	15
	30세 이상 40세 미만	명	55	51	57
	40세 이상 50세 미만	명	27	21	25
	50세 이상	명	2	6	1
이직률	자발적 이직률	%	2.6	2.1	2.1

1) 정규직 기준
2) 당연퇴직(본인사망), 정년퇴직, 징계해고, 자발적 이직을 포함

DATA BOOK - 인적 자본

III. 다양성¹⁾

다양성		단위	2023	2024	2025
외국인 임직원	합계	명	32	27	29
	주요 국적별	미국	11	8	9
		중국	4	4	4
		캐나다	3	3	4
		일본	4	3	2
		기타	10	9	10
	해외사업장 ²⁾ 직원	명	624	626	647
여성인재 비율	해외 파견자 수	명	27	27 ³⁾	28
	현지인 고용자 수	명	597	599	619
	여성 임직원 ⁴⁾ 비율	%	41	42	43
	여성 관리자(직책 리더) ⁵⁾ 비율	%	33	32	32
특별고용 및 마이너리티	여성 C-level 고위 경영진 ⁶⁾ 비율	%	22	23	17
	장애인 고용 ⁷⁾	명	11	11	12
	국가보훈자 고용	명	22	24	25

1) FY2025부터 사업보고서 상 임직원 기준으로 산출하여 파견직은 제외함
2) NAVER France, NAVER Vietnam 및 연락사무소, NAVER J.Hub, NAVER China 및 지점, U.Hub, NAVER Arabia Regional Headquarter
3) 해외 파견자 수에 일부 중복 인원이 포함되어 2024년 데이터 정정
4) 등기임원 포함 임직원
5) 정규직 직책리더 기준
6) 대표, 부문장, C레벨 포함
7) 12명 중 3명(25%)이 직책리더급 이상 관리자 직급이며, 3급 이상 중증장애 3명을 포함

출산휴가 및 육아휴직		단위	2023	2024	2025
출산휴가	합계	명	139	166	209
	남성	명	84	101	116
	여성	명	55	65	93
출산휴가 사용 후 복귀율	전체	%	100	100	100
육아휴직 ¹⁾	합계	명	98	98	161
	남성	명	13	24	34
	여성	명	85	74	127
육아휴직 사용 후 복귀율	전체	%	97	99	99
	남성	%	100	100	96
	여성	%	96	99	100
육아휴직 복귀 후 12개월 이상	전체	%	93	96	97
근속 비율	남성	%	88	94	94
	여성	%	94	96	98

1) 해당 연도에 육아휴직을 시작한 임직원(파견 제외) 기준으로 집계하여 사업보고서상 기준과 차이가 있음

IV. 교육과 성장

교육훈련 ¹⁾	단위	2023	2024	2025
전체 교육비용	백만 원	3,420	3,952	5,091
인당 교육비 평균	원	774,227	857,000	1,008,887

1) 사업보고서 교육훈련비 기준에 따름, 별도 기준

Index

GRI

Statement of use	보고조직 네이버는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 기간동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standards 2021 부합보고 원칙을 준수(In accordance with)하여 해당 정보를 보고하고 있습니다.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	보고조직 네이버는 GICS, 산업분류기준 등에 해당하는 GRI Sector Standards의 발간일 기준 발행되지 않아, 적용하지 않았습니다.

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Universal Standards			
일반공시사항	2-1	조직 상세	5
	2-2	지속가능성 보고에 포함된 기업체	2
	2-3	보고기간, 주기, 연락처	2
	2-4	정보의 재기술	2
	2-5	외부 검증	2, 242-243
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 사업관계	20
	2-7	임직원	227-228
	2-8	피고용자가 아닌 근로자	227
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	53, 202
	2-10	최고 거버넌스 기구의 추천 및 선임	201,204
	2-11	최고 거버넌스 기구의 의장	6, 202
	2-12	경영에 미치는 영향을 감독하기 위한 최고 거버넌스 기구의 역할	53, 201
	2-13	경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임	53
	2-14	지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	53
	2-15	이해관계 상충	201, 204
	2-16	중요 사항 보고	204-205
	2-17	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식	202, 204, 사업보고서- 이사회에 관한 사항
	2-18	최고 거버넌스 기구의 활동 평가	205-206

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Universal Standards			
일반공시사항	2-19	보수 정책	205-206
	2-20	보수 결정 절차	205-206
	2-21	연간 총 보상의 비율	206
	2-22	지속가능경영 전략 성명서	4
	2-23	정책 약속	233
	2-24	정책 약속 내재	59, 71, 86, 98-99, 116, 124- 125, 130, 140-141, 147, 156, 161-162, 169, 184, 195, 200-201, 207-208, 212
	2-25	부정적 영향 복원 프로세스	215-217
	2-26	우려사항 조연 및 제기 메커니즘	156-159, 207-210
	2-27	법·규제에 대한 컴플라이언스	사업보고서-제재 등과 관련된 사항
	2-28	가입 협회	235
	2-29	이해관계자 참여에 대한 접근	234
	2-30	단체 협약	149
중요 토픽	3-1	중대 토픽 결정 절차	49-51
	3-2	중대 토픽 목록	50

