

Embracing Sustainability for Growth

네이버 2020 ESG 보고서



네이버는 빠르게 변화하는 경영환경을 반영하며 더욱 지속가능한 미래를 그리고 있습니다. 이용자들의 가치를 높이는 기술을 연구하며, 중소기업(Small Medium Enterprises, SME)과 창작자의 가치를 발견하고 미래 세대가 건강한 환경을 함께 누릴 수 있도록 노력합니다.

ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

네이버는 경영활동을 통해 창출되는 경제, 사회, 환경적 가치와 성과를 다양한 이해관계자와 투명하게 소통하고자 첫 번째 ESG 보고서를 발간합니다. 향후 네이버의 지속가능경영 활동 및 성과, 계획을 이해관계자에게 정기적으로 공유하는 소통 채널로써 본 보고서를 활용하고자 합니다.

보고 기간

첫 번째 ESG 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2020년 6월 30일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2020년 9월 30일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2020년 10월 31일까지의 의사결정 사항을 담고 있습니다.

일부 성과는 이전 3개년 이상의 데이터를 제시하여 추이 파악이 가능하도록 하였으며, 보고 시점 경영상의 중요 변동 사항은 독자의 참고 사항으로 별도 표기하였습니다.

보고 범위

본 보고서의 보고 범위는 다음과 같습니다.

- 재무 및 사업 성과에 관한 보고는 네이버가 운영하고 있는 본사 및 국내외 사업장 전체를 포함하고 있습니다.
- 비재무 성과는 네이버 주식회사 개별 기업을 기준으로 작성하였으며, 환경 성과는 데이터센터 각, 그린팩토리, 제2사옥 1784를 포함하고 있습니다.

작성 기준

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 'Core Option'을 따르고 있으며, 보고서 내 재무 성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결기준으로 작성하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 보고 내용의 신뢰성 확보를 위하여 독립적인 외부 검증기관인 한국경영인증원(KMR)의 검증 과정을 거쳤으며, 보고서 검증은 국제적 검증 기준인 AA1000AS(2008)에 따라 수행되었습니다.

보고서 문의

본 보고서에 대한 문의사항은 아래의 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

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



COVER STORY

네이버는 끊임없이 도전합니다. 작은 벤처기업으로 출발했던 1999년부터 글로벌 ICT기업으로 성장한 오늘날까지, 도전은 네이버의 빠른 성장을 이끌어 온 원동력이었습니다. 성장과 함께 네이버가 미치는 사회적 영향력과 책임감 또한 커짐에 따라 네이버는 또 하나의 새로운 도전을 준비합니다. 그것은 바로 네이버 가치사슬 안에 있는 여러 이해관계자와 더불어 성장하는 길을 찾는 것입니다. 네이버가 최초로 발간하는 2020 ESG 보고서의 표지는 기술 플랫폼으로 진화를 계속하는 과정과 ESG(Environmental, Social & Governance, 환경·사회·거버넌스)로 완성되는 지속가능한 미래를 향한 여정을 의미합니다. 기술로 사용자에게 연결의 편의성과 발견의 즐거움을 제공하고, 창작자와 SME의 성공을 꽃피우며, 자연환경을 소중하게 지켜가는 것. 네이버가 도전하는 이유이자 목표입니다.



네이버 2020 ESG 보고서는 당사 홈페이지(www.navercorp.com)에서 PDF 포맷으로 다운로드 가능합니다.

CONTENTS

MANAGEMENT OVERVIEW

- 10 Letter to Stakeholders
- 12 Our Company
- 16 Our Ambitions

GOVERNANCE & TRUST

- 38 **GOVERNANCE**
 - 건전한 기업지배구조
 - 리스크 및 기회
 - 기업윤리 및 컴플라이언스
- 50 **TRUST**
 - 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유

KEY HIGHLIGHTS

- 24 **OUR IMPACT**
 - 경제적 가치 분배
- 25 **SPECIAL REPORT**
 - COVID-19, 네이버의 대응 및 역할
- 34 **MANAGEMENT REPORT**
 - 지속가능한 비즈니스 성장

SOCIAL & ENVIRONMENT

- 60 **SOCIAL**
 - 인권 존중
 - 임직원을 위한 투자
 - 미래역량 개발과 기술 혁신
 - 프로젝트 꽃
- 82 **ENVIRONMENT**
 - 환경영향 관리

APPENDIX

- 89 Performance Indices
- 93 GRI Index
- 96 UN SDGs
- 97 수상 및 가입 협회
- 98 검증 의견서

네이버는 빠르게 변화하는 경영환경을 반영하며 더욱 지속가능한 미래를 그리고 있습니다. 이용자들의 가치를 높이는 기술을 연구하며, 중소기업(Small Medium Enterprises, SME)과 창작자의 가치를 발견하고 미래 세대가 건강한 환경을 함께 누릴 수 있도록 노력합니다.

Empowering green platform & initiative for the future



지구가 건강하지 않으면 그 안에 사는 어떤 생명체도 건강할 수 없습니다. 바르고 건강한 성장을 추구하는 네이버는 네이버의 모든 데이터가 집약된 근원적 공간부터 친환경 경영을 실천하고 있습니다. 데이터센터 '각'은 데이터 서버의 열을 내리는 친환경 첨단 기술을 적용하고 태양광 재생 에너지를 사용하는 등 에너지 절감을 극대화합니다. 현 사옥인 그린팩토리과 건설중인 제2 사옥 1784도 공간 전체에 최첨단 친환경 기술을 적용했습니다. 네이버는 우리가 영위하는 사업의 모든 부분에서, 모든 일상에서, 모든 자원과 노력을 모아 미래 녹색성장에 불을 밝히고 있습니다.



Scaling social impacts & sustainability in mind



네이버의 기술과 플랫폼은 지속가능한 가치가 자라날 수 있는 토양이며, 사회적 파급효과를 키우는 자양분입니다. 더 나은 콘텐츠를 가꾸어 나가는 창작자들의 노력을 알기에, 아이디어를 무기삼아 시장에 도전장을 던지는 스타트업의 가능성을 믿기에, 네이버는 연결의 힘으로 더 많은 개인이 성장해 더 넓은 세상에서 기회를 만들 수 있도록 돕고 있습니다. 사람과 기술, 정보의 시너지가 극대화되는 곳. 앞으로도 네이버는 지속가능성을 중심에 두고 네이버의 역량과 자산을 활용하여 세상이 원하는 것을 앞서 찾아냄으로써 우리 사회에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 길을 모색하겠습니다.



Guided by good governance & shared values

파트너스퀘어 종로교차로
함께 나누고 싶은 이야기

파트너스퀘어
파트너스퀘어 종로교차로
네이버 파트너스퀘어는
스몰비즈니스와 창업자를 위한 전문 교육과
공간을 통해 누구나 온라인에서 쉽게 시작하고,
성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.
파트너스퀘어 플랫폼은
유리한 비즈니스와 콘텐츠 성장을 위한
유리한 비즈니스 스튜디오를 보유하고,
시업을 하는 '스몰메이커스'를 위한
공간을 제공합니다.



1999년 벤처기업으로 시작해 오늘날
글로벌 ICT기업으로 성장한 네이버. 빠르게 성장하는
과정에서도 건전한 지배구조와 투명성을 가진
경영 모델을 유지하며 기업과 주주 가치를 극대화한
것은 네이버의 자부심입니다. 네이버의 선진
지배구조는 네이버가 기술 플랫폼으로서 여러
이해관계자와 더불어 지속가능한 성장을 이룰 수
있는 근간입니다. 네이버의 구성원들 또한 상생의
가치를 공유하며 회사와 사회의 바른 성장을 이끌어
나가고 있습니다. 이와 같은 건강하고 긍정적인
기업문화를 바탕으로 네이버는 혁신을 지속합니다.
탁월한 안목과 열정이 모인 터전에서 네이버는
지속가능한 내일을 준비합니다.



CEO 메시지



안녕하십니까,
네이버 대표이사 한성숙입니다.

네이버의 첫 ESG(환경·사회·거버넌스) 보고서를 통해
주주, 고객, 파트너사, 임직원 여러분들을 뵙게 되어 반갑습니다.

네이버는 COVID-19 위기에도 미래 경쟁력을 강화하기 위해 지속적인 체질 개선을 진행하고, 선제적으로 리스크 관리를 함으로써, 위기를 기회로 만들어 나가고 있습니다. 이에 따라 네이버는 올 한 해 서치플랫폼의 견고한 성장과 더불어, 앞으로의 신성장동력이 될 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드까지 각 사업 영역이 모두 고르게 성장하는 고무적인 성과를 거두고 있습니다.

전례 없는 위기 상황은 우리 일상의 많은 부분에 변화를 주었으며, 실물 경제와 사회 안전을 위협할 뿐만 아니라 환경에도 많은 부담을 가하고 있습니다. 네이버 역시 비대면 환경이 늘어나면서 온라인 플랫폼의 사회적 역할과 책임을 더욱 실감하며 포스트 코로나 시대에 대응하기 위한 경영활동에 전력을 다하고 있습니다.

네이버는 그간 이용자 만족, SME의 디지털 전환, 창작자 지원, AI(인공지능) 연구 생태계 강화 등을 통해 네이버를 둘러싼 생태계 내의 다양한 이해관계자 가치 실현을 위해 노력해 왔습니다. 이를 통해 네이버가 성장할 수 있었고, 앞으로도 지속적인 성장의 근간이 될 것입니다. 이에 네이버는 사회·환경적 가치 창출을 위한 노력과 투자를 더욱 강화하고자 2020년 한 해 동안 전사의 중장기 ESG 전략을 수립하는 활동을 진행했습니다.

네이버의 중장기 ESG 전략은 다음의 방향성을 담고 있습니다.

향후 비즈니스 핵심 경쟁력으로서 새로운 기회를 창출할 친환경 이커머스 생태계 조성, 인재 양성 및 경쟁력 강화, 파트너 성장지원 확대, 주주가치 제고를 중점적으로 추진할 것입니다. 또한 기업가치에 중대한 하락 요인이 될 수 있는 기후변화, 정보보호·보안, 공정거래 및 윤리경영에 관한 리스크 관리 체계를 고도화할 것입니다.

네이버는 최고 의사결정기구의 역할을 강화하고 역량을 결집하기 위해 올해 10월 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하였습니다. 네이버의 이사회와 경영진은 포스트 코로나 시대에 더욱 중요해질 회복 역량을 강화하는 한편, 장기적 기업가치 증대를 위한 재무/비재무성과의 통합적 관리를 확대해 나갈 것입니다.

특히, 기후변화 완화를 위해 국내·외 산업계 전반의 노력이 필요함을 인식하고, 친환경 비즈니스 확대와 저탄소 경제로의 이행을 가속화하는데 동참하고자 합니다. 이에 네이버는 2040년까지 배출되는 탄소량보다 더 많은 탄소를 감축하는 "Carbon Negative" 목표를 추진할 계획입니다.

이미 기술 혁신과 비대면 시대 도래로 데이터 사용량이 증가하고 있으며, 데이터센터 각과 세종 제2 인터넷 데이터 센터(이하 IDC) 완공을 고려하면 향후 10년간 네이버의 탄소 배출량은 빠르게 증가할 것으로 전망하고 있습니다. 네이버는 세계 최고 수준의 전력 효율을 갖춘 데이터센터와 오피스를 구축하고 있으나, 기후변화로 인한 운영 리스크가 심화되지 않도록 추가적인 노력과 투자가 필요하다고 판단했습니다.

이에 따라 솔루션 확보, 데이터센터의 전력효율 지속 유지/개선 등을 적극 검토하고 향후 친환경 관련 사업과 투자를 늘릴 것입니다. 이 과정에서 네이버의 가치사슬을 아우르는 친환경 생태계 조성을 통해 온실가스 감축과 순환 경제 촉진을 견인하겠습니다.

2020년은 라인-Z홀딩스 경영통합 관련 글로벌 반독점 심사 승인 완료, CJ그룹과의 전략적 사업제휴 등으로 사업적 역량을 신속하게 강화시키고, 장기적인 성장 발판을 마련한 해이기도 합니다.

앞으로도 네이버는 다양한 파트너들과의 시너지를 통해 글로벌 경쟁력을 더욱 키워나갈 것이며, 지속가능한 비즈니스 운영을 통해 이해관계자 여러분과 회사의 미래가치를 공유하고 함께 성장해 나가겠습니다. 그리고 이러한 활동들에 대한 현황과 계획은 향후 다양한 채널을 통해 투명하게 소통해 나갈 계획입니다.

네이버에 보내주시는 여러분의 관심과 성원에 진심으로 감사한 말씀을 전합니다. 다양한 관계 속에서 건강히 성장하고 사회적 역할과 책임을 다하기 위한 네이버의 행보에 이해관계자 여러분의 아낌없는 격려와 조언을 부탁드립니다.

2020년 12월

네이버 주식회사
대표이사 한성숙

OUR COMPANY

네이버 소개

네이버 주식회사는 국내 1위 인터넷 검색 포털 '네이버(NAVER)' 서비스를 기반으로 검색, 커머스, 핀테크 사업을 영위하고 있으며, 국내 최대 인터넷 데이터 센터(이하 IDC)를 보유한 기업으로서 공공/금융 분야를 중심으로 클라우드를 비롯한 다양한 IT 인프라 및 솔루션 제공을 확대해 가고 있습니다. 또한 웹툰, 뮤직, V LIVE 등 다양한 콘텐츠 사업을 통해서도 글로벌 사업을 확장하고 있는 ICT 기업입니다.

네이버는 전 세계 2억 명이 사용하는 모바일 메신저 LINE을 개발하여 2016년 미국과 일본에 동시 상장한 바 있으며, 현재는 LINE-Z홀딩스 경영통합을 통해 한 단계 더 나아간 사업 확장을 추진하고 있습니다. 네이버는 인공지능, 로봇틱스, 모빌리티 등 미래 기술에 대한 지속적인 연구개발을 통해 기술 플랫폼의 변화와 혁신을 추구하며, 세계 각국의 수많은 이용자와 다양한 파트너들이 함께 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

CORPORATE INFORMATION

회사명 **네이버 주식회사**
(NAVER Corporation)

설립연도 **1999년 6월**

대표이사 **한성숙**

본사 위치 **경기도 성남시 분당구 불정로 6**
네이버 그린팩토리

임직원 수 **3,777명**
(2020년 6월 30일 기준)

영업수익 **6.6 조 원**
(2019년 12월 31일 기준)

3.6 조 원
(2020년 6월 30일 기준)

KEY MILESTONES

주요 연혁

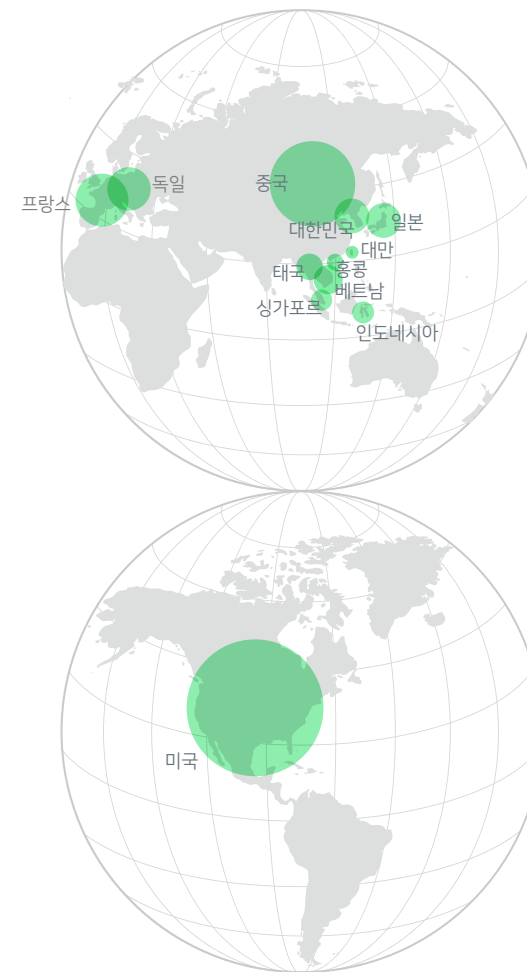
- 2020. 08 라인-Z홀딩스 경영통합 관련 국가 독과점 심사 승인 완료
- 2019. 12 라인-Z홀딩스 경영통합계약 체결
- 2019. 11 네이버파이낸셜 설립
- 2017. 05 네이버웹툰 주식회사, 별도법인 설립
- 2017. 01 미래기술 별도 법인 네이버랩스 주식회사 설립
- 2016. 08 스노우 주식회사 설립
- 2016. 07 라인 주식회사, 뉴욕 및 도쿄 증시 동시 상장
- 2015. 04 기업용 협업 서비스 전담 자회사 워크모바일(Works Mobile) 설립
- 2014. 07 네이버비즈니스플랫폼 주식회사 광고 및 플랫폼 사업 부문, 네이버 주식회사로 합병
- 2013. 08 NHN 주식회사, 네이버 주식회사로 사명 변경 및 게임사업 분리
- 2013. 06 데이터센터 각 설립
- 2013. 03 LINE 글로벌 사업 전담 라인플러스(LINE+) 설립
- 2012. 01 NHN 재팬, 네이버 재팬, 라이브도어 등 3개 법인 NHN 재팬으로 통합
- 2010. 05 NHN 문화재단 설립(원 네이버 문화재단) 설립
- 2010. 04 NHN, 신사옥 그린팩토리 입주
- 2008. 11 유가증권시장(KOSPI) 이전 상장

주요 평가기관 등급

- A** MSCI ESG Ratings 종합 A 등급
(2020년 5월 기준)
- A+** 2020년 한국기업지배구조원(KCGS) 지배구조 A+, 통합 A 등급
- 4년** 2019년 동반성장위원회 동반성장지수 4년 연속 최우수기업
(2020년 9월 기준)

GLOBAL NETWORK

전 세계 12개 국 진출



FEATURED SERVICES

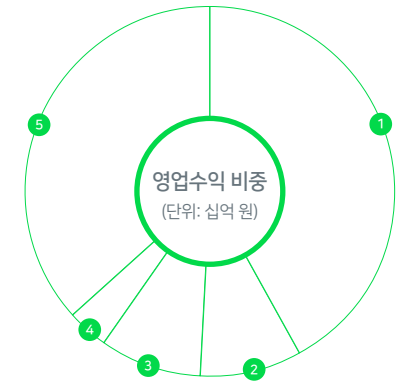
- 네이버
- 스마트스토어
- 밴드
- 네이버웹툰
- 라인망가
- V LIVE
- VIBE
- 스노우
- AudioClip
- 네이버클라우드
- 네이버웍스
- 네이버클로바
- WHALE
- Papago

*2020년 10월 31일 기준

*2020년 10월 31일 기준

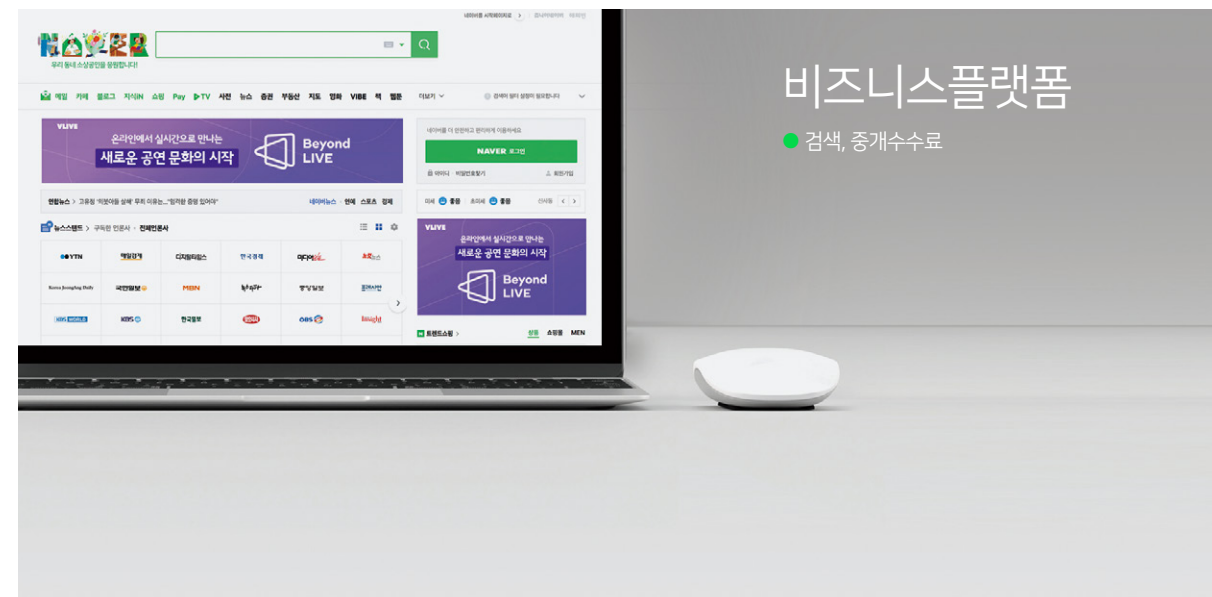
주요 사업

네이버는 국내 1위 인터넷 검색 포털 '네이버(NAVER)'와 글로벌 모바일 메신저 '라인(LINE)' 등 다양한 인터넷 서비스를 기반으로 서치플랫폼, 커머스 사업을 통해 매출을 창출하고 있습니다. 아울러 웹툰, 뮤직, V LIVE 등의 콘텐츠서비스, 새로운 성장이 기대되는 핀테크, 기업용 솔루션을 제공하는 클라우드 등 다각화된 사업 포트폴리오를 기반으로 안정적인 성장을 이어가고 있습니다.