Index

GRI

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Material Topics			
중대 토픽 1. 개인정보보호			
중대 토픽	3-3	중대 토픽 관리	56-67
고객정보보호	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련 입증된 민원	67
중대 토픽 2. 정보보안			
중대 토픽	3-3	중대 토픽 관리	68-82
Non-GRI			
중대 토픽 3. 온실가스 및 에너지 관리			
중대 토픽	3-3	중대 토픽 관리	83-95
에너지	302-1	조직 내부 에너지 소비	225
	302-2	조직 외부 에너지 소비	225
	302-3	에너지 집약도	225
	302-4	에너지소비 절감	86-91, 225
배출	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	224-226
	305-2	간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	224-226
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	224-226
	305-4	온실가스(GHG) 배출 집약도	224
	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	86-91, 225
중대 토픽 4. 인적 자본 관리			
중대 토픽	3-3	중대 토픽 관리	96-112
고용	401-1	임직원 신규 채용 임직원 및 이직	227
	401-3	육아휴직	228
교육 및 훈련	404-2	임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	101-106
	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	107

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Other Topics			
경제 성과	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	219-223
	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	기후정보공개보고서, 85
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	207-210
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	210
세금	207-1	조세 접근법 및 규제 준수	216
	207-2	조세 거버넌스, 통제 및 리스크 관리체계	216
	207-3	조세 관련 이해관계자 참여 및 고충처리 절차	216
물 및 폐수	303-3	용수 취수량	226
	303-5	용수 사용량	226
폐기물	306-3	폐기물 발생량 및 종류	226
	306-4	폐기 단계에서의 재활용	226
공급업체 환경 평가	308-2	공급망의 부정적 환경 영향 및 이에 대한 조치	161-163
안전 및 보건	403-1	사업장 안전보건 관리 시스템	154, 166
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	154
	403-3	산업보건 서비스	155
	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여, 상담, 커뮤니케이션	155
	403-6	근로자 건강 증진	155
	403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	154
	403-9	업무 관련 상해	154
	405-1	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	202, 228
	413-1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장	171-177
공급업체 사회 평가	414-2	공급망 내 부정적 사회적 영향 및 그에 대한 대응조치	161-163

Index

SASB

Topic	Code	회계 지표	구분	Unit	보고 페이지
하드웨어 인프라의 환경 영향	TC-IM-130a.1	(1) 전체 에너지 사용량	정량	GJ, %	225
	TC-SI-130a.1	(2) 그리드 전력 비율			225
	CG-EC-130a.1	(3) 재생에너지 비율			225
	TC-IM-130a.2	(1) 전체 용수 취수량	정량	m ³ , %	226
	TC-SI-130a.2	(2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율			 기후정보공개보고서
	CG-EC-130a.2				
	TC-IM-130a.3	데이터센터에 적용된 환경적인 고려사항의 접근 방식	논의&분석	n/a	88
	TC-SI-130a.3				
	CG-EC-130a.3				
데이터 프라이버시, 광고 기준, 표현의 자유	TC-IM-220a.1	행동 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 정책 및 관행	논의&분석	n/a	56-67
	TC-SI-220a.1				
	CG-EC-220a.2				
	TC-IM-220a.2	원래 목적 범위와 다르게 활용한 개인 정보 건 수	정량	수	네이버는 개인정보 수집 시 안내한 목적 외 다른 목적으로 개인정보를 활용하지 않으며, 이용자의 동의를 받지 않고 제3자에게 개인정보를 제공 또는 판매하지 않습니다.
	TC-SI-220a.2				
	CG-EC-220a.1				
	TC-IM-220a.3	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	67
	TC-SI-220a.3				
	TC-IM-220a.4	이용자 정보 관련 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 건 수, (3) 공개 비율	정량	수, %	 네이버 투명성 보고서
	TC-SI-220a.4				
	TC-IM-220a.5	서비스 국가 중 정부의 모니터링, 차단, 필터링, 검열 등이 존재하는 국가 수	논의&분석	n/a	네이버는 대한민국을 포함해 서비스를 제공 중인 각 국의 게시물 정책 관리 기준을 준수하여 운영하고 있습니다.
	TC-SI-220a.5				

Index

SASB

Topic	Code	회계 지표	구분	Unit	보고 페이지
데이터 보안	TC-IM-230a.1	(1) 개인정보 침해 건 수,	정량	수, %	67
	TC-SI-230a.1	(2) 개인식별정보(PII, Personally Identifiable Information) 관련 침해 비율,			
	CG-EC-230a.2	(3) 정보 침해로 인해 영향을 받은 사용자 수			
	TC-IM-230a.2	제3자 사이버보안 리스크 관리 표준을 포함한 정보보호 리스크의 식별과 해결을 위한 접근 방식	논의&분석	n/a	68-82
	TC-SI-230a.2				
	CG-EC-230a.1				
임직원 고용, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	외국인 임직원 비율	정량	%	228
	TC-SI-330a.1	임직원 몰입도 비율	정량	%	148
	TC-IM-330a.2				
	TC-SI-330a.2				
	CG-EC-330a.1	(1) 경영진, (2) 기술직, (3) 모든 임직원의 성 다양성	정량	%	228
	TC-IM-330a.3				
	TC-SI-330a.3				
	CG-EC-330a.3	공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	0원, 사업보고서-제재 등과 관련된 사항
지적재산권 보호 및 경쟁 행위	TC-IM-520a.1				
	TC-SI-520a.1				