1 비즈니스플랫폼	1,527 (42.0%)
2 IT플랫폼	328 (9.0%)
3 광고	319 (8.8%)
4 콘텐츠서비스	135 (3.7%)
5 LINE 및 기타플랫폼	1,326 (36.5%)

* 2020년 상반기 기준



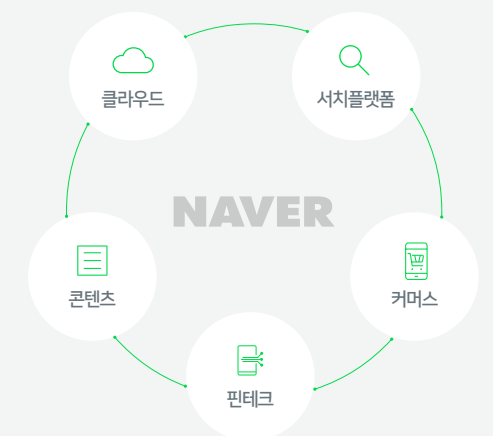
2020년 3분기부터 변동되는 매출 재분류에 관한 참고 사항

본 보고서의 영업수익, 사업부문 별 매출은 반기보고서 기준으로 작성되었으며, 2020년 8월 LINE-Z홀딩스 경영통합에 대한 관련 국가의 독과점 심사가 승인됨에 따라 3분기 LINE이 중단 영업손익으로 분류되고 영업수익 집계 기준이 변경되었음을 알려드립니다.

아울러, 네이버는 중장기 전략과 사업 방향성을 반영하여 2020년 3분기부터 사업 분류를 새롭게 변경하였습니다. 네이버 사업 내에서 커머스가 차지하는 역할과 기여도가 중요해짐에 따라, 비즈니스플랫폼과 광고 매출 내 포함되어 있던 커머스 매출을 별도로 분리하였고, 나머지 검색과 디스플레이는 네이버의 근간인 서치플랫폼으로 통합하였습니다. 또한, IT플랫폼에 있던 네이버페이와 금융서비스, 클라우드와 웹스 등 B2B 매출은 각각 핀테크와 클라우드로 분류하였습니다.



새롭게 변경되는 네이버의 사업 분류 기준



OUR AMBITIONS

ESG 추진 전략

네이버는 ESG(환경, 사회, 거버넌스) 관점에서 기업가치를 높이는 방안을 모색합니다. 특히, 이사회 및 최고 경영진의 ESG 리더십을 기반으로 중장기 ESG 전략을 체계적으로 추진함으로써 지속가능한 가치를 창출하기 위해 노력하고 있습니다.

네이버는 ESG(환경, 사회, 거버넌스)를 기반으로 장기 기업가치를 제고하고, 이용자, 구성원, 주주, 파트너, 지역사회 등 다양한 이해관계자를 포함한 지속가능한 가치를 창출하고자 중장기 ESG 전략을 수립하였습니다. 이를 통해, 향후 비즈니스에 새로운 기회가 될 요소는 지속적으로 강화하는 한편, 부정적 요인에 대해서는 리스크 최소화에 주력할 계획입니다.

2020년 7월~10월 기간 동안 전 유관부서와 경영진 및 이사회를 대상으로 의견을 수렴하는 프로세스를 가졌습니다. 또한, 국내·외 네이버 핵심 투자자 그룹, ESG 전문가 그룹, 주요 비즈니스 파트너 등 외부 이해관계자들도 향후 네이버가 장기적으로 중요하게 관리해야 할 ESG 이슈와 대응 방향에 대해 논의를 진행하였습니다. 이를 기반으로 국내·외 지속가능경영 환경 변화, 산업 동향, 이해관계자 요구 수준 대비 내부 관리 현황이 취약한 영역들을 식별하고, 내부 자원을 고려한 유관부서의 전략적 ESG 개선 과제를 도출하였습니다.

이 중, 이해관계자 관심이 높으며 네이버가 중장기적으로 추진해야 할 필요성이 있는 ESG 핵심 영역을 중심으로 ESG 추진 방향성을 체계화 하였습니다. 나아가 네이버는 2020년을 시작으로, 기업가치에 중대한 영향을 미치는 ESG 이슈의 관리 현황 및 계획에 대하여 적시성과 투명성을 갖춘 정보공시를 진행할 예정입니다. 아울러, 점차 재무실적 전망과 통합된 형태의 비재무 정보공시를 지향함으로써, 장기적 관점에서 기업가치를 바라보고자 하는 이해관계자를 대상으로 최적화된 공시 형태를 지속적으로 고민해 나가겠습니다.

ESG 관리 체계

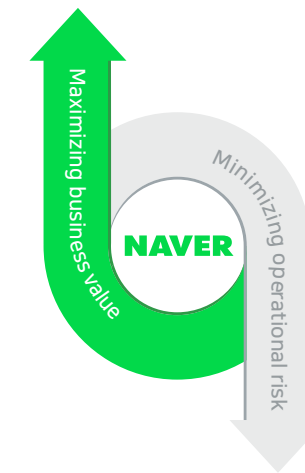
2020년 10월, 이사회 산하에서 기존 환경, 사회 이슈 관련 의사결정을 진행하던 투명성위원회의 기능을 확대하여 ESG위원회를 별도 신설하였고, 전사 ESG 리스크 관리와 비즈니스 기회 확대를 집중적으로 추진하는 최고 협의체 기능을 부여했습니다.

또한, 국내·외 투자자와의 주요 접점인 채권 조달, 집행, 배분을 기획하는 CFO 조직 산하에 ESG 전담조직을 신설할 계획을 수립하고, 글로벌 리더 수준의 ESG 경영을 추진하도록 했습니다. 향후 ESG 전담조직은 전사 유관부서에서 추진하는 개별 ESG 추진과제를 관리하고, 외부 이해관계자 요구사항에 기반한 가이드를 제시하며, 과제 추진 현황을 기반으로 연 4회 이사회 내 ESG위원회에 안건을 상정하게 됩니다.

2021년에는 국내·외 환경 규제 강화 움직임에 선제적으로 대응하기 위해 환경 부문 전담조직을 정비하여 전사 시설관리, 기후변화 대응, 친환경 비즈니스를 추진할 계획을 갖고 있습니다.

ESG 기반 기업가치 제고 전략

친환경 이커머스생태계 조성	인적자본 경쟁력 강화	파트너 성장지원 확대	지배구조 투명성 유지 및 선진화
<ul style="list-style-type: none"> 친환경 포장재 투자 지속 확대 친환경 상품 Branding 확산 파트너 참여 유도 	<ul style="list-style-type: none"> 임직원 몰입도/만족도 향상을 위한 투자 확대 임직원 교육체계 강화 전 임직원 대상 스톡옵션 부여 	<ul style="list-style-type: none"> 파트너스퀘어를 통한 사회적 가치 창출 확대 동반성장을 위한 상생펀드 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 투명하고 예측 가능한 주주환원 정책 수립 및 제시 최고 수준의 지배구조 투명성 유지 확대



2040 Carbon Negative 달성	정보보호·사이버 보안 Risk 최소화	공정거래, 윤리경영 관리 강화
<ul style="list-style-type: none"> 데이터센터 에너지 효율 유지 및 개선 재생에너지 사용 확대 친환경 사업 발굴 및 탄소저감 솔루션 투자 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 사내·외 전문가와 최고경영진 주도의 정보보안 관리체계 운영 정보보호 및 사이버보안 Risk 관리 솔루션 지속 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> 반부패 Risk 관리체계 및 정보공시 고도화 윤리경영/컴플라이언스 Risk 발생 건수 지속 경감 및 관련 조치 강화

이해관계자 참여 및 소통

네이버는 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부를 주요 이해관계자로 정의하고 있습니다. 이해관계자의 주요 관심사를 지속적으로 파악하기 위해 다양한 소통 채널을 운영하고 있으며, 적극적인 소통 활동을 통해 경영 활동 전반에 이해관계자의 의견을 반영하려고 노력하고 있습니다.

이해관계자	주요 관심사	소통 채널	주요 활동	
USERS (이용자)	<ul style="list-style-type: none"> 신규 서비스 런칭 서비스 품질 개선 네트워크 안전성 강화 개인정보 유출 방지 서비스/정책에 관한 투명한 정보 공유 원활하고 신속한 커뮤니케이션 기업의 사회·환경적 책임 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버 공식 홈페이지, 블로그, 카페 이용자 경험 조사를 위한 만족도 문의 고객센터 정보보호 관련 정보제공 채널 <ul style="list-style-type: none"> 네이버 프라이버시 센터, 프라이버시 TV 엔플이(공식 페이스북 페이지) 프라이버시 강화 보상 제도(PER: Privacy Enhancement Reward) 투명성보고서, 프라이버시 백서, 개인정보보호 리포트 ESG 보고서 	<ul style="list-style-type: none"> 지속적인 신규 서비스 출시 및 기존 서비스 고도화 리스크 관리를 통한 운영 안전성 제고 보도자료, 홈페이지, 블로그 포스팅을 통한 신속한 정보 제공 다양한 정보보호 소통채널 운영을 통한 정책 및 성과 공개 ESG 보고서 발간을 통한 네이버의 지속가능성 성과와 계획 공유 	
EMPLOYEES (구성원)	<ul style="list-style-type: none"> 직장 내 기본권, 고용 안정성 보장 안전하고 쾌적한 근무환경 차별화된 복리후생 프로그램 다양성 및 포용성 확대 균등한 기회 및 공정한 성과평가 성장 및 자기계발 기회 	<ul style="list-style-type: none"> 사내 포털 고충처리 채널 'With U' 회사 전반의 제도, 기준을 문의할 수 있는 통합 채널 'kNock' 노사협의회 'NAVER Valuable Opinion' 회사의 철학 및 가치에 대한 이해도 제고 및 논의의 장 'Code Day' 리더직급의 조직관리 역량 향상을 위한 'Leader Class' 	<ul style="list-style-type: none"> 전사 윤리서약 시행 Companion Day, NAVER Service Meet Up을 통한 경영진-직원 간의 소통 기회 마련 건강관리 및 다양한 복리후생 프로그램 운영 스톡옵션 및 다각도 리뷰를 통한 공정한 성과평가 진행 Open Career Chance를 통한 조직 이동 기회 부여 역량개발을 위한 교육/프로그램 운영 	
INVESTORS & SHAREHOLDERS (투자자 및 주주)	<ul style="list-style-type: none"> 미래 성장동력 확보를 위한 신사업 추진 시장 경쟁우위 선점을 통한 안정적인 수익원 창출 재무 성과 배당 성향 리스크 관리 역량 투명한 사업정보 및 거버넌스 체계 공개 	<ul style="list-style-type: none"> 주주총회 Analyst Day NDR(Non-Deal Roadshow) 실적발표 컨퍼런스콜 1:1 미팅 주주 관여 	<ul style="list-style-type: none"> 사업보고서 감사보고서 연차보고서 기업지배구조보고서 ESG 보고서 	<ul style="list-style-type: none"> 신사업, 신시장 진출, 협업 등을 통한 수익 창출 다양한 IR미팅을 통한 주주 소통 및 성과 공개 사업보고서, 연차보고서 등을 통한 재무성과 공개 ESG위원회, 리스크관리위원회 운영을 통한 전사적인 리스크 관리 기업지배구조보고서를 통한 거버넌스 체계의 투명한 공시 ESG 보고서발간을 통한 비재무 리스크 관리 현황 공개
PARTNERS (파트너)	<ul style="list-style-type: none"> 공정한 거래와 대우 협력 기회 SME/스타트업 대상 교육, 인프라 지원 	<ul style="list-style-type: none"> Voice of Partners 제도 상생협력 제안 창구 '파트너스 라인' 분쟁조정 신청 제도 SME 교육, 컨설팅 및 다양한 자금 지원을 위한 'D-커머스 프로그램' 창업 성공사례 노하우 공유의 장 'D-커머스데이' 지역기반 교육, 인프라 지원 프로그램 '파트너스케어' SME 마케팅 캠페인 '이름을 불러주세요' 	<ul style="list-style-type: none"> D-커머스 리포트 프로젝트 꽃 리포트 네이버 CONNECT 개발자 콘퍼런스 DEVVIEW AI 콜로키움 	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 규정 도입 및 준수 윤리실천협약서, 지속가능경영실천협약서를 통한 지속가능한 비즈니스 환경 조성 기술, 개인정보보호 등 디지털 교육 시행 온/오프라인 플랫폼을 통한 리소스, 인프라 제공 광고 노출 및 판로 개척 기회 제공
COMMUNITIES (지역사회)	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 기술 접근성 강화 지역경제 활성화 균형발전, 도시와의 사업기회 격차 축소 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버 커넥트재단 디지털 교육 프로그램 지역기반 교육, 인프라 지원 프로그램 '파트너스케어' SME 마케팅 캠페인 '백반위크' 그린팩토리 사옥 내 라이브러리 운영 		<ul style="list-style-type: none"> 온라인 플랫폼, 지역별 교육을 통한 디지털 인재 육성 거점지역 고용 창출 기여 지역 기반 SME 발굴 및 홍보 지원 대중에게 라이브러리 개방, 실버 인력 고용
GOVERNMENT (정부)	<ul style="list-style-type: none"> 반부패 및 규제 준수 공정거래 확립 경제적 가치 창출 투명한 조세 납부 및 기업정보 공개 	<ul style="list-style-type: none"> 민간 협력, 파트너십 강화 미래기술 확보 기술인재 육성 	<ul style="list-style-type: none"> 사업보고서 감사보고서 기업지배구조보고서 ESG 보고서 	<ul style="list-style-type: none"> 내부통제시스템 및 감사기구 운영 성실한 조세 납부 COVID-19 등 재해, 재난 상황 시 협업 디지털 뉴딜, 4차 산업 등 혁신 기술 연구 및 개발 협력 공공기관 클라우드 플랫폼 제공 지속적인 우수인력 양성 및 채용

ESG 중요 이슈

네이버는 사업을 영위함에 있어 경영환경을 포괄적으로 분석하는 동시에, 다양한 이해관계자의 목소리에 세심하게 귀 기울이고 있습니다. 네이버에게 중요한 ESG 이슈의 우선순위를 식별하고 이행하기 위해 역량을 결집하고 있으며, 이러한 과정을 투명하게 공개하고자 합니다.

네이버는 2020 ESG 보고서의 보고 내용을 결정하고 향후 중점적인 관리가 필요한 ESG 이슈를 식별 및 선정하기 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 지속가능성 관련 외부 평가, 정책 및 규제, 산업계 선진 사례와 동향을 종합적으로 분석하였으며, 미디어에 노출된 네이버의 현황을 조사하여 반영하였습니다. 특히, 중대성 평가를 진행하는 과정에서 네이버의 주요 투자자와 주주를 대상으로 온라인 설문조사와 인터뷰를 실시하여, 네이버가 우선적으로 대응해야 하는 ESG 이슈들에 대한 의견과 제언을 수렴하였습니다. 나아가, 전사적으로 유관부서와의 인터뷰를 진행하여 관리 현황과 향후 추진 방향에 대하여 논의하였습니다.

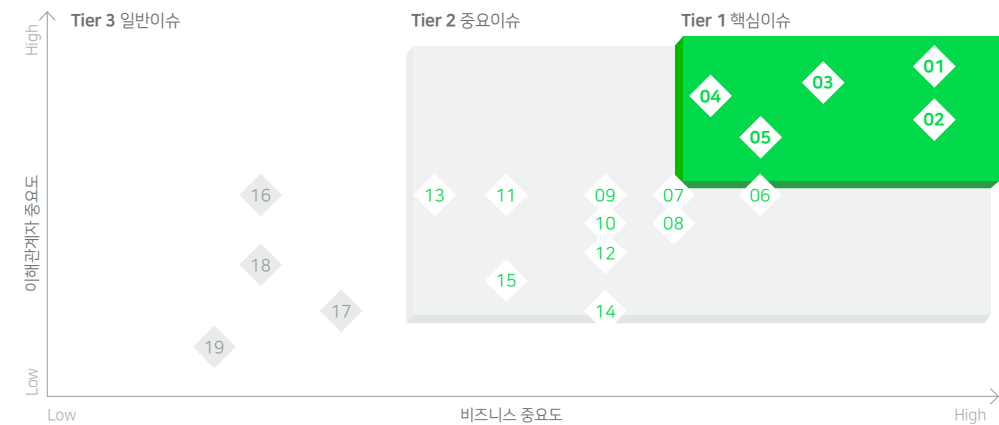
중대성 평가 결과, 우선적으로 대응이 필요한 주요 ESG 이슈 19개가 선정되었습니다. 네이버의 비즈니스와 이해관계자에 걸쳐 가장 중요하게 선정된 이슈는 '정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유'이며, 'R&D 및 기술혁신', '윤리 및 컴플라이언스', '상생 협력과 소셜 임팩트 창출', '이용자 만족' 순으로 중요한(Tier 1) 것으로 나타났습니다. 네이버는 ESG 추진 전략 내 Tier 2와 Tier 3 ESG 이슈 관리를 위한 방향성을 수립하였으며, 전사적인 대응을 통해 ESG 관리 역량을 강화해 나갈 예정입니다.