Index

United Nations

UN Global Compact 10대 원칙

네이버는 2014년부터 기업 지속가능성을 위한 글로벌 기업시민 이니셔티브인 UN Global Compact에 가입하여 인권, 노동, 환경, 반부패의 4대 분야 10대 원칙을 준수하고 COP로 이행 상황 및 성과를 소통하고 있습니다. 이를 바탕으로 네이버 최수연 대표이사는 2025년 9월, UN Global Compact 이사회 이사(Board Director)로 선임되었습니다. 앞으로도 네이버는 UNGC 10대 원칙의 이행을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

분야	원칙	보고 페이지
인권	1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 하고,	156-160
	2. 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	156-160
노동	3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 안정을 지지하고,	149
	4. 모든 형태의 강제노동을 배제하며,	156
	5. 아동노동을 효율적으로 철폐하고,	156
환경	6. 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	151, 156
	7. 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	83, 184
	8. 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	83-91, 184-194
	9. 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	195-198
반부패	10. 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	207-214



UN SDGs

유엔 지속가능발전목표(UN SDGs, United Nations Sustainable Development Goals)는 2030년까지 사람과 지구를 위해 지속가능한 발전을 약속하는 17개 목표를 담은 만국 공통의 보편적 약속입니다. 네이버는 운영계획 및 활동이 UN의 목표에 부합하는지 검토하고 있으며, 특별히 IT 서비스를 활용할 수 있는 분야를 적극적으로 발굴하고 있습니다.

분야	원칙	보고 페이지	분야	원칙	보고 페이지
빈곤퇴치	1.4, 1.5	135, 176-177	불평등 감소	10.2, 10.3	151, 156
양질의 교육 보장	4.1, 4.4, 4.7	100-106, 158, 171-172	지속가능한 도시 및 주거지	11.2, 11.6	88
성 평등 달성	5.5, 5.b	151	지속가능한 소비와 생산	12.5, 12.6, 12.8	95, 195-198
깨끗한 물과 위생 보장	6.4	186	기후변화 대응	13.1, 13.2	83-95, 184-194
모두를 위한 에너지 보장	7.2, 7.3	83-95	육상생태계 보호	15.5	190-194
경제성장과 양질의 일자리	8.2, 8.3, 8.5, 8.7, 8.10	8, 20-41, 99	평화, 정의, 포용적인 제도	16.5, 16.7, 16.10, 16.b	207-214
사회기반시설 산업화 및 혁신	9.4, 9.5	38-41	글로벌 파트너십	17.17	41, 106, 128, 185

이해관계자 소통 채널

네이버의 주요 이해관계자는 이용자, 임직원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부입니다. 각 이해관계자의 특성을 고려한 채널을 통해 양방향 소통을 이어가고 있습니다.

채널로 수집된 이해관계자별 주요 관심사항은 위험 및 기회 관리에 활용하고 있으며, 이 중 주요 내용은 ESG 전략에 반영하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자와의 양방향 소통을 바탕으로 경제적 가치를 나누며 지속가능한 성장을 도모하겠습니다.