중대성 평가 프로세스



중대성 평가 결과

Materiality Matrix



비즈니스 중요도 설명

- 매출**
개별 이슈의 직접적인 수익 창출 연관성 뿐만 아니라, 새로운 시장 창출 등 수익 창출의 기회 및 잠재적인 경쟁 우위 요인이 될 수 있는지를 평가
- 비용**
개별 이슈의 직접적 비용 이외에도 잠재적 비용과의 연계 가능성을 기반으로 종합적인 회사의 자본비용에 미치는 영향에 대해 평가
- 명성**
개별 이슈에 대한 회사의 대내외적 기대 사항과 평가에 미치는 영향에 대해 평가
- 규제**
개별 이슈에 대한 회사의 대응 중요성 및 사업적 리스크에 대해 평가

중요도 구분	ESG 이슈	비즈니스 중요도 ¹⁾				이해관계자 중요도					보고 위치	
		매출	비용	명성	규제	이용자	구성원	투자자/주주	파트너	지역 사회		정부
Tier 1	01. 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Trust - 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유
Tier 1	02. R&D 및 기술혁신	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 미래역량 개발과 기술 혁신
Tier 1	03. 윤리 및 컴플라이언스	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Governance - 기업윤리 및 컴플라이언스
Tier 1	04. 상생 협력과 소셜 임팩트 창출	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 프로젝트 꽃
Tier 1	05. 이용자 만족	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Management Report - 지속가능한 비즈니스 성장 Social - 프로젝트 꽃
Tier 2	06. 리스크 관리 역량 제고	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Governance - 리스크 및 기회
Tier 2	07. 인재 유치 및 역량 개발	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 임직원을 위한 투자
Tier 2	08. 투명성 및 ESG 정보 공시	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Our Ambitions Governance - 기업윤리 및 컴플라이언스
Tier 2	09. 기후변화 대응	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Environment - 환경영향 관리
Tier 2	10. 순환 경제	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Environment - 환경영향 관리
Tier 2	11. 인권 존중	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 인권 존중
Tier 2	12. 건전한 기업지배구조	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Governance - 건전한 기업지배구조
Tier 2	13. 접근성 및 디지털 활용능력	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Trust - 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유 Social - 프로젝트 꽃
Tier 2	14. 에너지 효율 및 청정 에너지	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Environment - 환경영향 관리
Tier 2	15. 보건의 안전 및 웰빙	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 임직원을 위한 투자
Tier 3	16. 다양성 및 포용성	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 임직원을 위한 투자
Tier 3	17. 공급망 관리	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 프로젝트 꽃
Tier 3	18. 지역사회 참여와 소통	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Social - 프로젝트 꽃
Tier 3	19. 책임 있는 물 사용	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Environment - 환경영향 관리

¹⁾ 비즈니스 중요도: ● Very High ● High ● Medium ● Low

Key Highlights

2020년 COVID-19 팬데믹은 우리의 일상을 바꾸었습니다. 그 누구도 겪어보지 못한, 예상치 못했던 위기와 변화는 이전과는 다른 완전히 새로운 방식의 혁신을 요구합니다.

이러한 변화 속에서 네이버는 앞선 기술력을 기반으로 견고한 성장세를 이어 나가는 한편, 지속가능한 미래를 위한 성장동력을 확보하기 위해 혁신에 속도를 내고 있습니다.

OUR IMPACT

24 경제적 가치 분배

SPECIAL REPORT

25 COVID-19, 네이버의 대응 및 역할

MANAGEMENT REPORT

34 지속가능한 비즈니스 성장

OUR IMPACT

경제적 가치 분배

네이버는 회사가 지닌 인적·금융·실물 자본에 사회적 자본과 자연 자본을 더해 견고한 성장을 이어가고 있으며, 창출한 경제적 가치를 다양한 이해관계자에게 분배하며 기업의 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.

이해관계자 경제적 가치 분배

네이버는 2019년 연결기준 창출된 경제적 가치 중 3조 8천억 원을 이해관계자들에게 분배하였으며, 2020년 반기 기준으로는 약 2조 1천억 원의 가치가 분배되었습니다.

앞으로도 지속가능한 비즈니스 운영을 통해 이해관계자와 기업의 미래 가치를 공유하고 함께 성장해 나가겠습니다.

(단위: 백만 원)

이해관계자 구분	2019	2020. 1H
 구성원 - 급여, 퇴직급여 및 복리후생비 ¹⁾	1,664,283	862,856
 파트너 - 파트너 비용 ²⁾ , 분수펀드 사업 플랫폼	1,411,390	820,505
 투자자/주주/채권자 - 배당금 및 이자비용 ³⁾	86,158	74,774
 정부 - 법인세 ⁴⁾	478,075	285,109
 지역사회 - 사회공헌비 ⁵⁾ , 분수펀드 공익 플랫폼(기부금)	111,160	57,574
합계	3,751,066	2,100,818

¹⁾ 연결재무제표 주석 중 영업비용 참고
²⁾ 판매수수료, 결제수수료, 페이지링금, 콘텐츠수수료, 매출원가 등
³⁾ 연결현금흐름표 중 배당금, 이자지급 참고
⁴⁾ 연결현금흐름표 중 법인세 납부 참고
⁵⁾ 연결재무제표 주석 중 기타비용 참고

SPECIAL REPORT

COVID-19, 네이버의 대응 및 역할

전례 없는 COVID-19 팬데믹으로 인해 전 세계가 사회·경제적으로 위기에 직면하고 있습니다. 네이버는 국민들의 건강과 안전을 위협하는 COVID-19에 대응하기 위해 정부기관과의 협력, 다양한 언택트 서비스 제공, SME 맞춤형 지원 등 다방면으로 노력하고 있습니다.

#COLLABORATE

앞선 디지털 역량과 기술 플랫폼을 활용하여 위기 극복을 위한 국가적 차원의 노력에 힘을 더합니다.

#CONNECT

연결의 가치를 통해 우리 사회가 위기를 슬기롭게 극복하고 포스트 코로나 시대를 준비하는데 함께합니다.

#CARE

회사의 중요한 자산이자 포스트 코로나 시대를 이끌어 갈 동력인 네이버 구성원들의 건강과 안전을 세밀하게 살핍니다.



#Collaborate

네이버는 IT 강국 대한민국 IT산업의 발전과 함께 성장해 왔습니다. 국가적 위기로 이어진 COVID-19의 확산을 막고 국민들이 안전하게 생활할 수 있도록 국내 대표 ICT기업으로서로서 앞선 디지털 역량과 기술 플랫폼을 활용하여 정부 및 지자체와 긴밀하게 협력하고 있습니다.



정부 및 지자체 협력

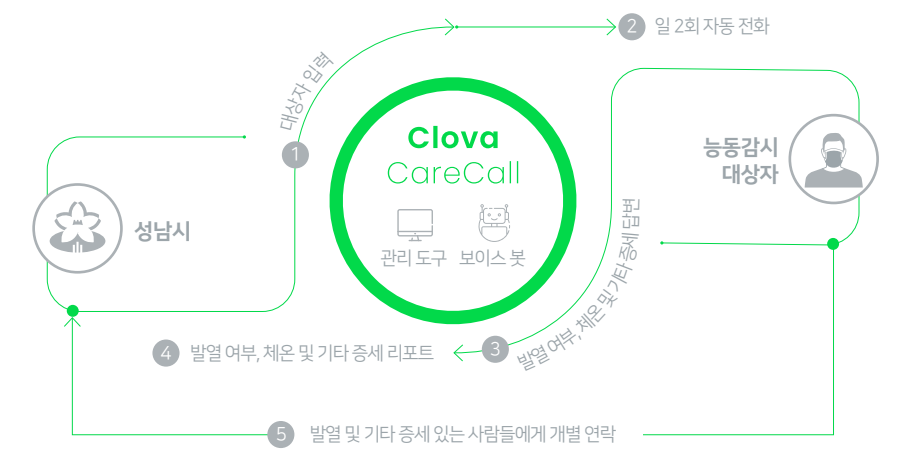
네이버는 국내 최대 검색포털로서 공적 마스크 구매, 선별진료소, 국민안심병원 운영 정보, 긴급재난지원금 지급 절차, QR체크인 전자출입명부 등 전 국민에게 유용한 정보와 시스템을 실시간으로 제공하여 COVID-19로부터 국민들의 안전과 건강을 지키기 위해 최선을 다하고 있습니다.

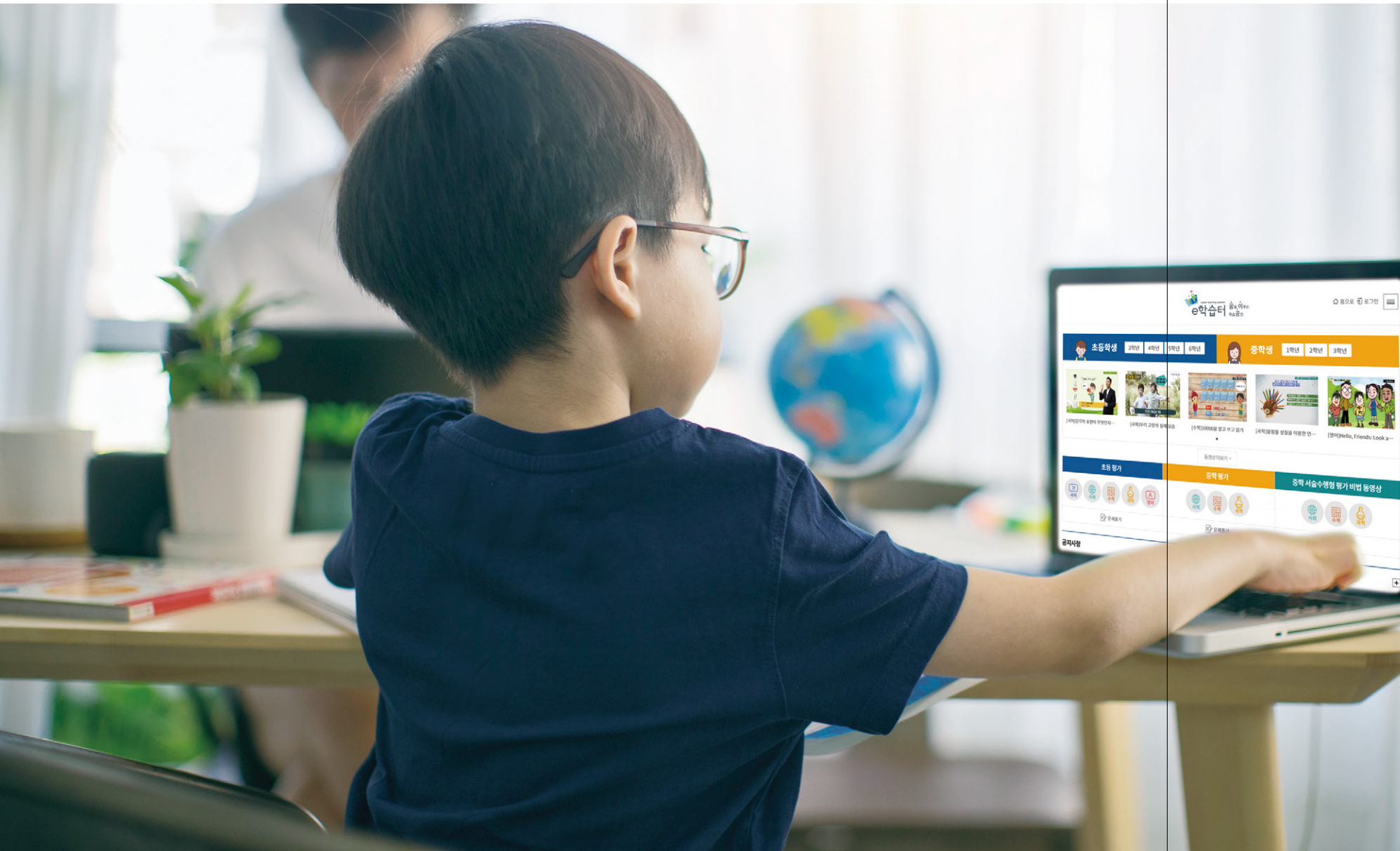
또한, 네이버는 본사가 위치한 성남시와 COVID-19 위기 극복을 위해 AI 시스템 '클로바 케어콜 서비스' 시행에 관한 업무 협약을 체결하고 국내 최초로 시범 운영을 시작하였습니다. 네이버의 AI 시스템 클로바는 능동감시자 대상자에게 하루 두 번씩 자동으로 전화를 걸어 발열, 호흡기 증상을 확인하는 체계로 보건소가 AI 상담 결과 리포트를 활용해 이상자에 대한 필요 조치가 이뤄지도록 도와줍니다. 본 서비스는 신속한 사전 조치를 가능하게 하여 시민들의 불안을 더는 한편, 업무 과다로 어려움을 겪는 보건소의 업무 능률을 크게 향상시킬 것으로 기대됩니다.

정부기관 협력 사례

공적마스크 앱	• 건강보험심사평가원(심평원)과 한국정보화진흥원(NIA)이 제공하는 공적 마스크 판매 데이터를 네이버 클라우드를 통해 오픈API로 제공하고 네이버 검색 및 지도를 통해 판매처와 재고 현황 정보 제공
전자출입명부	• 중앙사고수습본부(중수본)와 함께 확진자 역학조사 및 COVID-19 확산 방지를 위한 QR체크인 사업자 최초 운영
검색창 배너	• 중앙재난안전대책본부(중대본), 중수본, 방역대책본부(방대본) 문화체육관광부(문체부)와 협력하여 COVID-19 발생 현황 실시간 제공, 정례브리핑 생중계, 대응수칙 및 정부 정책 안내 지원

클로바 케어콜 서비스





#Connect

전 세계적으로 사회적 안녕과 경제적 안정을 위협하는 COVID-19. 네이버는 연결의 가치를 통해 실현 가능한 모든 방안을 고민하며 우리 사회가 위기를 슬기롭게 극복하고 나아가 새롭게 맞이하는 포스트 코로나 시대를 준비하는데 함께하고 있습니다.

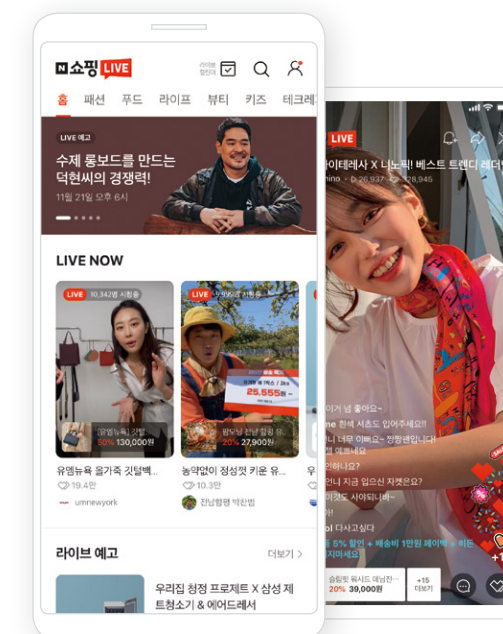
대중 서비스 지원

네이버는 COVID-19 확산으로 원격근무 등 유연근무제를 시행하는 기업들이 늘어남에 따라 네이버웍스 Lite 상품을 일정 기간 동안 무상으로 지원하고 있습니다. 본 상품은 업무용 협업 툴로, 화상회의, 메시지, 화면 공유, 캘린더 관리 기능 등을 제공합니다. 전 세계적으로 Lite 상품을 사용하는 글로벌 고객사는 10만 곳 이상으로 집계되며, COVID-19에 따른 업무 공백을 최소화할 수 있게 지원하고 있습니다.

또한, 네이버는 COVID-19로 인해 수업에 차질을 겪고 있는 초, 중, 고등학교에 온라인 학습 플랫폼 인프라를 제공하여 비대면 교육을 지원하고 있습니다. 네이버 자회사인 네이버 클라우드는 교육부 산하기관인 한국교육학술정보원(KERIS)과의 업무협약을 통해 17개 시도 통합 초·중등 온라인 학습 서비스인 'e학습터' 운영을 안정적으로 지원했습니다. 온라인 개학이라는 사상 초유의 사태에 따라 네이버 클라우드 플랫폼 기반 서버를 긴급 증설, 기존 4만 명 동시접속 규모를 2주 만에 300만명 규모로 확대했으며, 웹 모니터링 시스템과 보안 진단을 통해 개인 정보와 공공 교육정보를 안전하게 보호하였습니다. 네이버는 AI '클로바 더빙' 등 최신 기술을 도입·적용하여 비대면 교육 지원을 강화하는 한편, AI 교육 생태계 조성을 위한 다양한 협업을 이어 나갈 예정입니다.

SME 지원

네이버는 COVID-19로 어려움을 겪는 SME를 대상으로 수수료와 마케팅 부담을 덜어주고, 스마트스토어 판매자를 비롯한 중소상공인에게 무료 상품을 제공하며 지원을 강화하고 있습니다. 다양한 네이버 플랫폼 채널을 통해 무료 홍보 기회를 제공하고 있으며, 키오스크 지원, 모바일 주문, 배송 운영, 비대면 교육 지원 등 온라인 활성화를 통해 SME의 디지털 전환을 돕고 있습니다. 특히, 라이브 커머스 톨 '쇼핑 라이브'는 생방송, 실시간 채팅을 통해 상품을 직접 소개하고 판매할 수 있는 채널로, 별도의 공간과 장비 없이 스마트폰으로 간편하게 방송이 가능한 것이 장점입니다. 3월 출시 대비 8월 기준 판매자 수는 11배, 콘텐츠 수는 16배, 시청자는 14배로 빠르게 상승하며, 판매자와 소비자 모두 높은 만족도를 보이는 언택트 시대의 새로운 쇼핑 형태 중 하나로 자리 잡아가고 있습니다.



네이버 쇼핑라이브



#Connect

네이버는 농어촌 지역의 SME 판로개척을 지원하기 위해 여러 정부 부처 및 지자체와 함께 상생기획전을 진행했습니다. 특히 대구·경상북도·강원도·농촌진흥청·농림축산식품부와 협업한 상생기획전에서는 각 지역의 농특산물, 지역 매장 맛집 상품, 지역 중소기업 우수 상품을 소개하였으며, 네이버 플랫폼인 쇼핑판·푸드판·우리동네판에서 추가 노출 기회와 디스플레이 광고도 무료로 지원하였습니다. 강원도 감자 판촉을 위해 기획한 네이버 트렌드판에서 약 20만 상자가 완판되는 성과를 보였습니다.

또한, 잦은 태풍으로 어려움을 겪은 수해지역 SME의 온라인 판매를 총 3차에 걸쳐 지원한 바 있습니다. 9월 9일 진행된 1차 라이브에서는 가평 농원의 홍로 사과를 소개했으며, 라이브 전일 예고 페이지에서만 1,400박스가 판매돼 긴급 물량을 확보했고, 라이브 당일에도 추가로 준비한 수량이 모두 판매되며 쇼핑라이브를 통해 총 3,500박스, 약 8,000만 원이 넘는 매출을 기록하기도 했습니다.

금번 기획은 지역 농수축산 생산자와 SME, 정부, 네이버의 협업 기회를 마련하여 단순히 일회성 행사에 그치는 것이 아닌, 지역 생산자와 SME가 온라인 비즈니스를 경험하고 디지털 전환에 도움을 받아 실제로 네이버 스마트스토어, 푸드윈도에 신규 입점하는 등 지속가능한 온라인 판로를 개척할 수 있도록 지원했다는 점에 더 큰 의미가 있습니다. 네이버는 앞으로도 지역 생산자와 SME가 온라인 채널을 통해 판로를 확보하고 매출을 향상시킬 수 있도록 다양한 상생 협력 방안을 적극적으로 모색해 나갈 예정입니다.

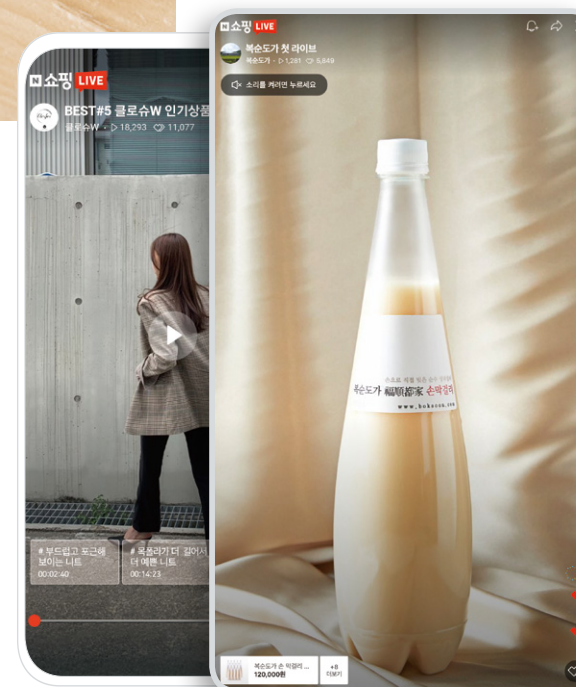
CASE STUDY | 쇼핑 라이브 활용 사례

복순도가

COVID-19 시기에 네이버 라이브 커머스를 통해 새로운 상품 판로를 본격화할 수 있게 된 것 같습니다. 라이브 방송을 통해 기존 전통주에 대한 고착화된 이미지를 탈피하고, 조금 더 다양한 세대와 취향의 소비자들에게 다가갈 수 있었습니다. 특히 김은아 푸드 스타일리스트와 진행한 라이브 콜라보레이션에서는 '할라피노핑거푸드, 세비체' 등과 같은 색다른 메뉴와 마리아주 하는 방식을 소개하며 좋은 반응을 얻었습니다. 2019년부터 이어지는 '혼술 또는 홈술' 트렌드가 이어져 B2C 구매가 늘어나는 추세이며, 높아지는 소비자 안목에 맞춰 밀접한 거리에서 소비자들과 실시간으로 소통하며 새로운 시도를 하게 되는 게 좋은 소비와 매출로 이어지는 게 아닐까 생각합니다.

플로슈W

COVID-19의 여파로 매출이 하락하여 어려움을 겪던 중, 네이버에서 비대면 라이브 서비스를 제공한다는 소식을 듣고 바로 참여하게 되었습니다. 결론적으로 해당 서비스를 통해 자체 이벤트 개최 등 소비자들과 폭넓은 소통을 진행하게 되어 매출이 급격하게 오르는 효과를 거두었습니다. 현재도 주기적으로 라이브를 진행하여 단골과 신규 고객을 유치하고 있습니다. 라이브 서비스의 특성상, 실제 상품의 특징과 장점을 자세하게 어필해야 하다 보니 품질 측면에서도 개선이 이루어져 자연스럽게 소비자의 신뢰도와 만족도가 상승되었습니다. 네이버 스토어짐을 통한 알림 기능 등 기존 구매 서비스와도 직접 연결되어 매출 증가에 크게 기여하고 있습니다.





#Care

네이버의 인재는 회사를 이끌어가는 원동력이며, 미래 도전과제를 이끌어갈 핵심 자산입니다. 네이버는 구성원들의 건강과 안전은 물론 심적 안정을 세심하게 살피는 한편, 앞선 기술력을 기반으로 탄력적으로 조직을 운영하며 차질 없는 업무 수행에 만전을 기하고 있습니다.

구성원 Care

네이버는 COVID-19의 급격한 확산에 따라 감염병의 위협으로부터 구성원의 건강을 최우선으로 보호하고 인적/물적 피해를 최소화하기 위해 사회적 거리두기 단계별 대응방침과 위기 대응 매뉴얼을 신속히 구축하여 대응하고 있습니다. 아울러, 비상지휘 통제 본부를 운영하여 비상대책 수립, 현장 조사, 현장 조치 및 운영 지원을 전담하는 조직을 마련하였으며, 감염병 확산을 상시 모니터링하고 모든 유관부서와의 협조 체계를 유지하고 있습니다.

네이버는 정부의 사회적 거리두기 지침에 따라 사업과 조직 특성을 반영한 다양한 근무 방식을 실험하는 등 원격근무와 비대면 근무를 적극적으로 실시하고 있습니다. 또한, 사옥 내 철저한 소독/방역을 실행하고, 외부 출입자 관리, 공간/시설 제한 운영 등을 통해 확진자 발생 예방과 비상상황 대응에 만전을 기하고 있습니다.

사회적 거리두기 단계 별 대응방침



- 1단계**
 - 정상 출근 + 일부 재량 검토 가능
 - 원격근무 유지 대상: 본인/동거가족이 유증상자, 자가격리 대상자, 최근 14일 이내
 - 해방방문 이력이 있는 경우, COVID-19 위험군 (임산부, 기저질환자)
- 2단계**
 - 주 2회 출근 (원격근무 유지 대상은 1단계와 동일)
 - 단, 확진자 추이 및 정부 지침 등을 고려하여 [전체 원격근무 + 필요 시 출근 가능] 형태로 대응방침 상황 조정 가능
- 3단계**
 - 전체 원격근무
 - 필수인력에 한해 출근 가능

원격근무 실시 내용



지속가능한 비즈니스 성장

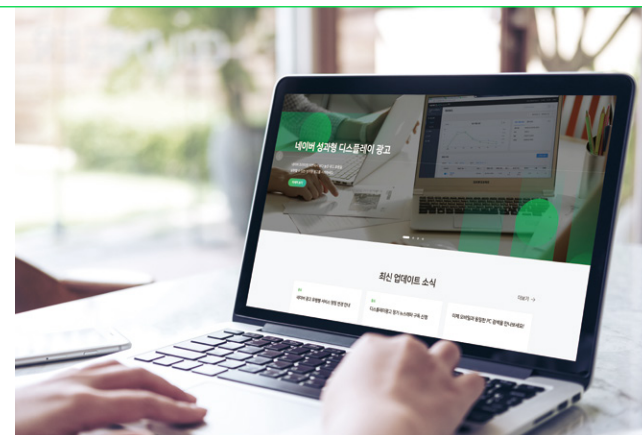
네이버는 끊임없는 도전과 비즈니스 포트폴리오 관리를 통해 장기적인 성장 동력을 확보하고 나아가 글로벌 경쟁력을 강화하기 위해 노력하고 있습니다. COVID-19로 대내외 경영 환경과 일상에 예측 불가능한 많은 어려움이 예상되는 상황에서도 위기를 기회로 전환하고 지속가능한 생태계를 구축할 수 있는 비즈니스 성장 모델을 지속적으로 추구할 것입니다.

네이버는 기존 주력사업에서 탄탄한 성장세를 유지하는 한편, 신성장 동력인 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 사업 모두에서 고르고 가파른 성장을 이어가고 있습니다. 2020년 8월, 라인과 야후(Z홀딩스)의 경영통합에 대한 독과점 심사 승인에 따라 3분기 라인 실적을 중단영업 손익으로 계상하였으며, 경영통합 완료 예상 시점인 내년 1분기 라인 실적은 연결실적에서 제외될 예정입니다.

이러한 변화를 반영하고 앞으로의 성장을 견인할 주력사업의 Identity를 더욱 선명하게 드러낼 수 있도록 서치플랫폼·커머스·핀테크·콘텐츠·클라우드를 중심으로 사업 구조를 개편하고 매출 구분 방식을 변경하였습니다. 개편된 사업과 서비스 간의 선순환 구조를 통해 비즈니스 성장을 견인하는 한편, 이용자 경험, 파트너 동반성장, 정부 협력 등 네이버를 둘러싼 이해관계자 가치 실현에도 힘쓰고 있습니다.

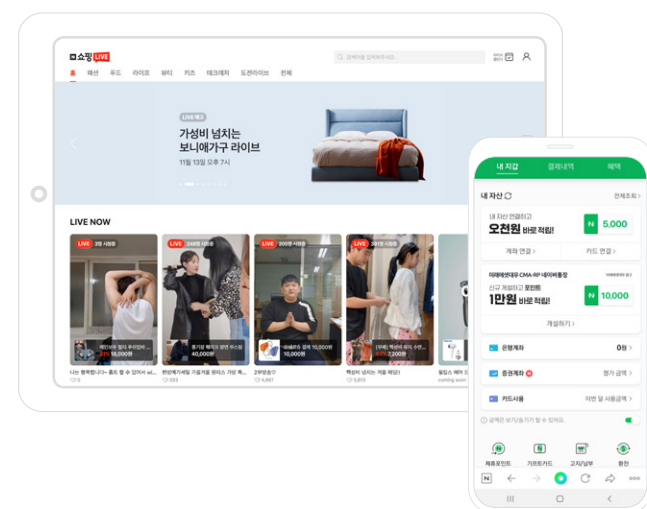
서치플랫폼

검색, 디스플레이 네이버는 국내 최고의 인터넷 검색 포털로서 유용한 정보를 제공하기 위하여, AI 기술 도입, 콘텐츠 확대를 통해 새로운 이용자 경험과 니즈를 지원하고 있습니다. 이러한 노력으로 2020년 8월 COVID-19 재확산에도 매출 회복세가 두드러졌으며, 디스플레이는 성과형 광고 확대 적용과 광고 효율 제고 노력으로 매출이 증가하였습니다.



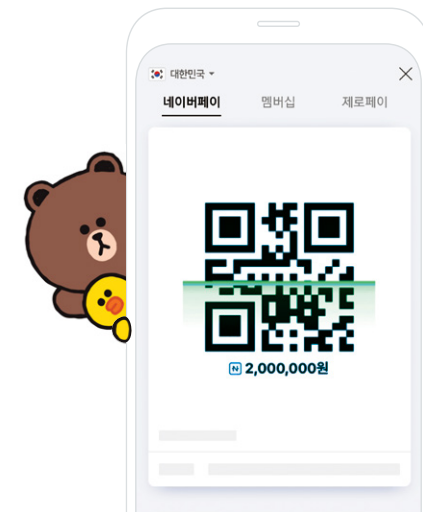
커머스

쇼핑, 멤버십 등 올해는 플러스 멤버십, 쇼핑 라이브와 같은 새로운 서비스를 출시하며 판매자와 이용자 모두에게 만족을 선사했습니다. 특히 COVID-19에 따른 온라인 쇼핑 수요와 판매자 수가 지속적으로 증가하여 네이버 스마트스토어, 브랜드스토어, 동네시장 장보기 플랫폼의 거래액 성장으로 이어졌습니다. 나아가 CJ대한통운과의 전략적 제휴를 통해 이커머스 내 물류 파트너십을 강화할 기반을 마련하였으며, 향후 쇼핑 생태계 내 친환경 요소를 확대하기 위한 협업 방안을 다각도로 모색 중에 있습니다.



핀테크

페이서비스, 디지털금융 커머스의 성장세로 네이버페이 거래액도 꾸준한 상승세를 보이고 있습니다. 네이버파이낸셜은 2020년 4분기 오프라인 포인트 QR 결제를 출시하는 등 포인트 생태계 확장과 네이버페이 서비스 이용자 편의를 확대하고 있습니다. 또한, 스마트스토어 판매자 대출 출시로 SME를 위한 핀테크를 본격화할 예정으로, 기술과 데이터로 금융 소외 계층을 연결하여 사각지대를 줄이고 우리 사회의 근간을 이루는 SME의 성장을 지원할 계획입니다.



콘텐츠

웹툰, 뮤직, V LIVE, 스노우 네이버의 콘텐츠 사업은 온라인 서비스 기능 강화와 글로벌 이용자의 확대에 힘입어 성장하고 있습니다. 특히 네이버웹툰은 북미에 이어 유럽과 남미 지역에서도 이용자 수가 확대되며 2020년 9월 기준, 글로벌 월간 사용자 수(MAU) 6,700만 명을 달성하였습니다. 네이버는 온라인 맞춤형 콘서트인 Beyond LIVE 공연 출시, 증강현실(AR) 아바타 서비스인 Zepeto를 제공하는 네이버Z의 빅히트&YG엔터테인먼트 투자 유치를 통한 글로벌 엔터테인먼트 지적재산(IP) 사업 협회 확대 등 새로운 비즈니스 모델을 만들어 나가고 있습니다. 이를 통해 한류를 더 널리 알리고 비대면 시대의 국내외 소비자의 문화적 니즈 충족에 크게 기여하고 있습니다.



클라우드

클라우드, 웨스, 클로바 COVID-19에 따른 비대면 환경 및 기술혁신과 연동된 클라우드 수요가 증가하며 매출 증가로 이어지고 있습니다. 네이버는 B2B 영업 창구를 일원화하는 등 향후 네이버의 모든 기업형 기술과 서비스를 클라우드 기반으로 상품화하고, 각 부문 별 버티컬 특화 상품을 선보이며 차별성을 강화해 나갈 예정입니다. 이에 더해, 정부의 디지털 뉴딜 데이터 담 사업에 적극 참여하여 지난 20년간 축적한 데이터를 클라우드를 통해 공개할 계획을 밝혔습니다. 해당 데이터가 AI 연구와 여러 산업에 활용되어 한국의 4차 산업혁명의 마중물이 될 수 있길 기대하고 있습니다.



Governance & Trust

건전하고 투명한 지배구조는 지속가능한 성장의 기반이며, 신뢰는 올바른 기업경영에 있어서 타협할 수 없는 기본 가치입니다. 네이버는 견제와 균형이 조화를 이루는 선진 기업지배구조를 기반으로 경제적·사회적·환경적으로 책임감 있게, 바르게 성장하기 위해 노력합니다. 아울러 회사의 중요한 자산이자 네이버를 이용하는 수많은 사람들의 소중한 삶의 기록인 데이터를 안전하게 기록하고 관리함으로써 다양한 이해관계자와의 신뢰관계를 공고히 하고 있습니다.

현재를 넘어 다음 세대를 위한 지식의 토대를 제공하는 기술 플랫폼. 네이버가 그리는 지속가능한 미래입니다.

GOVERNANCE

- 39 건전한 기업지배구조
- 44 리스크 및 기회
- 47 기업윤리 및 컴플라이언스

TRUST

- 51 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유

GOVERNANCE


CORPORATE GOVERNANCE


MANAGEMENT APPROACH


기업 경영을 둘러싼 경영 패러다임의 변화로 인해 이해관계자 자본주의(Stakeholder Capitalism)가 대두되고 장기적 기업가치 증대를 위한 재무/비재무성과의 통합적인 관리가 요구되고 있습니다. 유례없는 COVID-19는 기업의 통합적 리스크 관리와 회복 역량에 주목하게 하였고, 포스트 코로나 시대에는 지속가능성을 고려한 경영철학과 전략이 더욱 중요해질 전망입니다.

전문성과 해안을 겸비한 최고 의사결정기구의 역할과 조직관리 역량이 그 어느 때보다도 중요해진 만큼, 네이버는 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하고 중장기 ESG 추진전략을 수립하는 등 전사적인 경영활동에 ESG 내재화를 위한 기반을 마련하였습니다. 리스크 대응을 위한 역량을 결집하는 동시에 적극적으로 비즈니스 기회를 모색하여 주주에 대한 책임과 이해관계자의 이익을 확대해 나갈 수 있게 할 것입니다. 나아가 이러한 과정을 투명하게 소통함으로써 더욱 신뢰받는 기업으로 거듭나겠습니다.

KEY PERFORMANCE

 ESG 고도화를 위해 2020년 10월 ESG위원회 신설

 전사 리스크 관리 강화를 위한 업무 체계 강화

 NAVER 부정위험평가체계 구축

건전한 기업지배구조

기업지배구조는 기업의 올바르게 지속가능한 성장을 위한 기반으로 네이버는 투명하고 안정적인 지배구조를 마련하여 운영하고 있습니다. 특히, 주주 이익 증진, 이해관계자 권리 보호, 기업 가치 제고에 주목하며 지배구조 선진화를 위해 끊임 없이 노력하고 있습니다.

주식 및 자본구조

네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 외국인 주주가 주주구성의 과반수를 차지하고 있습니다.

네이버의 정관상 발행 가능한 주식의 총수는 300,000,000주이고 (1주의액면금액: 100원), 발행한 주식은 전부 보통 주식으로서, 주식 수에 따라 공평한 의결권이 부여되어 있습니다. 2020년 9월 말 기준 네이버의 발행주식수는 164,263,395주, 자기주식수는 18,898,600주로 의결권 행사 가능 주식수는 발행주식 대비 88.49%인 145,364,795주입니다.