네이버 6대 이해관계자

	이용자	임직원	투자자 및 주주	파트너	지역사회	정부
참여·소통	• 네이버 공식 홈페이지, 블로그, 카페 • 네이버 고객센터 • 프라이버시 센터 • Security 블로그 • 그린인터넷 포털 • 분쟁조정 신청 제도 • 기업윤리상담센터	• 사내 포털 ‘CONNECT’ • 고충처리 채널 ‘With U’, ‘kNock’, ‘NVO 고충상담’, 직장 내 성희롱·괴롭힘 전담 부서 핫라인 • 네이버 노사협의회 • ‘NAVER Valuable Opinion’ • 철학 및 가치 소통 ‘Code Day’ • 전 임직원 대상 몰입도·만족도 조사 연간 조직문화진단 및 Pulse Survey • 주요 HR 현안 공유 및 임직원 의견 청취를 위한 ‘HR Share’	• 주주총회 • 주주서한 • Analyst Day, Investor Day • 실적발표 컨퍼런스콜, 1:1 미팅 등	• Voice of Partners(VoP) 제도 • 상생협력 제안 창구 ‘파트너스 라인’ • 분쟁조정 신청 제도 • 기업윤리상담센터 • 파트너와 직접 소통하는 ‘파트너스 데이’ • 소상공인 및 창작자 지원 ‘네이버 임팩트’	• 네이버 커넥트재단 • 해피빈 기부 플랫폼 • 네이버 고객센터 • 기업윤리상담센터 • 전국 네이버 스퀘어 운영 (역삼, 종로, 홍대, 부산, 광주)	• 산학연 기술협력, 스타트업 육성 프로그램 • 부처별 SME 지원 프로그램 등 사업 참여 • 공공서비스 지원 활동 • 협회 가입 및 활동 참여
주요 관심사	• 개인정보보호 및 프라이버시 보장 • 정보보안 시스템 강화 • 이용자 보호 및 만족 • 서비스 안정성 제고 • AI 윤리 및 안전 강화	• 임직원 조직문화 개선 • 인권 및 다양성 존중 • 인재 유치 및 역량 개발 • 건강 및 안전 확보	• 통합적 리스크 관리 • 투명한 이사회 운영 • 주주가치 제고	• 공급망 ESG·지속가능성 관리 • 환경친화적 플랫폼 발굴 및 제공 • 파트너 동반성장 지원 및 상생	• 사회공헌 및 지역사회 발전 기여 • 디지털 접근성 및 정보 격차 개선 • 데이터센터 에너지 효율화 • 사업장 수자원 및 폐기물 관리 • 생물다양성 관리	• 온실가스 관리 및 재생에너지 확대 • 기업윤리 및 반부패 준수 • 규범준수 및 공정거래 강화

수상 및 가입 협회

수상

2020년	9월	• 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상
	11월	• 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
	12월	• 2020 포브스 선정 The World’s Best Employers 2020 37위
2021년	9월	• 포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위
	11월	• 정책소통 유공 장관 표창 수상(행정안전부)
	12월	• 동반성장지수 평가 5년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
	12월	• 2021 ARC 특별 연차보고서 부문 대상 수상
2022년	11월	• 한국표준협회 지속가능성보고서 최초발간 부문 수상
	12월	• 동반성장지수 평가 최우수기업상 수상(동반성장위원회) 수상
	8월	• 2022 ARC 통합보고서 부문 수상
	12월	• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
2023년	12월	• 대한민국 ESG 경영대상 커뮤니케이션 부문 최우수상 수상
		• 한국경영인증권 글로벌스탠더드 경영대상 지속가능보고서상 수상
		• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
	3월	• 동반성장지수 평가 6년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
	11월	• 한국능률협회컨설팅 All Star 포털 서비스 부문 2023 한국에서 가장 존경받는 기업 선정
2024년	12월	• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
	2월	• 동반성장지수 평가 7년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
	4월	• 한국능률협회컨설팅 ‘한국에서 존경받는 기업’ 포털 서비스 부문 1위 및 All Star 기업 선정
	10월	• 중앙일보 유통 및 소비자서비스 부문 2024 ESG 경영 대상 수상
	11월	• 동반성장지수 평가 8년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
2025년	2월	• 한국표준협회 대한민국 지속가능성대회 우수보고서 기업 선정
	9월	• 한국능률협회컨설팅 ‘한국에서 존경받는 기업’ 포털 서비스 부문 3년 연속 1위 및 All Star 기업 18회 연속 선정
	11월	• 재취업지원서비스 우수 사례 선정 기업 ‘고용노동부 장관상’ 수상
	12월	• 동반성장지수 평가 9년 연속 최우수 선정(동반성장위원회)
		• 한국표준협회 대한민국 지속가능성대회 우수보고서 기업 선정
		• 개인정보보호 우수기업상, 기업 최초 수상(개인정보보호위원회, 개인정보전문가협회)

주요 가입 협회

- 금융보안원
- 기업재생에너지재단
- 벤처기업협회
- 정보통신정책학회
- 한국공정경영연합회
- 한국디지털광고협회
- 한국인터넷기업협회
- 한국인터넷자율정책기구
- 한국정보과학회
- 한국침해사고대응팀협의회
- 한국생태학회
- United Nations Global Compact

온실가스 검증의견서

네이버(주) SCOPE 1&2

1. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 명세서의 직접배출(Scope 1) 및 간접배출 (Scope 2)에 대한 검증을 수행하였습니다.

2. 검증 기준 및 절차

한국표준협회는 다음의 기준 및 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침(환경부고시 제2025-265호)
- 2006 IPCC Guidelines, KS I ISO 14064-1 : 2018 및 KS I ISO 14064-3 : 2019

3. 검증 수준

네이버(주)의 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합리적 보증수준(총배출량의 ±5.0% 미만)을 만족하고 있습니다.