지배구조 선진화 및 주주친화 경영

지배구조 선진화를 위한 노력

네이버는 체계적이고 적극적인 IR 정책을 기반으로 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자와 소통함으로써 주주 가치를 높이고 시장의 신뢰를 얻기 위해 노력하고 있습니다. 주주들이 쉽게 관련 정보를 얻을 수 있도록 홈페이지 내 별도 IR 페이지를 한글과 영문으로 운영하고 있으며, 주주총회 시 영업보고서, 정관, 감사보고서뿐 아니라, 연차보고서도 함께 발간하여 투자자들이 보다 정확한 정보를 바탕으로 의사 결정을 진행할

수 있도록 돕고 있습니다. 또한, 국내외 증권사가 주최하는 Corporate Day/Conference 참가, 국내외 NDR 진행 등 수시로 투자자들과 소통하는 자리를 마련하고 있으며, 필요 시 최고 경영진과 이사진이 투자자와 직접 미팅을 진행하고 있습니다.

네이버는 올해부터 사외이사의 애널리스트 데이(Analyst Day) 참관을 시도하여 주주와의 소통 기회를 확대하였으며, 향후 주요 IR 행사 시 사외이사의 참여를 더욱 확대하여 주주들이 네이버에 기대하는 바를 가감 없이 직접 청취하고, 이를 이사회에 적극적으로 반영하여 더욱 혁신적이고 주주 친화적인 운영이 될 수 있도록 다양한 방안을 검토할 예정입니다.

2020년에는 국내외 ESG 경영환경 강화에 따라 네이버의 주요 주주 및 의결권 자문사와의 적극적인 면담 실시와 설문조사 시행을 통해 회사의 ESG 개선과 발전방향을 모색하였습니다. 이에 2020년 10월 전사 경영 의사결정 내 지속가능성을 내재화하고 ESG 리스크/기회에 대한 최고 의사결정을 수행하기 위해 ESG위원회를 신설하였습니다. 또한, 기존 내부거래와 자기거래 통제를 담당하는 투명성위원회의 역할을 확대 개편하여 리스크관리위원회로 변경하였으며, 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침 및 전략 수립과 관리 기능을 부여하였습니다.



주주 구성



주식의 종류 및 의결권

(단위: 주)

구분	주식의 종류	주식 수	비고
발행주식총수	보통주	164,263,395	-
	종류주식	-	-
의결권 없는 주식수	보통주	18,898,600	자기주식 ¹⁾
	종류주식	-	-
의결권을 행사할 수 있는 주식수	보통주	145,364,795	-
	종류주식	-	-

* 2020년 9월 30일 기준

¹⁾ 주주 참고 사항: 당사는 10월 26일 CJ대한통문, CJ ENM, 스튜디오드래곤과의 자사주 교환 및 현물출자를 통해 전략적 사업 제휴 관계를 강화하고 유지하기로 결정하였습니다. 이에 따라 2020년 11월 10일까지 2,094,240주의 자사주를 처분하였으며, 처분 후 당사가 보유하는 자기주식 수는 16,804,360주(총 발행주식 대비 10.23%)로 변경되었습니다.

주주권의 보호

네이버는 주주에게 주주총회에 관한 충분한 정보를 사전에 제공하여 권리를 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 주주총회 최소 3주 전 소집결의 및 2주 전까지 서면 또는 전자 문서로 통지 및 공고하고 있으며, 주주에게 의결권 대리행사를 적극 권유하고 서면 위임장으로 의결권을 행사할 수 있도록 유도하여 주주가 용이하게 의결권 행사를 할 수 있게 합니다. 특히, COVID-19 이후 주주의 안전과 편의성을 위해 수취인 후납 처리된 우편 봉투를 위임장 양식과 함께 동봉하여 주주 전원에게 발송함으로써 서면(위임장)으로 의결권을 행사할 수 있도록 조치하였습니다.

향후 네이버는 기업지배구조 모범규준에서 제시하는 '주주총회 4주 전 통지'를 준수할 수 있도록 결산 일정 단축 등을 검토하고 있으며, 주주 편의를 위해 2021년부터 전자투표 제도를 도입할 계획입니다. 또한, 네이버는 해외 종속회사 연결 결산일정 등 원활한 주주총회 운영을 고려하여 불가피하게 주주총회 집중일에 정기주주총회를 개최하였으나, 이를 개선할 수 있도록 다양한 방법을 검토하고 있습니다.

주주환원 정책 시행

네이버는 주주가치 제고를 위한 주주환원의 방법으로 매년 현금배당 및 자사주매입을 실시하고 있으며, 주주환원 규모의 예측 가능성과 투명성을 높이기 위해 2019~2021년(3개년) 주주환원 정책을 수립하여 공시한 바 있습니다. 2019년 주주환원 정책 하에서 주주환원의 재원은 경영 환경 변화로 인한 변동폭을 완화하여 환원 규모를 안정화하고자 최근 2개년 평균 연결 잉여현금흐름의 30%로 설정하였습니다¹⁾. 배당성향은 별도 당기순이익의 5%로 유지하되, 배당 후 남은 잔여 재원을 한도로 자사주를 취득한 이후 즉시 소각하는 것으로 변경하였으며, 이를 통해 직접적인 환원 효과를 확대한 바 있습니다.

위와 같은 주주환원 정책과는 별개로, 2020년 네이버는 배당 후 잔여 재원으로 신규 취득한 자사주 8만 3천 주와 함께, 기보유 자사주 46만 7천 주에 대한 특별 소각을 결정하여, 총 55만 주를 소각하였으며 이에 따라 주당 376원의 현금배당과 더불어 총 1,529억 원 상당의 주주환원이 이루어졌습니다. 네이버는 최근 3년간 차등배당, 분기배당 또는 중간배당을 실시한 내역은 없으나, 연간 단위로 적절한 수준의 주주환원이 이루어질 수 있도록 배당을 포함한 주주환원 정책을 지속적으로 점검해 나갈 예정입니다.

이사회

이사회 구성 및 독립성

네이버는 회사의 자산총액이 2조 원을 초과하게 된 2012년부터 이사회와 과반수를 사외이사후보추천위원회의 검토를 거친 독립성이 검증된 사외이사로 구성하고 사외이사 중심의 이사회 운영 원칙을 구현하고 있습니다. 네이버의 이사는 상법 및 정관에 따라 최소 3인, 최대 7인까지 선임할 수 있으며, 2020년 6월 말 기준 네이버의 이사회는 총 7인으로 구성되어 있습니다.

네이버는 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리함으로써 의사결정에 있어 경영진에 대한 의존성을 낮추고 이사회 독립성을 확보하였으며, 경영진 관리 감독에 대한 이사회 역할과 경영의 투명성을 강화하였습니다.

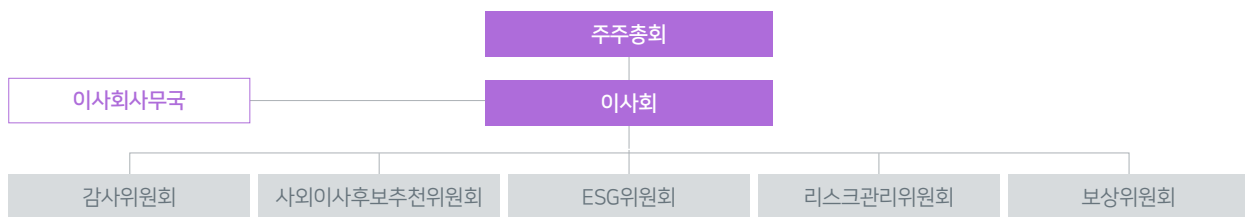
또한 '이사회 출석 인원 중 이사회 결의에 대하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못한다'라는 이사회 운영 규정을 준수하여 특정인이 부당하게 이익 또는 불이익 등을 받지 않도록 하였습니다. 이처럼 네이버의 이사회는 효과적이며 신중한 토의 및 의사결정이 가능한 체계를 구축하고, 경영진이나 지배주주로부터 독립적인 기능을 수행하고 있습니다.

네이버는 정관 및 이사회 운영규정에 근거하여 이사회 내 위원회로 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 리스크관리위원회, 보상위원회, ESG위원회를 운영하고 있으며, ESG위원회를 제외한 각 위원회는 전원 외부독립이사로²⁾ 구성함으로써 독립적이고 투명한 의사결정 및 효과적인 경영 감독이 가능하도록 하였습니다.

¹⁾ 연결 잉여현금흐름은 당해 연결기준 영업이익에 비현금성지출 항목(유무형 감가상각비, 대손상각비, 퇴직급여비용-당기지급액, 주식보상비용을 포함)을 더한 후, 연결 법인세 납부액 및 연결 CAPEX를 차감한 값으로 계산됩니다. 아울러, 각 사업연도별 세부 실행 방안은 경영 환경 및 시장 상황 등에 따라 변동될 수 있으며, 각각 이사회 결의 등을 거쳐 결정될 예정입니다.

²⁾ 기타비상무이사와 사외이사를 포함

이사회 조직도



*2020년 10월 30일 기준

이사회 구성 현황

직명	성명 (성별)	출생년월	전문 분야	주요 경력	임기	
기타비상무이사 (이사회 의장)	변대규 (남)	1960.03	사업	<ul style="list-style-type: none"> 서울대 제어계측공학 박사 휴맥스 대표이사 사장 SK텔레콤 사외이사 포스코 사외이사 한국공학한림원 부회장 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 휴맥스홀딩스 대표이사 (現) 휴맥스 이사회 의장 	2017.03~2023.03 (1회 연임)
	정의중 (남)	1963.08	법률	<ul style="list-style-type: none"> 서울대 법과대학 석사 컬럼비아대 로스쿨 법학 LL.M. 기획재정부 경제정책자문위원회 위원 금융감독원 금융분쟁조정위원 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 법무법인(유한) 태평양 감사 (現) 법무법인(유한) 태평양 변호사 	2013.03~2022.03 (2회 연임)
	홍준표 (남)	1967.12	사업	<ul style="list-style-type: none"> USC 의료경영학 석사 연세대 의과대학 박사 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 울산대 교수 (現) 서울아산병원 성형외과전문의 	2013.03~2022.03 (2회 연임)
사외이사	이인무 (남)	1966.06	투자재무	<ul style="list-style-type: none"> Univ. of Illinois at Urbana-Champaign 재무학 박사 고려대 경영대학, 싱가포르국립대 경영대학 부교수 Dimensional Fund Advisors 연구부문 부사장 한국은행 외화자산운용원 자문위원회 위원 국민연금 위험관리위원회 위원 	<ul style="list-style-type: none"> (現) KAIST 경영대학 교수, 경영공학부 학부장 	2018.03~2021.03
	정도진 (남)	1969.01	회계감사	<ul style="list-style-type: none"> 켄터키대 회계학 박사 기획재정부 공기업 준정부기관 경영평가위원 금융감독원 감리위원회 감리위원 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 국제공공부문회계기준위원회 (IPSASB) 위원 (現) 중앙대 경영대학(회계) 교수 	2019.03~2022.03
대표이사 (CEO)	한성숙 (여)	1967.06	사업	<ul style="list-style-type: none"> 숙명여자대학교 영어영문학 엔파스 검색사업본부 본부장 네이버 네이버서비스 1본부 본부장 네이버 서비스 총괄이사 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 네이버 대표이사 	2017.03~2023.03 (1회 연임)
사내이사 (COO)	최인혁 (남)	1971.11	기술	<ul style="list-style-type: none"> 서울대 제어계측공학 석사 삼성SDS 네이버 비즈니스위원회 리더 	<ul style="list-style-type: none"> (現) 네이버 COO/경영리더 (現) 해피빈재단 대표 	2018.03~2021.03

* 2020년 6월 30일 기준

** 재선임되는 후보의 경우, 사업보고서 정기 공시를 통해 선임 배경과 이사회 및 위원회 활동내역을 상세히 공개하여 주주들에게 관련 정보를 충실하게 제공하고 있습니다.

사외이사 주요 결격사유

- 회사의 상무에 종사하는 이사, 집행임원 및 피용자 또는 최근 2년 이내 회사의 상무에 종사한 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 최대주주 본인, 배우자 및 직계 존속, 비속
- 최대주주가 법인인 경우 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 이사, 감사, 집행임원의 배우자 및 직계 존속, 비속
- 회사의 모회사 또는 자회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 회사의 거래관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 회사의 이사, 집행임원 및 피용자가 이사, 집행임원으로 있는 다른 회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자

이사회 운영

네이버의 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 경영, 경제, 재무, 회계, 법률, 기술 등 동 분야에 전문지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영됩니다. 사외이사의 경우 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회사무국 및 각 전담 부서가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고¹⁾ 있으며, 역량 강화를 위한 외부 교육을 실시하고 있습니다. 2019년에는 회계 및 거버넌스 투명성 강화를 위한 감사위원회의 역할과 책임에 대한 교육과 이사회 성과 진단의 필요성 및 방향성에 대하여 외부 교육을 실시하였습니다.

네이버는 이사회 운영 전반에 대해 정관과 이사회 운영규정 지침을 따르고 있으며, 신속한 의사결정과 상정 사건에 대한 충분한 토론 및 검토를 위하여 매달 1회 정기이사회 개최를 원칙으로 하되, 필요 시 수시로 임시 이사회를 개최하고 있습니다. 특히, 매년 12월 이사회에서 차년도 정기 이사회 일정을 확정하여 이사회에 보고하고 이사의 일정을 확인하여 출석률을 높은 결과 2019년 사외이사의 이사회 및 위원회 참석률은 100%를 기록하였습니다.²⁾

또한, 이사회와 별도로 사외이사간 회의를 개최하는 등 사외이사의 독립적인 직무수행 역할을 강화하고 있습니다. 2019년 1월부터 2020년 6월 말까지 사외이사간 회의는 6회 개최되었으며, 계열회사 사업 현황, 네이버 사업 방향, 이사회 성과 진단 실행 계획 등에 관하여 논의하였습니다.

이사회 성과 평가 및 보상

네이버는 주주총회에서 이사·감사의 보수한도를 승인받아, 해당 범위 내에서 이사·감사의 직무 및 성과 등을 감안하여 이사회 및 보상위원회에서 정한 기준에 따라 보수를 지급하고 있습니다. CEO를 포함한 경영진의 보상은 급여 및 단기, 장기 성과급으로 이루어져 있으며, 장기 성과급은 회사의 경영, 기술 혁신 등에 대한 기여도를 감안하여 산정됩니다. 또한 주식매수선택권을 지급하여 경영진의 이해관계와 주주 이해관계를 일치시키고, 중장기적 성과를 고려한 책임경영을 강화하고 있습니다.

사외이사의 경우 별도 수당이나 회의비 명목의 경비 지급 없이 고정급 형태로만 지급되며, 법적 책임수준을 고려하여 산정하되, 사회통념상 회사의 규모를 감안하여 동종·유사업계의 보수 수준에 부합하도록 하고 있습니다.

네이버는 사외이사를 포함한 이사회 구성원의 역할과 책임 등을 명확하게 하고 이사회 운영의 효율성을 제고하기 위하여 2019년 12월부터 약 3개월 간 이사회 성과 진단 프로젝트를 실시하였습니다.

¹⁾ 이사회(이사회사무국), 사외후보추천위원회(이사회사무국), 리스크관리위원회(이사회 사무국, HR, 리스크관리워킹그룹), 감사위원회(Internal Audit), 보상위원회(Leadership Channel), ESG위원회(IR)

²⁾ 2019년 3월 말 임기 만료된 김수욱 이사를 제외한 4인의 사외이사 참석률 기준

이사회 내 위원회							
위원회	기능	변대규	정의중	홍준표	이인무	정도진	한성숙
감사위원회	<ul style="list-style-type: none"> 이사 및 경영진 업무 감독 외부감사인 선정에 대한 승인 그 밖에 감사업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항 		○	○	○	●	
사외이사후보추천위원회	<ul style="list-style-type: none"> 사외이사 선임 원칙의 수립, 점검, 보완 주주총회가 선임할 사외이사 후보 추천 상시적인 사외이사 후보군 관리 및 후보 검증 	●	○	○	○	○	
리스크관리위원회	<ul style="list-style-type: none"> 전사 통합적 리스크 관리 기본방침 및 전략 수립 리스크 발생 후 원인 진단 및 사후 개선 방안에 대한 논의 		●		○	○	
보상위원회	<ul style="list-style-type: none"> 회사 경영진에 대한 보상 결정 및 지급 방식에 관한 사항 회사 경영진에 대한 보상 체계 설계 운영, 설계 운영 적정성 평가 등에 관한 사항 보상 정책에 대한 의사결정 절차와 관련된 사항 	●	○		○		
ESG위원회	<ul style="list-style-type: none"> ESG 기반의 투자이사결정 진행 기후변화 대응 등 주요 ESG 리스크 관리 비재무 정보공시 최종 심의 	○	○		●		○

이사회 특징

독립성	투명성	전문성	다양성
<ul style="list-style-type: none"> 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하여 이사회 독립성 확보 이사회회의 과반수를 사외이사로 구성 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권 행사 제한 	<ul style="list-style-type: none"> 모든 이사는 주주총회 결의로 선임 ESG위원회 외 모든 위원회 구성을 외부독립이사로 구성 	<ul style="list-style-type: none"> 금융, 법률, 재무 등 회사 경영에 필요한 다방면의 지식과 산업 경험이 풍부한 전문가를 이사로 선임 직무를 충실히 수행하기 곤란하거나 상장회사의 경영에 미칠 수 있는 자는 사외이사 선임을 금지하고 겸직의 경우 이사회 승인을 득하여야 함 	<ul style="list-style-type: none"> 후보 선정 시 인종, 성별, 나이, 종교, 장애, 국적, 지역, 정치적 성향 등을 제한하지 않음

성과 진단은 이사회 구성원 전원이 이사회 및 이사 본인의 설문 평가를 실시하고, 그 결과를 바탕으로 이사회 의장과 사외이사 간 1:1 대면 인터뷰를 진행하였습니다. 이후 내부 경영진과 이사회 전 구성원이 참석하는 라운드 테이블 회의를 개최하여, 외부 자문기관과 함께 설문 평가 및 1:1 대면 인터뷰 결과를 공유하고, 진단 과정에서 있었던 주요 아젠다를 중심으로 충분한 시간 동안 토론할 수 있는 자리를 마련하였습니다. 논의사항 및 평가결과는 향후 이사회 운영과 사외이사 활동 지원에 최대한 반영할 예정이며, 지속적인 성과 향상을 위해 정기적인 성과 진단을 실시할 예정입니다.

현재 개별 사외이사에 대한 상호 평가는 실시하지 않아 평가결과가 재선임이나 이사의 보수 산정에는 반영되지 않는 구조이나, 향후 지속적으로 검토하여 보완해 나갈 계획입니다.

감사기구

감사위원회

네이버는 상법 제542조의11, 정관 제48조에 근거하여 감사위원회를 구성하고 감사위원회의 운영, 권한과 책임 등을 감사위원회 운영규정에 명시하여 그에 따라 업무를 수행하고 있습니다.

이사회 운영성과

구분	2019 (2019.01.01~2019.12.31)		2020. 1H (2020.01.01~2020.06.30)	
	개최	안건 ¹⁾	개최	안건 ¹⁾
이사회	16	28 (67)	7	24 (35)
감사위원회	8	6 (21)	4	1 (9)
사외이사후보추천위원회	3	2 (3)	-	-
(구)투명성위원회 ²⁾	9	4 (12)	5	3 (4)
보상위원회	6	2 (11)	3	3 (6)

¹⁾ 괄호 안 숫자는 보고안건 포함 시 안건 수

²⁾ 현 리스크관리위원회

2019년 이사보수 지급 현황

구분	인원수	보수총액 (백만 원)	1인당 평균보수액 (백만 원)
등기이사 ³⁾	3	4,467	1,489
사외이사 ⁴⁾	-	-	-
감사위원회 위원	4	357	89

³⁾ 사외이사, 감사위원회 위원 제외

⁴⁾ 감사위원회 위원 제외

2019년 CEO-직원 보수 비율

총 CEO 보수 (백만 원)	직원 보수 평균값 (백만 원)	비율 ⁴⁾
2,984	85	35.1

⁴⁾ 총 CEO 보수를 직원 보수 평균값으로 나누어 계산한 값

네이버의 감사위원회는 재무·회계전문가 및 법률전문가를 포함하여 전원을 사외이사로 구성함으로써 전문성과 독립성을 확보하였으며, 회계와 업무 감사를 진행하고 지배구조의 독립성 및 건전성 확충에 주력하고 있습니다. 또한, 네이버는 상법 제543조의13의 요건을 갖춘 준법지원인을 두어 경영진과 임직원이 법과 규정을 준수하고 회사경영을 적정하게 수행하는지 등을 독립적으로 감시하고 이사회에 보고하는 역할을 수행함으로써 준법통제기준을 준수할 수 있도록 지속적으로 점검하고 있습니다.

외부감사인

네이버는 독립된 외부감사인의 정기적인 감사를 통해 회계정보의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 외부감사인의 독립성과 전문성을 위해 외부 감사인 선임 시 후보평가 기준에 독립성 및 법규준수 항목, 감사담당자의 산업 전문성 및 경험 등의 항목을 포함하고 있으며, 감사위원회와의 분기별 회의를 통해 감사 내역과 품질을 검토하고 있습니다. 2015년 사업연도부터 2020년 사업연도까지 삼일회계법인이 외부감사인으로 선정되었으며, 제21기(2019년) 사업연도의 감사 의견은 '적정'으로 기타 지적 사항은 없었습니다.

감사 의견

사업연도	감사인	감사 의견	감사보고서 특이사항
제21기(2019년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음
제20기(2018년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음
제19기(2017년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음

감사용역 체결 현황

사업연도	감사인	내용	보수 (백만 원)	총 소요시간
제21기(2019년)	삼일회계법인	중간기간 재무제표 검토, 별도 및 연결재무제표 감사	1,863	19,024

리스크 및 기회

경쟁환경을 둘러싼 다양한 리스크는 기업의 생존과 성장을 위협하기도 하지만, 새로운 비즈니스와 가치 창출의 기회가 되기도 합니다. 네이버는 경제적·사회적·환경적 차원에서 다각도로 리스크를 분석하고 선제적으로 대응함으로써 위기를 기회로 전환하고 조직의 회복 역량을 강화하고 있습니다.

리스크 관리

전사 리스크 관리 강화

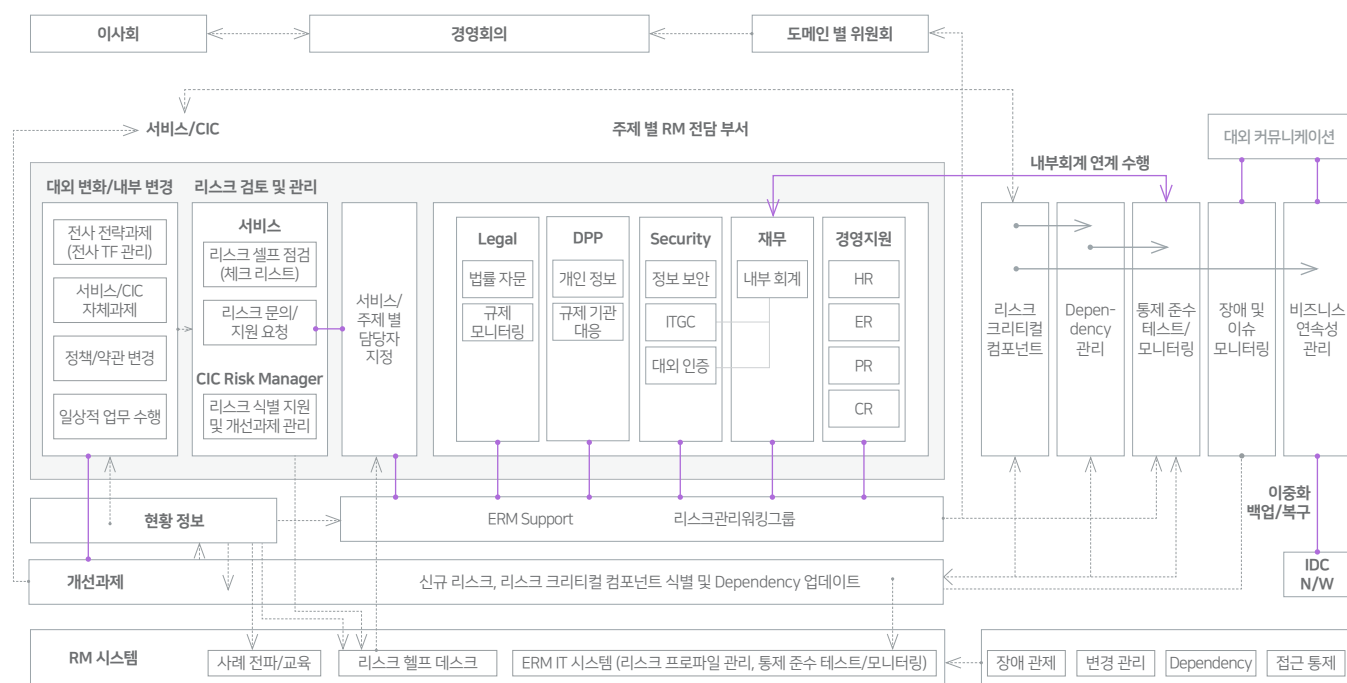
네이버는 2019년 전사 리스크 관리 체계 고도화를 위해 TF를 구성하여 조직 전체 리스크 유형을 식별하고 관리 범주와 리스크 관리 방법을 점검하였습니다. TF 활동을 통해 CIC¹⁾ 별 미니 워크숍(12회, 31개 서비스), 핵심 컴포넌트 협의 미팅(13개 서비스) 및 스태프 부서 미팅(20개 부서)을 진행하였으며, 전략, 투자, 운영, 대외 정책 리스크를 광범위하게 검토하였습니다.

TF 활동에는 실무 리더들이 적극적으로 참여하여 서비스 특성에 맞는 대응 방안과 통제 수준을 논의하여 효과적인 변화관리 수단을 모색하였습니다. 특히, 서비스/플랫폼의 핵심가치를 고려하며 입체적으로 리스크를 진단하기 위한 시스템을 설계하고, 프로세스별로 사후 통제 및 개선 계획을 도출하였습니다. 나아가 CEO 산하의 리스크관리워킹그룹 및 전담 지원조직을 신설하여 월 2회 네이버 전사 협업 프레임워크를 기반으로 한 ERM Plan을 관리하고 있습니다.

또한 네이버는 이사회 차원의 리스크 관리 역할과 기능을 재정립하여, 기존에 운영중이던 투명성위원회의 역할을 확대 개편하여, 리스크 관리위원회로 변경하였으며, 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침 및 전략 수립과 관리기능을 담당할 예정입니다. 아울러, 네이버는 2020년 10월 전사 ESG 이슈에 대한 관리 방향성을 수립하고, ESG 리스크 및 기회에 대한 최고 의사결정을 수행하기 위해 ESG위원회를 신설하였습니다. 네이버는 앞으로도 회사 경영 전반에 지속가능성을 내재화하기 위한 노력을 이어가는 한편, 전사 운영, 재무, 인사, 법률 등 통합적 리스크에 대한 정책 수립과 관리를 지속적으로 강화해 나가겠습니다.

¹⁾ Company-in-Company, 사내독립조직

네이버 ERM 프레임워크



주요 리스크 관리 및 대응

● Emerging | ● Strategic | ● Operational | ● Regulatory | ● Financial

주요 리스크	리스크 설명	네이버에 미치는 잠재적 영향 (+/-)	대응/관리 활동
● 기후 변화	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 감축에 대한 국내외 규제 강화 기업의 환경적 책임 이행 요구 증가 기후 변화 대응에 따른 사업환경 전환 리스크 증가 	<ul style="list-style-type: none"> + 적극적인 대응을 통한 정부, 투자자, 시민사회, 이용자 등 이해관계자 기대 사항 충족 - 기술의 발전으로 데이터 사용량 증가에 따른 데이터 센터 온실가스 배출량 증가 - 국내 배출권 거래 적용 범위 확대에 따른 온실가스 대응 비용 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버만의 철학이 담긴 친환경 정책 보유 에너지 절약형 사옥 '그린팩토리' 운영, 최신 기술이 집약된 제2사옥 '1784' 준공 예정 친환경 기술이 적용된 데이터센터 '각' 운영 (LEED Platinum 등급, 글로벌 수준의 전력효율지수(PUE) 유지) TCFD 프레임워크에 따른 온실가스 감축 목표 및 이행 방안 수립 중
● 플라스틱 패키징	<ul style="list-style-type: none"> 플라스틱 패키징에 관한 국내외 규제 강화 소극적인 대응에 따른 환경 오염 증가 	<ul style="list-style-type: none"> + 친환경 상품 사업 개발/협력 기회 확대 - 온라인 쇼핑의 패키징 사용에 따른 폐기물량, 환경 비용 부담 증가 - 기업 브랜드 이미지 영향 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버 쇼핑 플랫폼을 활용하는 파트너와의 협력을 통해 순환 경제 촉진을 위한 공동 노력 환경 조성 제품 배송업체와의 파트너십을 통한 친환경 물류 환경에 기여 임직원 인식 제고 교육 진행
● 팬데믹	<ul style="list-style-type: none"> 예측 불가한 팬데믹 발생으로 사업 운영 리스크 대두 임직원 건강/안전 확보 리스크 및 업무 운영방식 변화 부담 증가 	<ul style="list-style-type: none"> + 인적자본 관리를 위한 정책/프로그램 강화 - 언택트 시대에 맞춘 다양한 상품 및 서비스 출시 - 사업 수익성 확보 불투명 - 업무 효율성 저하 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 언택트 중심의 태스크군, 원격근무 확대 V LIVE, 라이브커머스, 네이버웍스 등 언택트 환경을 위한 온라인 서비스 경쟁력 강화 리스크 관리 체제 상시 운영 자기주도적 근무 문화 조성을 통한 업무 효율성 제고
● 정치/경제 불안정성	<ul style="list-style-type: none"> 세계 경제 침체, 정치적 갈등으로 인한 사업 불안정성 대두 진출 국가의 차별적 규제 적용 	<ul style="list-style-type: none"> + - - 해당 국가 내 사업성 악화 - 사업 포트폴리오 재검토 	<ul style="list-style-type: none"> - 국내외 동향 상시 모니터링 내수 시장 경쟁력 유지/강화를 위한 다양한 서비스 운영
● 사용자 선호도	<ul style="list-style-type: none"> 1인 가구 증가, 디지털 소비 주류층인 Z세대의 등장, 고령사회 등 이용자 저변 확대 편의성, 친환경, 지속가능성을 강조한 이용자 선호도 변화 	<ul style="list-style-type: none"> + 새로운 상품 서비스 출시를 통한 기존 이용자 유지 및 신규 이용자층 유치 - 선제적인 이용자 니즈 대응 실패에 따른 경쟁력 저하 - 매출 하락, 성장 목표 달성의 어려움 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버 서비스 별 다양한 이용자 경험 조사 및 개선 노력 진행 공식 홈페이지 및 블로그 등 여러 소통 채널 운영
● 투자 전략	<ul style="list-style-type: none"> 신기술, 신사업 모델, 사업 포트폴리오 및 진출 국가 다변화에 따른 투자 전략 진화 	<ul style="list-style-type: none"> + 신사업을 통한 신규 이용자층 노출, 파트너십 기회 확대 - 미래 성장동력 확보에 따른 매출 증대 - 무리한 사업 확장으로 인한 경영 부담, 유동성 리스크 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 네이버파이낸셜 등 핀테크 시장의 성공적인 진출 인공지능, 클라우드, 커머스 등 장기적 성장과 가치 창출에 기반한 우선순위 전략화 부채 비율 관리 대외 신용 관리
● 경쟁사	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁사의 신규 서비스 출시, 신사업 유치, 신규 플레이어(Player) 진입 등에 따른 시장 경쟁 심화 	<ul style="list-style-type: none"> + 선제적 사업 모델/서비스 출시 - 시장 포화 및 점유율 하락에 따른 매출 감소 	<ul style="list-style-type: none"> 시장 경쟁력 유지를 위한 상품 및 서비스 개선 노력 전략적 사업 포트폴리오 관리
● 기술 전환	<ul style="list-style-type: none"> 5G, AI, 로봇, 자율주행, AR 등 미래 혁신 기술 상용화 가속화 사업 운영 전반의 혁신 기술 적용/내재화 역량 기술 발전에 따른 윤리적 이슈 대두 	<ul style="list-style-type: none"> + 기술 경쟁력 선점을 통한 시장 경쟁력/리더십 확보 - 국내외 다양한 혁신 생태계 투자 진행으로 잠재 사업 기회 확대 - 지적재산권 분쟁 가능성 - AI, 로봇 기술로 인한 인간 소외, 프라이버시 등 윤리 문제 발생 	<ul style="list-style-type: none"> R&D 전문 자회사 네이버랩스 운영, 미래 기술 연구에 주력 기술 스타트업 액셀러레이터 네이버 D2SF를 통한 유망한 스타트업 발굴/투자/지원 확대 AI 산학협력을 통한 미래 인재 양성에 기여 지적재산권 보호 법규 준수 및 시스템 강화 인적자본 개발, 책임 있는 AI 등 선제적 대응 노력 확대

주요 리스크	리스크 설명	네이버에 미치는 잠재적 영향 (+/-)	대응/관리 활동
● 인적 자본	<ul style="list-style-type: none"> 우수인재 유치 및 유지 경쟁사로의 인재 유출 	<ul style="list-style-type: none"> + 경쟁력 있는 인적자본 확보 - 성장 및 미래 역량 확보를 위한 불확실성 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 다양성, 혁신, 성장 등을 강조하는 인적자본 개발 및 성과 보상 체계 강화
● 파트너 관리	<ul style="list-style-type: none"> 파트너 재무/비재무 리스크 우월적 지위 남용 등 불공정거래 리스크 경쟁사로의 파트너 이탈 	<ul style="list-style-type: none"> + 파트너 리스크 관리를 통한 장기적 협력 기회 확보 + 상생 협력을 통한 SME 성장에 기여 - 갑질 등 공정거래 위반 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> SME의 디지털 전환을 위한 교육/컨설팅/인프라 지원 프로그램 운영 광고 노출 및 판로 개척 기회 제공 파트너 소통 채널 Voice of Partners, 파트너스 라인 운영 지속가능경영실천협약서를 통한 지속가능한 생태계 조성에 기여 하도급 법규 준수를 위한 4대 실천사항 도입 준수 (공정거래위원회) 분쟁조정 청구 운영 임직원 공정거래 교육 진행
● 시스템, 보안 및 프라이버시	<ul style="list-style-type: none"> 사이버 공격, 내부 시스템 오작동 등에 따른 운영 안정성, 보안 위협 이용자 개인정보 유출/남용 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> + 안정적인 시스템 운영으로 이용자 신뢰 확보 - 정보 유출로 인한 소비자 신뢰 저하, 비용 증가 - 기업 브랜드 이미지 실추 	<ul style="list-style-type: none"> 전사 차원의 365일, 24/7 정보 보안 활동 유지 사전/사후 리스크 관리 정책/프로그램 고도화 임직원 정보보호 교육 진행 프라이버시센터 운영
○ 기업 윤리 및 규제	<ul style="list-style-type: none"> 기업 가치 및 윤리 규정에 위배된 행위 공정거래 및 공정경쟁 규제 미준수 인터넷미디어 산업 규제 강화 	<ul style="list-style-type: none"> + 공정하고 투명한 경영을 통한 기업 신뢰 확보 - 제재 강화 - 벌금 및 과태료 등 규제 대응 비용 증가 - 기업 브랜드 이미지, 평판 실추 	<ul style="list-style-type: none"> 기업지배구조 선진화 노력 전사 차원의 기업윤리규범(Integrity Code) 보유 및 임직원 윤리서약 실천 부정위험 관리 및 내부통제 강화 기업윤리상담센터 등 대내외 신고 채널 운영
● 재무	<ul style="list-style-type: none"> 환율, 금리, 자본 위험, 신용도, 세금 등의 불안정성/급격한 변동 가능성 	<ul style="list-style-type: none"> - 경영 전반, 사업 연속성 확보의 어려움 - 자본 시장 내 경쟁력 저하 	<ul style="list-style-type: none"> 거버넌스/재무 리스크 상시 관리 적정 수준의 자산/부채 비율 확보

기업윤리 및 컴플라이언스

기업윤리는 사회의 일원으로서 기업이 지켜야 하는 의무입니다. 네이버는 정치적 중립과 기업경영의 투명성을 지키며 신뢰받는 기업으로서의 명성을 추구합니다.

윤리경영 추진

윤리규범과 공정운영 정책

네이버는 기업윤리규범(Integrity Code)을 통해 회사라는 큰 공동체가 가져야 할 책임과, 구성원들이 이해 상충을 피하고 서로를 존중하며 생활하기 위한 회사의 기준을 규정하고 있습니다. 기업윤리규범은 국문, 영문, 일본 3개 언어로 제공되며, 전 임직원이 이를 실천함으로써 사회와 고객에 대한 책임을 다하고 신뢰받을 수 있는 투명한 회사를 만들어가고 있습니다. 네이버는 대내외 정책과 흐름에 발맞춰 기업윤리규범의 목적과 세부기준을 체계적으로 업데이트 및 관리하며, 홈페이지를 통해 CEO의 윤리경영 실천 의지를 명시하고 있습니다. 아울러, 네이버 서비스의 공정한 이용을 위해 검색광고 운영정책 등을 게시하여 광고주와 이용자를 보호함과 더불어 파트너와의 계약 시에는 윤리실천 협약서를 체결하여 경영활동의 동반자로서 투명하고 공정한 거래와 상호 협력을 통한 동반성장을 추구하고 있습니다.