4. 검증 결론

검증팀 검증결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

2025년 온실가스 배출량(Scope 1, Scope 2)

(단위 : tCO₂eq)

일련 번호	사업장명	지역기반 배출			시장기반 배출		
		직접배출	간접배출	총 배출량	직접배출	간접배출	총 배출량
1	데이터센터 각(춘천)	63.470	72,301.041	72,364	63.470	66,995.409	67,058
2	그린팩토리	262.707	6,075.861	6,338	262.707	6,075.861	6,338
3	커넥트원	590.406	1,035.458	1,625	590.406	1,035.458	1,625
4	파트너스케어	52.668	577.430	630	52.668	577.430	630
5	임차사업장	30.254	151.519	181	30.254	151.519	181
6	1784	445.558	8,539.930	8,985	445.558	8,539.930	8,985
7	테크원타워	11.424	1,366.137	1,377	11.424	1,366.137	1,377
8	데이터센터 각(세종)	354.718	64,471.269	64,825	354.718	64,471.269	64,825
	합계	1,811.205	154,518.645	156,325	1,811.205	149,213.013	151,019

※ 참고: 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

온실가스 검증의견서

네이버 연결 법인 SCOPE 1&2

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 ‘검증’이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업이 선언한 온실가스 직접배출(Scope 1), 간접배출(Scope 2)에 대한

“제한적 보증 수준”의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상 : 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업
- 보고경계 : 직접배출(Scope 1), 간접배출(Scope 2)
 - Scope 1 : 고정연소(LNG), 이동연소(경유, 휘발유)
 - Scope 2 : 외부 구매 전력 및 열(스팀)
- 보고년도 : 2025년 1월 1일 ~ 2025년 12월 31일

3. 검증 기준

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
 - KS I ISO 14064-1:2018
 - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제2025-64호)
 - 2006 IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change) 가이드라인
 - WRI(World Resources Institute) Greenhouse Gas Protocol

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 “제한적 보증 수준”의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 본사 방문
- 검증방법
 - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
 - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
 - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버(주)는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

5. 검증 한계

네이버(주)의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다.

이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(10% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다.

네이버(주)는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 ‘적정’ 의견을 제시합니다.

온실가스 검증의견서

부록. 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업 온실가스 배출량

구 분		Scope 1	Scope 2	총 배출량 ²⁾
네이버(주) ¹⁾		1,811.205	149,213.013	151,019
클라우드 계열	네이버클라우드 주식회사	29.031	277.845	306
	주식회사 세나클	2.958	31.447	34
	NAVER CLOUD AMERICA INC	0.0	0.0	0
	NAVER Cloud Europe GmbH	0.0	0.0	0
	NAVER Cloud Japan Corporation	0.0	0.0	0
	Chengdu NCC Technology Corporation	0.849	180.925	181
	NAVER Cloud Asia Pacific Pte Ltd	0.000	0.000	0
	엔아이티서비스 주식회사	0.000	179.663	179
	LINE WORKS Corporation	24.119	145.115	169
	SNOW China (Beijing) Co., Ltd.	0.000	54.986	54
스노우 계열	SNOW Japan Corporation	0.913	5.489	6
	주식회사 세미콜론스튜디오	0.136	0.717	0
	SNOW VIETNAM COMPANY LIMITED	0.000	24.459	24
	크림 주식회사	27.108	175.887	202
	팍 주식회사	0.020	2.878	2
	페이머스스튜디오 주식회사	0.201	888.366	888
	SODA Inc.	10.400	62.568	72
	SODA Singapore INT PTE. LTD.	0.000	9.120	9
	SODA inc.(미국)	0.030	0.154	0

1) 네이버(주) 배출량은 정부에 제출된 온실가스 명세서 배출량으로 정부의 적합성평가 결과에 따라 변동될 수 있음

2) 사업장별 배출량은 Scope 1, Scope 2 배출량 합계의 소수점 절사한 정수단위 배출량임

3) 총 배출량은 소수점을 절사한 정수단위의 각 사업장별 배출량을 합산한 배출량임

구 분		Scope 1	Scope 2	총 배출량 ²⁾
아이엔에스 계열	엔테크서비스 주식회사	95.881	513.552	609
	주식회사 그린웹서비스	32.123	215.658	247
	주식회사 인컴즈	7.958	190.850	198
	주식회사 컴파트너스	2.709	116.231	118
기타 법인	네이버랩스 주식회사	9.955	57.987	67
	Poshmark, Inc.	67.674	363.155	430
	Poshmark Canada Inc.	0.000	23.200	23
	Poshmark India Private Limited	0.000	515.681	515
	NAVER J.Hub Corporation	7.641	133.229	140
	주식회사 플레이스앤	1.356	32.725	34
	Yanolja F&B Solution Japan Co., Ltd.	0.038	0.222	0
	네이버파이낸셜 주식회사	0.033	0.486	0
	주식회사 아실	3.286	3.629	6
	증권플러스비상장 주식회사	0.000	12.117	12
	NAVER France SAS	86.017	74.578	160
	주식회사 엔비전스	0.000	46.756	46
	NAVER CHINA CORPORATION	0.000	164.924	164
	주식회사 오디언소리	5.024	30.077	35
	NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED	0.236	57.860	58
	NAVER Arabia Regional Headquarter	0.000	16.888	16
	합계 ³⁾	2,226.900	153,822.435	156,023

2026년 05월 29일

온실가스 검증의견서

네이버(주) SCOPE 3

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 ‘검증’이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)가 선언한 온실가스 기타 간접배출(Scope 3)에 대한 “제한적 보증 수준”의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상 : Category 1~2는 네이버클라우드(주)를 조직경계에 포함하고, Category 8은 운영통제권이 없는 네이버클라우드(주)의 IDC를 대상으로 배출량이 산정되었음. 나머지 카테고리리는 네이버(주) 운영통제 사업장을 대상으로 산정된 배출량을 검증함
- 보고경계 : 기타 간접배출(Scope 3)
 - Category 1. 구입한 제품 및 서비스(네이버(주) 및 네이버클라우드(주)의 ‘25년도 구매 제품 및 서비스)
 - Category 2. 자본재(네이버(주) 및 네이버클라우드(주)의 ‘25년도 구매 자본재)
 - Category 3. 연료 및 에너지 관련 활동(LNG, 경유, 휘발유, 전기, 스팀 구매)
 - Category 4. 업스트림 운송 및 물류(Category1에 포함되지 않은 Upstream 운송 및 물류 배출량)
 - Category 5. 사업장 발생 폐기물(일반 폐기물, 재활용 폐기물의 배출)
 - Category 6. 임직원 출장(교통수단별 출장 및 숙박)
 - Category 7. 임직원 출퇴근(교통수단별 통근)
 - Category 8. 업스트림 임차 자산(네이버클라우드(주) 임차 IDC)
 - Category 9. 판매 제품 운송 및 유통(판매된 Naver Clova+3 운송)
 - Category 11. 판매 제품 사용(판매된 Naver Clova+3 사용)
 - Category 12. 판매 제품 폐기(판매된 Naver Clova+3 폐기)
 - Category 13. 다운스트림 임대 자산(임대 자산 내 LNG, 전기 사용)
- 보고년도 : 2025년 1월 1일 ~ 2025년 12월 31일

3. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
 - Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard(WRI)
 - Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions(WRI)
 - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
 - 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 “제한적 보증 수준”의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 본사 방문
- 검증방법
 - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
 - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
 - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버(주)는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

5. 검증 한계

네이버(주)의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다. 이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다. 또한, 비용기반(Spend-based) 배출계수를 적용하여 배출량을 산정한 경우, 국내 산업의 배출 특성을 충분히 반영하지 못할 수 있다는 한계가 있습니다.

6. 검증 결론

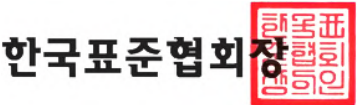
한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(10% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다. 네이버(주)는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정 조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 ‘적정’ 의견을 제시합니다.

부록. Scope 3 온실가스 배출량

카테고리		온실가스 배출량(tCO ₂ eq)	
		네이버(주)	네이버클라우드(주)
Category 1	구매한 제품 및 서비스	71,385	네이버(주)
Category 2	자본재	130,811	배출량에 포함
Category 3	연료 및 에너지 관련 활동	23,169	미산정
Category 4	업스트림 운송 및 유통	7,489	미산정
Category 5	사업장 발생 폐기물	195	미산정
Category 6	임직원 출장	791	미산정
Category 7	임직원 출퇴근	1,307	미산정
Category 8	업스트림 임차자산	-	233,047
Category 9	판매 제품 운송 및 유통	2	미산정
Category 11	판매 제품 사용	9,443	미산정
Category 12	판매 제품 폐기	190	미산정
Category 13	다운스트림 임대 자산	427	미산정
소계		245,209	233,047
합계		478,256	

※ 참고 : 최종 온실가스 배출량은 소수점 이하 절사하여 정수단위로 표기하였음.

2026년 05월 29일



온실가스 검증의견서

네이버(주) 온실가스 감축량

1. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)에서 의뢰한 ‘온실가스 감축사업’에 관한 근거자료 및 기타 문서물을 기반으로 온실가스 감축량 검증을 실시하였습니다.

- 감축기간 : 2025년 1월 1일 ~ 2025년 12월 31일
- 적용방법론
 - 공공부문 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부고시 제2025-165호) [별표7] ‘외부감축사업 온실가스 감축량 산정 방법론’
 - 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
- 근거자료 : 네이버 주식회사 감축실적 보고서 및 근거자료, 기타 문서물