윤리교육

네이버는 매년 신규 입사자를 대상으로 기업 윤리에 대한 의무교육을 실시하고 있으며, 매년 전 임직원을 대상으로 이메일을 통해 기업윤리 규범을 이해하고 준수할 것임을 서약하는 등 윤리경영의 내재화를 위해 다각도로 노력하고 있습니다. 특히, 권한과 책임이 큰 리더 직책은 매년 워크숍을 통해 별도의 윤리경영 교육을 진행하고 있습니다.

NAVER 부정위험평가 및 셀프 체크 모니터링

주식회사 등의 외부감사에 관한 법률에 따라 내부회계관리제도의 실효성 확보와 책임성 기준이 더욱 강화되었습니다. 네이버는 2019년 내부회계 관리제도 설계를 위해 전사적인 통제 시스템을 점검하여 미비점과 개선 필요 과제를 도출하였으며, 'NAVER 부정위험평가체계'를 구축하여 회사의 부정 위험을 평가, 점검하고 감사위원회에 결과를 보고하는 체계를 마련하였습니다.

CEO 윤리경영 약속

- 네이버는 다양한 이해관계자들과 함께 성장하기 위해 기업 윤리를 철저히 실천해 나가고 있습니다.
- 임직원 한 명 한 명이 각자의 자리에서 투명하고 떳떳하게 일하고, 네이버와 일하는 모든 동반자들이 오래오래 건강한 파트너십을 이어갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

기업윤리규범

임직원	다양성을 인정하고 서로 존중하며, 임직원의 능력이 최대한 발휘되도록 책임을 다하는 기업문화와 최상의 근무 환경을 조성합니다. 모든 임직원을 능력과 성과에 따라 합리적으로 대우하며, 차별 없이 평등하게 일할 수 있는 기회를 제공합니다.
파트너	파트너사와의 모든 거래에 대하여 합리적인 거래조건을 보장하며 장기적 관점에서 상생적인 인터넷 생태계를 함께 조성해 나갑니다. 공정한 거래질서를 유지하고 경쟁사와는 선의의 경쟁을 통해 함께 발전해 나갑니다.
사회	기업시민으로서 지역사회의 법규 및 사회적 가치관을 존중하며 다양한 사회공헌 활동 등을 통해 사회적 책임을 다합니다. 회사의 이익과 사회적 가치가 상충될 때는 사회적 가치를 우선적으로 고려합니다.
고객	고객이 원하는 가치를 경영활동의 최우선 판단 기준으로 여기며, 고객에게 도움이 되는 가치를 끊임없이 만듭니다. 고객에게 정직함으로써 신뢰를 받을 수 있도록 노력하고 고객의 의견에 항상 귀 기울입니다.
주주	건실한 경영활동을 통해 정당하고 안정적인 이익을 실현함으로써 주주의 가치를 만듭니다. 주주와의 신뢰를 유지하기 위하여 투명성을 제고하고 각종 경영정보를 제 때에 제공합니다.

네이버는 부정위험관리를 위하여 '부정위험관리규정'을 수립하여 회사가 관리하고자 하는 부정의 정의와 유형 및 관리 프로세스를 명문화하였습니다. 또한, 부정위험평가를 위하여 부정위험평가 기준을 사전에 정의하고 이에 대한 과거 발생 실적, 발생 가능성, 영향도, 통제 취약수준 등을 고려하여 평가를 시행하였고, 고위험 조직과 영역을 파악하여 정기감사계획 및 중점 감사사항에 반영하여 점검하였습니다.

점검 결과를 바탕으로 미비점이 존재하는 프로세스를 개선함과 동시에, 필요 시 부정 조사 및 비위행위자에 대한 징계 등의 조치를 취하여 임직원의 부정방지 인식을 고취하도록 하고 있습니다. 향후 지속적으로 대내외 환경 요소를 반영하는 등 평가 모델 고도화를 통해 효과적인 부정위험체계를 확보해 나갈 예정입니다.

아울러, 네이버는 'Self-Check System'을 통해 임직원이 스스로 조심하는 문화를 조성하여 심각한 부정으로 이어지지 않도록 하는 사전 예방 시스템을 운영하고 있습니다. 상시 모니터링으로 운영되는 Self-Check System은 개인, 경영지원, 비즈니스, 기술에 걸쳐 시스템 상의 비일반적인 건을 수시로 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 임직원에게 메일링하여 소명 기회를 제공합니다. Self-Check System을 통해 확인된 다양한 사례들은 네이버에서 관리해야 할 리스크와 모니터링 원칙을 개발하는 중요한 리스크 풀(pool)을 구성하며, 최초 메일 발송 이후 확인이 필요한 인원수는 점차 감소하는 추세를 보이고 있습니다.

기업윤리 상담/신고

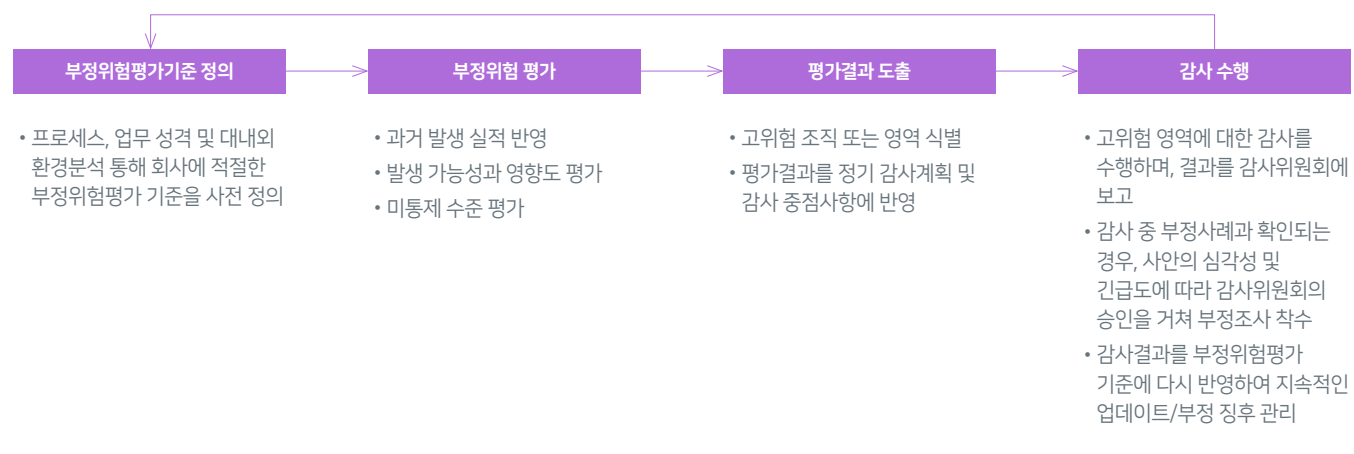
네이버는 불공정한 업무처리, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 협력업체에 대한 경영간섭, 대금 지급 관련 불만, 비공개 정보의 유출, 기타 부정 및 비리 행위 등에 대하여 임직원뿐만 아니라 제3자도 상담과 신고를 할 수 있는 기업윤리 상담센터를 운영하고 있습니다. 기업윤리 상담센터는 네이버 홈페이지를 통해 국영문으로 자유롭게 접근이 가능하며 가명 및 익명 모두 제보가 가능합니다. 이 외에도 이메일, 우편을 통해 제보할 수 있으며, 상담자의 신분과 상담/신고 내용은 철저히 보호됩니다. 2019년부터 2020년 9월 까지 총 11건의 제보가 있었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리를 완료하였습니다. 평균 처리 기한은 휴일 등을 포함하여 한 달을 넘지 않게 하고 있습니다.

아울러, 네이버는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 사내 통합 채널인 kNock를 운영하고 있습니다. kNock는 분야별 담당자가 각 문의 사항을 직접 답변하여 회사의 제도나 기준에서 개선이 필요한 점은 없었는지, 구성원들에게 더 충분한 설명이나 안내가 필요하진 않았는지 세심하게 살펴 나가는 계기로 삼고 있습니다. 2019년부터 2020년 9월까지 접수된 건수는 총 71건이며, 고충 유형별로 담당 부서가 100% 처리를 완료하였습니다.



기업윤리 상담센터

NAVER 부정위험평가체계



투명 공시

세무관리 원칙

네이버는 세법 준수가 경영의 중요한 일부분임을 인식하고 '원칙에 따른 세금 신고와 납부', '국가 재정에의 기여를 통한 사회 공헌'을 세무관리의 원칙으로 삼고 있습니다. 네이버는 법률이 정하는 바에 의거, 납세의무를 성실히 수행하기 위하여 모든 거래에서 국내외 조세 법규 등을 엄격히 준수하고 있으며, 국내 과세당국 및 현지법인이 속한 국가의 과세당국과도 투명한 관계를 유지하고 있습니다.

정상거래원칙 준수

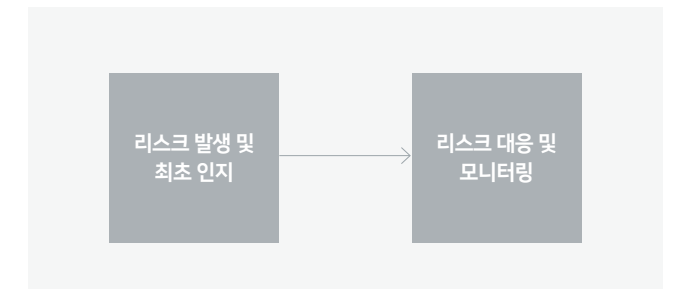
네이버는 국내외 특수관계자 거래에서 조세 이슈가 발생하지 않도록 가격 정책을 수립하고 지속적인 모니터링을 하고 있습니다. 또한 국제거래와 관련하여 OECD 가이드라인을 준수하고 있으며, 2017년 BEPS(Base Erosion and Profit Shifting) 방지를 위한 국가별 과세정보 제출 입법화에 따라 각 과세당국에 이전가격과 관련된 자료를 제공하고 있습니다.

조세부담 투명성 제고

네이버는 이해관계자들에게 조세부담의 투명성을 제고하기 위하여, 조세와 관련된 구체적인 사항은 사업보고서를 통해 공시하고 있습니다. 또한, 적절한 조세 법규 적용 및 이를 통한 이해관계자 보호를 위해 주요 세목에 대하여 회사 내부 및 외부 조세전문가의 최종 검토 후 신고 의무를 준수하고 있습니다.

세무 리스크 관리 프로세스

네이버는 거래 시 사전에 외부 세무전문가의 의견을 고려하여 리스크를 판단하고 의사결정하며, 복잡하고 중대한 세무 이슈에 대해서는 과세당국에 사전 질의 후 유권해석을 받아 진행합니다. 또한 재화와 용역거래, 인수합병, 기업구조조정, 거래구조변경 등에서 발생할 수 있는 다양한 세무 리스크를 방지하기 위해 노력하고 있으며 사업상의 의사결정 시에는 세무 리스크 검토 결과와 다양한 경영판단 요소를 종합적으로 검토하여 최종 의사결정을 하고 있습니다.



kNock에서 다루지는 고충별 유형

부업, 겸업, 겸직 / 리더 권한 남용	외부 기고, 강연, 강의, 출판, 저술	인사제도
예산 사용	청탁금지법 및 법률 관련	주식거래, 스톡옵션
회사 내 정보보안 / 사용자 정보보호	구매 프로세스	신고 / 제고

내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형

(단위: 건)

구분	2017	2018	2019	2020.1H
합계	5	13	9	9
감봉	1	2	4	2
면책	0	0	0	0
해임	0	0	0	0
기타 징계	4	11	5	7

TRUST


DATA SECURITY & PRIVACY

MANAGEMENT APPROACH


4차 산업혁명 시대의 데이터 활용은 기업 경쟁력을 좌우하는 핵심자원으로 자리 잡으며, 개인정보와 프라이버시보호를 둘러싼 대내외의 규제는 강화되고 있습니다. 2018년 5월 EU 일반 개인정보보호법(GDPR), 2019년 1월 베트남 사이버보안법, 2020년 1월 캘리포니아 소비자보호법(CCPA)이 시행되었으며, 국내에서도 2020년 8월 데이터 3법 개정안이 시행되어 향후 데이터 활용과 보호를 양립할 수 있는 방안에 대한 논의는 가속화될 것으로 보입니다.

네이버는 글로벌 수준을 선도하는 정보보안 체계를 갖추고 사용자 개인정보 자기통제권을 최대한 보장하는 등 개인정보와 프라이버시 보호를 위해 다양한 정책과 시스템을 구현하고 있습니다. 이에 더해, 디지털 포용을 위한 정보 접근성을 제고하고, 디지털 안전에 만전을 기함으로써 네이버의 서비스가 신뢰 있는 서비스로서 안정적으로 제공될 수 있도록 노력하고 있습니다.

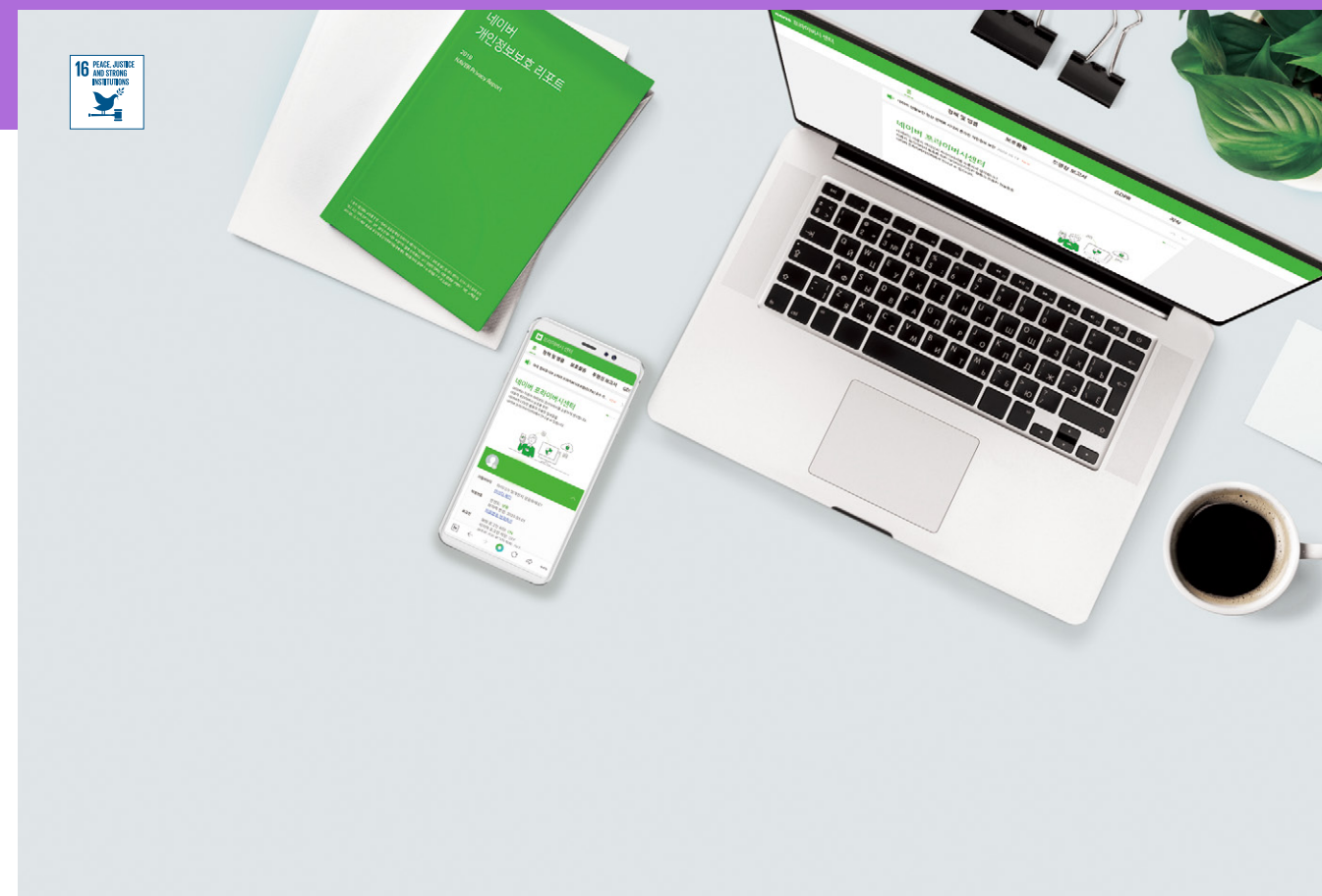
KEY PERFORMANCE

 365/24 - 네이버 정보보호 보안 원칙

 그린인터넷 캠페인 런칭

 국내 기업 최초 PER¹⁾ 제도 운영

¹⁾ Privacy Enhancement Reward: 프라이버시 강화 보상 제도, 2016년 운영 시작



정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유

디지털 환경에서 데이터와 데이터를 활용하는 기술에 대한 책임이 강조되고 있습니다. 네이버는 안전한 서비스 제공뿐 아니라 글로벌 수준의 이용자 프라이버시 보호를 약속합니다. 아울러 안전한 인터넷 이용 환경 조성에 앞장서며 주요 활동을 투명하게 공개하고 있습니다.

정보보호 추진체계

네이버는 안정적인 시스템 운영과 이용자의 개인정보, 프라이버시 보호를 최우선으로 두고 있습니다. 네이버의 환경과 문화에 맞는 정보보호 규정 체계를 확보하고 있으며, 전사 공통, 서비스 단계별, 글로벌 진출, 보안/인프라 등의 영역으로 구분하여 네이버와 네이버 관계사의 정보보호 관리체계에 통일성을 기하고 있습니다. 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 서비스의 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증받고 있으며, 내부 취약점 진단, 장애 관리, 모의 해킹 진행 등을 통해 365일 24시간 보안을 원칙으로 삼고 있습니다.

네이버는 한국의 정보통신망법 개정¹⁾에 따라 정보보호 조직을 정보보호 최고책임자(CISO)와 개인정보보호책임자(CPO) 조직으로 분리하여 전문성과 책임성을 더욱 강화하였으며, 국내외 개인정보보호 및 프라이버시보호 법제 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 범위를 확장하고 있습니다.