No.	감축사업명	적용방법론
1	1784 지열시스템 온실가스 감축사업 * 적용기술: 지열시스템 설치를 통한 네이버 1784 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 002. 지열에너지 도입
2	1784 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전 설비 설치를 통한 네이버 1784 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 001. 태양광·풍력에너지 도입
3	1784 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업 * 적용기술: 소수력 발전소(2.3MW 규모)에서 생산된 재생에너지 전기 사용을 통한 ‘네이버1784’ 사업장의 온실가스를 감축	인증 지침 ‘제18조 배출량 산정 제외’
4	그린팩토리 지열시스템 온실가스 감축사업 * 적용기술: 지열시스템 설치를 통한 그린팩토리 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 002. 지열에너지 도입
5	그린팩토리 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전소(1.49564MW 규모)에서 생산된 재생에너지 전기 사용을 통한 ‘네이버 그린팩토리’ 사업장의 온실가스를 감축	인증 지침 ‘제18조 배출량 산정 제외’
6	그린팩토리 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전 설비 설치를 통한 네이버 그린팩토리의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 001. 태양광·풍력에너지 도입
7	커넥트원 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전 설비 설치를 통한 재생에너지를 생산하여 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 001. 태양광·풍력에너지 도입
8	데이터센터 각 춘천 고효율 변압기 온실가스 감축사업 * 적용기술: 고효율 변압기(아몰퍼스 변압기) 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 보급
9	데이터센터 각 춘천 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업 * 적용기술: 냉각장치에 외기를 이용하는 설비 및 인버터 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 보급

No.	감축사업명	적용방법론
10	데이터센터 각 춘천 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전 설비 설치를 통한 재생에너지를 생산하여 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 001. 태양광·풍력에너지 도입
11	데이터센터 각 세종 지열시스템 온실가스 감축사업 * 적용기술: 지열시스템 설치를 통한 데이터센터 각 세종의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 002. 지열에너지 도입
12	데이터센터 각 세종 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술: 태양광발전 설비 설치를 통한 재생에너지를 생산하여 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 001. 태양광·풍력에너지 도입
13	데이터센터 각 세종 고효율 변압기 온실가스 감축사업 * 적용기술: 고효율 변압기(아몰퍼스 변압기) 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 보급
14	데이터센터 각 세종 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업 * 적용기술: 하이브리드 냉각 시스템 설치를 통한 에너지 및 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 보급

2. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 리스크 평가 및 데이터 분석, 샘플링 기반으로 검증을 수행하였으며, 다음의 기준 및 지침을 준용, 참고하여 검증을 수행하였습니다.

- 공공부문 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부고시 제2025-165호)
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침(환경부고시 제2025-165호)

3. 검증수준 및 책임

한국표준협회는 귀사의 온실가스 감축량에 대하여 “제한적 보증 수준”의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 그린팩토리, 1784, 데이터센터 각 춘천, 데이터센터 각 세종, 커넥트원 방문

- 검증방법
 - 온실가스 감축량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
 - 보고기간 중 온실가스 감축량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
 - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버 주식회사는 온실가스 감축량을 산정하고 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 감축량 검증에 대한 보증 업무에 한정합니다.

온실가스 검증의견서

4. 검증 한계

한국표준협회는 네이버(주)에서 제시한 관련 보고서, 정보, 데이터를 샘플링하는 방법으로 검증을 수행하였으며, 이에 따른 고유한 한계를 지니고 있습니다. 검증팀은 평가기준에 부합하는 충실한 평가를 수행하고자 노력하였지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있음을 검증의 한계로 제시합니다.

5. 검증 결론

한국표준협회는 사업경계, 베이스라인 시나리오, 데이터 및 감축량 산정 등 적절성을 확인하였으며, 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았음을 확인합니다.

부록. 온실가스 감축량(기간 : 2025년 1월 1일 ~ 2025년 12월 31일) (단위 : tCO₂eq/년)

No.	감축사업명	온실가스 감축량
1	1784 지열시스템 온실가스 감축사업	2,098
2	1784 태양광발전 온실가스 감축사업	79
3	1784 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업	4,379
4	그린팩토리 지열시스템 온실가스 감축사업	2
5	그린팩토리 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업	925
6	그린팩토리 태양광발전 온실가스 감축사업	9
7	커넥트원 태양광발전 온실가스 감축사업	51
8	데이터센터 각 춘천 고효율 변압기 온실가스 감축사업	180
9	데이터센터 각 춘천 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업	12,932
10	데이터센터 각 춘천 태양광발전 온실가스 감축사업	88
11	데이터센터 각 세종 지열시스템 온실가스 감축사업	844
12	데이터센터 각 세종 태양광발전 온실가스 감축사업	106
13	데이터센터 각 세종 고효율 변압기 온실가스 감축사업	50
14	데이터센터 각 세종 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업	16,673

2026년 05월 29일

제3자 검증의견서

검증 개요(Assurance Outline)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 네이버 주식회사로부터 2025년 ESG보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 요청받고 검증을 실시하여 제3자 검증의견서를 다음과 같이 발급합니다. 본 보고서는 네이버 주식회사가 관련 정보를 수집 및 작성하였으므로 보고서에 수록된 내용에 대한 책임은 네이버 주식회사에 있습니다. 한국생산성본부인증원(KPCQA)의 책임은 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 본 보고서에 대한 독립적인 검증 의견을 제시하는 데 있습니다.

검증 범위(Scope)

본 보고서는 네이버 주식회사의 지속가능경영과 관련된 노력과 성과를 기술하고 있습니다. 검증범위는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일을 기준으로 하였으며, 2026년의 일부 활동도 포함하였습니다. 지속가능경영정책과 전략, 목표, 사업, 성과 등에 대한 보고 내용과 보고서 작성 과정의 합리적 프로세스, 정보수집 및 분석의 적합성을중점으로 검증을 수행하였습니다.

검증기준(Criteria)

본 보고서의 검증은 다음 기준에 의하여 수행되었습니다.

- AA1000AS v3
- 한국생산성본부인증원 ESG 검증 프로토콜(KPCQA ESG Assurance Protocol)

검증수준(Levels)

본 보고서의 검증은 AA1000AS v3 검증표준의 Type 2(AA1000 4대원칙 준수)에 해당하는 검증을 수행하였으며, 검증 수준은 중위수준(Moderate)이었으며 중요성 기준은 전문가적 판단 (Professional Judgement)이 적용되었습니다. GRI standards에 따라 작성된(in accordance with) 보고서로 확인되었으며, 네이버 주식회사가 제공한 자료와 정보에 기반하여 GRI standards 보고원칙, 범용표준(Universal Standards), 주제표준(Topic Standards)에 관련된 내용이 해당 요구사항을 준수하고 있음을 확인하였습니다.

공통표준(Universal Standards)	
조직 및 보고 관행	2-1 ~ 2-5
활동 및 임직원 2	2-6 ~ 2-8
거버넌스	2-9 ~ 2-21
전략, 정책 및 실행	2-22 ~ 2-28
이해관계자 참여	2-29 ~ 2-30
중대성 주제	3-1 ~ 3-3
주제표준(Topic Standards)	
경제성과	201-1, 201-2
반부패	205-2, 205-3
세금	207-1, 207-2, 207-3
에너지	302-1, 302-2, 302-3, 302-4
용수 및 폐수	303-3, 303-5
배출	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5
폐기물	306-3, 306-4
공급업체 환경평가	308-2
고용	401-1, 401-3
산업 보건 및 안전	403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-6, 403-8, 403-9
훈련 및 교육	404-2, 404-3
다양성 및 기회균등	405-1
지역사회	413-1
공급업체 사회 영향 평가	414-2
고객개인정보	418-1

제3자 검증의견서

검증방법(Methodology)

- 지속가능경영 성과관리 시스템 및 성과자료 검토
- 보고서 작성 프로세스 및 자료관리 체계 검토
- 중대성 평가 방법, 결과 및 내부분석절차 검토
- 지속가능경영과 관련하여 보도된 언론매체 문건 검토
- 중대이슈 및 보고서 작성에 관련이 있는 임직원 인터뷰
- 보고서 내용에 대한 전반적 검토

검증한계(Limitations)

본 검증은 네이버 주식회사에서 제공한 데이터에 대한 비교 검토를 수행하며 한정된 범위에서 제한적 검증을 실시하였습니다.
보고서에 작성된 데이터의 특성 및 산정 방법에 따라서 고유의 한계를 가지고 있습니다.

검증결과(Conclusions)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 자료 및 문서검토 및 검색, 현장검증, 임직원 인터뷰 결과를 토대로 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 일부 필요한 수정이 이루어져 최종판을 검토 완료하였습니다. 본 보고서의 검증을 수행한 결과 중대한 오류나 부적절하게 기술된 내용은 발견하지 못하였으며 검증 의견은 다음과 같습니다.

포괄성(Inclusivity): 이해관계자의 참여

네이버 주식회사는 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 운영하며, 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하여 주요 이슈 사항을 도출하였으며 의사결정에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

중대성(Materiality): 주요 이슈의 선정 및 보고

네이버 주식회사의 지속가능성과에 대하여 중대 이슈들을 누락없이 포함하고 있다고 확인하였으며 보고서에 수록된 중요 이슈에 대하여 의사결정 과정에 문제가 될 만한 내용은 발견되지 않았음을 확인했습니다.

대응성(Responsiveness): 이슈에 대한 조직의 대응

네이버 주식회사는 ESG 경영 추진체계를 마련하였으며 내외부 이해관계자의 요구와 관심사 대응을 위하여 노력하고 있음을 확인하였습니다.
중대성 평가를 통하여 도출한 주요 이슈에 대한 관리 프로세스를 확인하였습니다.

영향성(Impact): 기업 활동 모니터링 및 측정

네이버 주식회사의 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 식별 및 모니터링하고 있음이 확인하였습니다.
중대 이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정되었다고 할 만한 근거를 확인하지 못하였습니다.

검증의 적격성 및 독립성(Competencies and Independence of Assurance)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 ISO/IEC 17021:2015에 부합하는 제3자 적합성 평가기관 (3rd Party Conformity Assessment Body)이며, 문서화된 방침, 평가 프로세스 및 품질보증시스템을 갖추고 ESG 분야에 전문성을 보유한 전문가들로 검증팀을 구성하고 있습니다.
한국생산성본부인증원(KPCQA)은 네이버 주식회사의 영리를 목적으로 하는 활동 등에 참여한 바도 없으며 금번 검증에도 영향을 미치지 않는 독립성을 유지해왔습니다.

NAVER