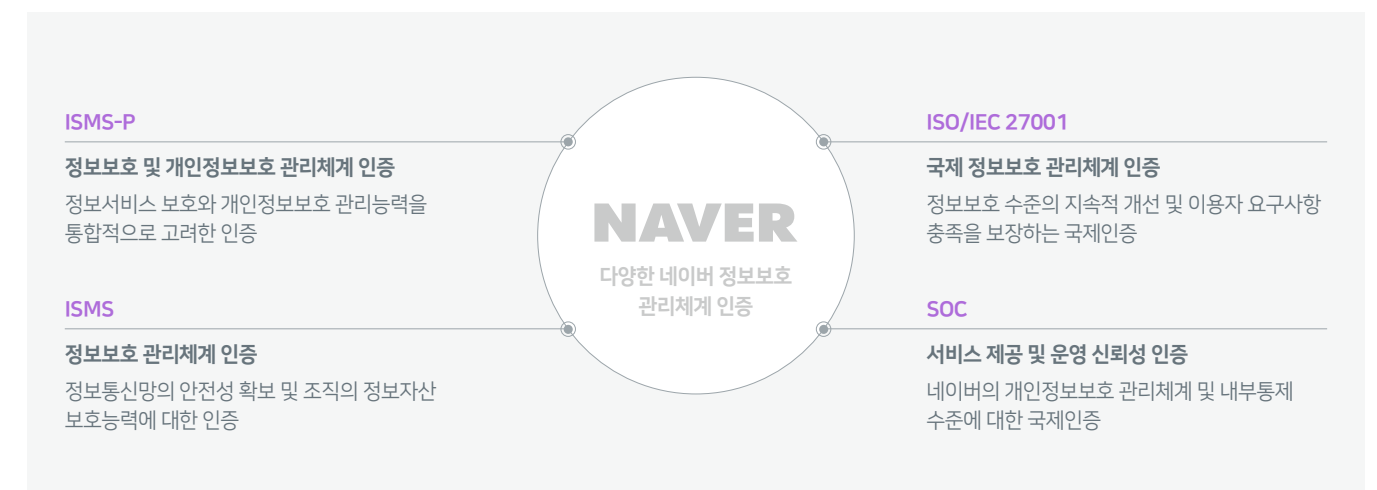


또한, 네이버는 CEO를 의장으로 CCO, COO 등 주요 최고 경영진이 참여하는 프라이버시위원회를 운영하여 전사 차원 리스크를 관리하고 있습니다. 특히, 전사적 영향이 있는 사안에 대해서는 이사회가 직접 CISO, CPO를 참여시켜 사안에 대한 보고를 받고 조연을 제공하며, CISO, CPO는 조연에 기반하여 수행한 업무 결과를 이사회에 보고합니다.

이에 더해, 회사의 사업 영역이 확장되고 다양한 이용자의 프라이버시 요구에 효과적으로 대응하기 위해 2007년부터 개인정보보호 분야 최고 수준의 학계 및 법조계 인원으로 구성된 '네이버 개인정보보호 위원회'를 통해 전문적인 연구활동 수행 및 외부 자문을 이어 나가고 있습니다. 2020년에는 COVID-19로 인한 비대면 시대에 대비하여 텔레 콘퍼런스 등 비대면 자문을 상시로 구하는 방식으로 변화된 환경에 맞춰 유연한 대응을 위한 노력을 하고 있습니다.

¹⁾ 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제45조의 3 (정보보호 최고책임자의 지정 등)

정보보호 인증



개인정보 및 프라이버시 보호

개인정보 보호 시스템

국내 최대의 검색엔진이자 다양한 콘텐츠 서비스 및 플랫폼을 제공하는 네이버는 이용자 개인정보보호를 위해 'Privacy by Design' 원칙을 엄격히 적용하여 서비스 기획부터 종료 단계까지 서비스의 전체 생애 주기에 걸쳐 이용자의 프라이버시와 데이터를 안전하게 보호하고 있습니다. 사전 통제 절차로는 개인정보 영향평가(PIA: Private Impact Assessment) 및 상시 자문을 위한 개인정보 관리시스템(nPIMS)을 구축하여 운영하고 있습니다. 개인정보 영향평가는 네이버가 제공하는 모든 서비스에 대하여 개인정보보호가 기본으로 자리 잡을 수 있도록 관련 법령 및 내부 규정 준수 여부, 이용자 프라이버시 민감도를 사전에 확인하고 리스크를 관리하는 절차입니다.

사후 통제 절차로는 '서비스 개인정보보호', '위치기반 서비스', '모바일 앱 개인정보보호', 개인정보 수탁자에 관한 현황 점검을 매년 실시하여 개인정보보호 리스크를 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 특히, 수탁자 개인정보취급 점검활동은 그 결과를 네이버의 CPO가 확인하고, 수탁자 수준에 기반하여 개선을 요청합니다. 개선 가능성이 없는 경우, 차후 재계약을 진행하지 않는 등의 방식으로 보호수준을 유지하고 있습니다. 이 외에도 주기적인 '인사부서 및 재무부서 개인정보보호 현황 점검' 및 주민번호와 같은 고유식별 정보를 처리하는 부서에 대해 '고유식별 정보 안전성 확보 조치 준수 현황 점검'도 별도로 실시하고 있습니다.



네이버 프라이버시센터



개인정보보호 리포트

개인정보 자기통제권 보장 극대화

네이버는 헌법상 권리인 이용자의 '개인정보 자기결정권' 행사 존중을 개인정보보호 원칙 중 하나로 삼고, 이를 보장하기 위해 다양한 노력을 기울여 왔습니다. 2013년부터 네이버 서비스 이용 시 발생한 개인정보 수집 및 이용 '내역과 본인이 동의한 '제3자 제공' 이력을 국내 최초로 이용자 행태에 따라 개인 맞춤형으로 제공하고 있습니다. 2020년 7월에는 이용자가 '개인정보 수집 및 제3자 제공'에 대해 '동의를 날짜'를 추가로 공개하고, 나아가 네이버의 모든 서비스 내에서 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공에 대한 '동의 철회'까지 쉽게 진행할 수 있도록 개인정보 이용 현황 페이지를 개편하여 '개인정보 자기통제권'의 실현 과정을 원스톱으로 제공할 수 있게 하였습니다.

또한, 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고에 대하여 정보 수집과 보유, 파기, 이용자 통제권 행사 및 피해구제 방법에 관한 운영원칙을 게시하고 있습니다. 이용자 정보 보호를 최우선으로 여기며 이용자에게는 유용한 광고를 보여주고, 광고주에게는 효과 좋은 광고 플랫폼을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 네이버는 EU GDPR, 미국 CCPA 등 해외 각국의 프라이버시 보호 법률 제정으로 인해 세계적으로 이용자의 프라이버시 관련 권리에 대한 요구가 높아지고 있는 상황에서 이용자의 '자기정보 통제권'을 세계적인 수준으로 높이기 위한 선제적인 노력을 이어 나갈 예정입니다.

네이버 개인정보보호 원칙

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.

네이버는 개인정보 및 프라이버시 보호를 하나의 서비스처럼 제공하겠다는 'PaaS(Privacy as a Service)'를 지향하며, 네이버의 프라이버시 보호와 관련하여 이용자와 함께 소통할 수 있는 방법을 끊임없이 고민해왔습니다. 2013년 국내 최초로 '프라이버시 센터'를 오픈하여 네이버 서비스 전반에 적용되는 '개인정보보호 원칙'과 각 서비스 운영 정책을 외부에 투명하게 공개하고 있습니다. 또한, 매년 2회 투명성 보고서를 발간하여 관계 법령에 의해 수사 기관에 제공된 개인정보의 통계를 정기적으로 투명하게 공개하고 있습니다. 이에 더해, 네이버의 개인정보보호 활동을 엮은 '개인정보보호 리포트'와 이용자 프라이버시 보호에 대한 전문 연구 수행 결과를 담은 '네이버 프라이버시 백서'를 매년 발간하여 사회적 합의와 논의가 필요한 주제에 관해 다양한 기초 연구 자료를 제공하고 있습니다. 이 외에도 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈 발생 시 이용자와 함께 논의할 수 있는 공식 블로그/SNS 및 네이버 프라이버시TV를 운영하여 이용자 소통을 확대해 나가고 있습니다.

정보 접근성, 모든 사용자를 위한 더 편리한 서비스

<p>인식의 용이성</p> <p>모든 콘텐츠는 사용자가 인식할 수 있어야 한다.</p>	<p>이해의 용이성</p> <p>콘텐츠는 장애유무에 관계없이 이해할 수 있게 구성되어야 한다.</p>
<p>운용의 용이성</p> <p>사용자 인터페이스 구성 요소는 조작 가능하고 내비게이션 할 수 있어야 한다.</p>	<p>견고성</p> <p>웹 콘텐츠는 미래의 기술로도 접근할 수 있도록 견고하게 만들어야 한다.</p>

정보 접근성, 디지털 안전 및 표현의 자유

네이버는 다양한 정보와 의견이 담긴 게시물이 이용자 간에 전달되어 우리 모두의 삶을 더욱 풍요롭게 해준다고 믿습니다. 이에 이용자의 권리가 서로 존중되고 보호받을 수 있도록, 그리고 네이버 서비스가 신뢰 있는 서비스로서 안정적으로 제공될 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

네이버의 첫 번째 노력은 모든 이용자가 특정 환경이나 신체적 장애에 상관없이 네이버의 웹 사이트나 애플리케이션에서 제공하는 모든 정보에 동등하게 접근하고 이용할 수 있게 보장하는 것입니다. 정보의 접근성은 장애인뿐만 아니라, 고령자, 비장애인도 그 대상이 되며, 네이버는 모두의 접근성을 보장하기 위해 '인식의 용이성', '운용의 용이성', '이해의 용이성', '견고성'을 운영상의 핵심 원칙으로 삼고 있습니다.

두 번째로 네이버는 이용자 표현의 자유와 지적재산권을 보장하는 한편, 유해 콘텐츠를 제한하여 디지털 안전을 확보하기 위해 만전을 기하고 있습니다. 2009년 인터넷 자율 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 (사)한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책 규정을 적용하고 높은 수준의 운영정책을 구축하고 있습니다. 또한, 2012년부터 뉴스 서비스의 공정성 및 신뢰도 향상을 도모하기 위해 국내 인터넷 뉴스 서비스 사업자들과 공동으로 '기사배열에 관한 자율규약'¹⁾을 제정, 준수하고 있습니다. 이에 네이버의 언론사 편집판은 언론사가 직접 주요뉴스를 선정해 인링크 기반으로 뉴스를 제공하며, 기사배열에 관한 모든 사항 역시 언론사가 직접 정하고 있습니다.

¹⁾ 기사배열에 관한 자율규약은 보도의 자유로운 유통, 다양성, 공정성, 이해상충 배제, 위험의 최소화, 피해 구제, 선택권, 저작가치의 보전, 이용자 참여성, 전문성 등에 대한 10조의 세부 조항으로 구성됨

네이버 정보보호 주요 연혁

<p>2020</p> <ul style="list-style-type: none"> · 시 스피커 프라이버시 정책 공개, 국내 최초 '개인정보 이용현황' 오픈아웃 기능 적용, SME 대상 온라인 라이브 개인정보보호 교육 시행 · 개발 보안 내재화(Security By Design)를 위한 Naver DevSecOps 플랫폼인 Toothless 정착 	<p>2018</p> <ul style="list-style-type: none"> · 네이버 애플리케이션의 보안 취약점을 국제 수준으로 엄격히 관리하고 있음을 보여줄 수 있는 CNA(CVE Numbering Authority) 자격 획득 · 네이버 로그인 '2단계 인증' 보안 기능 추가, 프라이버시센터 내 GDPR 안내 페이지 공개 	<p>2013</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 최초 SOC 2, 3 및 SysTrust 인증 동시 취득 · 네이버 프라이버시 센터 오픈 · 개인정보보호 연간 리포트 발간 시작
<p>2019</p> <ul style="list-style-type: none"> · '아동용 개인정보 수집 및 이용 안내', '사업자 회원님들을 위한 안전한 개인정보 관리 안내서' 제공 · 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(정보보호관리체계) 인증 취득 	<p>2016</p> <ul style="list-style-type: none"> · 'ISO/IEC 27017, 27018 인증' 취득(클라우드 서비스 분야 정보보호 검증 추가) · 'NAVER White Paper' 발간 시작 · 지식iN '작성자와 비공개' 기능 추가 	<p>2011</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전사 개인정보보호 관리체계에 대한 PIMS 인증 취득 (국내 제 1호 PIMS 인증)
	<p>2010</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전사 정보보호 관리체계에 대한 ISMS 인증 취득 (국내 최초 관계사 포함 전체 계열사 대상) 	<p>2006</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC27001 국제인증 취득 (세계 최초 개인정보보호 부문 특허)
	<p>2015</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 최초로 투명성 보고서 공개를 포함, 'Privacy Initiative' 활동 연중 전개 	

투명성 보고서 통계

			2017	2018	2019	2020. 1H
입수영장 ¹⁾	요청		7,786	8,145	7,712	3,145
	처리	건	6,541	6,710	6,109	2,283
	제공		10,079,254	6,966,563	318,380	294,683
통신제한 조치	요청		16	17	18	5
	처리	건	16	17	18	5
	제공		53	71	82	48
통신사실 확인자료	요청		5,281	4,255	4,266	1,306
	처리	건	4,447	3,629	3,701	1,052
	제공		15,832	12,798	8,139	2,567
통신자료	요청		210	311	119	17
	처리	건	-	-	-	-
	제공		-	-	-	-

* 통계 상의 '요청 및 처리'는 수사기관이 네이버에 접수하여 처리된 문서의 건 수를 의미하며, '제공 정보'는 실제 제공된 이용자의 정보의 개수를 의미함. 이에 1개의 문서를 통해 여러 이용자의 정보가 제공 요청될 수 있음

* 네이버는 지난 2012년 10월 통신자료 제공에 관한 사업자의 실제적 심의의 존중여부 확인 및 영장주의 위해 우려 등과 관련한 법원의 판결을 존중하여 통신자료의 제공을 중단함

¹⁾ 입수영장의 경우, 이용자 식별 정보가 아닌 로그기록만 제공된 경우 각 로그를 1건으로 집계함



투명성 보고서

네이버는 '그린인터넷 캠페인'을 통해 인터넷 전반의 불법 게시물 근절을 위해 노력하고 있습니다. 서비스 전반에 걸친 상시 모니터링 체계를 갖추고 24시간 신고센터를 통한 신속한 대응을 통해 음란 게시물의 확산 및 2차 피해를 예방하는 등 적극적인 차단 활동을 이어가고 있습니다. 특히, 네이버의 자체 음란게시물 차단 기능인 AI 기반 X-eye를 이용해 99%의 음란물을 사전에 차단하고 있습니다.

나아가 2020년 상반기에는 악성 댓글 문제를 해결하기 위해 댓글 닉네임과 활동 이력 공개, 특정인의 댓글 차단 기능 도입 등 네이버의 다양한 기술적 시도가 이뤄졌습니다. 또한, 목적은 물론 무례한 표현까지 탐지하는 AI 클린봇을 도입하고 성능을 업그레이드한 결과 악성 댓글 작성 및 노출 건수를 크게 줄였습니다. 이에 더해, 디지털 성범죄 피해 예방을 위한 캠페인을 진행하고, 관련 검색어 입력 시 2차 피해를 막기 위한 피해자 지원 정보를 우선적으로 노출하는 등 건전한 인터넷 환경 구축에 앞장서고 있습니다.



그린인터넷

2019년 6월 정보통신망법 개정으로 만 14세 미만 아동을 대상으로 개인정보 처리와 관련한 사항을 고지 시 아동이 이해하기 쉽게 제공해야 하며, 법정대리인의 실질적인 동의 확인이 의무화되었습니다. 이에 네이버는 아동 이용자를 위해 네이버 회원가입 시 개인정보 수집 및 이용에 대한 동의의 아동용 버전을 제공하고, 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 개인정보 이용내역 통지 메일을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다.



네이버 회원가입 시 제공되는 어린이용 안내

네이버 그린인터넷

<p>01</p> <p>음란게시물 차단</p> <p>X-eye 실시간 AI 이미지 필터링 시스템 적용 확대</p> <p>신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영</p>	<p>02</p> <p>불법게시물 차단</p> <p>24시간 모니터링 및 금칙어 설정 등을 통한 검색 결과 제한</p> <p>불법성 검색어 입력 시, 신고·상담 화면 노출을 통해 이용자 피해 방지 노력</p> <p>신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영</p>	<p>03</p> <p>아동·청소년 보호</p> <p>인터넷 내용등급을 참고하여 유해한 게시물 차단</p> <p>연령제한 기능을 통해 아동·청소년에게 유해한 게시물 노출 최소화</p> <p>지식IN 내 청소년상담지원센터 등 상담 기관과의 연계를 통한 전문상담 진행</p> <p>신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영</p>
<p>04</p> <p>저작권 보호</p> <p>창작자 권리 보호를 위한 저작권 보호 센터 운영</p> <p>저작물 불법 유통 사전 방지를 위한 저작물 사전 보호 요청</p> <p>DB와의 연계를 통해 저작권이 있는 콘텐츠 자동 블라인드 처리</p>	<p>05</p> <p>개인정보 보호</p> <p>네이버 내 개인정보 관리를 위한 프라이버시센터 운영</p> <p>개인정보에 관한 다양한 지식을 전하는 개인정보보호 블로그 운영</p> <p>개인정보 노출에 대한 신속한 조치를 위해 긴급신고센터 운영</p>	<p>06</p> <p>이용자 만족 및 보호</p> <p>이용자 만족도 조사, 정기 간담회 진행 등 이용자 경험 최우선화</p> <p>이용자 VOC 전용 수집 채널 운영</p> <p>챗봇, 모바일 고객센터 등 차별화된 CS 서비스 확대</p> <p>모니터링 및 서비스 유형별 전담 고객센터 운영</p>

정보보호 문화 조성

임직원 '정보보호 교육'

네이버는 사내 규정에 근거하여 매년 전사 임직원을 대상으로 한 정보보호 교육을 진행하고 있습니다. 2019년 정보보호 교육은 사내 정보보호 규정을 기반으로 하여 회사 생활에서 모든 업무의 기본이 되는 '정보보호 원칙'을 설명하는 내용으로 구성하였습니다. 지루하지 않도록 길지 않은 영상에 핵심 내용만 넣어 매년 조금씩 주제를 바꿔가며 교육을 시행하고 있습니다. 2020년에는 COVID-19 상황이라는 사회적 이슈와 이에 따른 업무 환경의 변화를 반영한 정보보호 교육을 계획하였습니다. 취약해지기 쉬운 원격근무 환경에서의 주의해야 할 내용을 중점적으로 전달하여 보안사고를 예방할 수 있도록 하는 것을 목표로 합니다.

또한 네이버는 임직원들의 개인정보보호 인식 수준 향상을 위해 기본부터 심화 교육까지 필요한 교육을 선택하여 수강할 수 있도록 매년 다양한 주제의 강의를 개설하여 운영하고 있습니다. 2019년에는 전체 임직원을 대상으로 개인(위치)정보보호 교육을 시행하였으며, 개인정보 취급을 담당하는 임직원을 대상으로는 직무, 흥미, 이해 수준에 따라 여러 오프라인 교육을 상시로 개최하여 업무에 필요한 추가 교육을 이수하도록 했습니다. 특히 2020년 1월 시행되는 미국 캘리포니아

소비자 개인정보보호법 CCPA(California Consumer Privacy Act)에 따라 교육 대상을 글로벌 서비스 부서 직원들까지 확장하여 법에 대한 정보를 제공하고 이해도를 높이는 시간을 가졌습니다. 2020년에는 언택트 흐름에 맞춰 사내 인트라넷을 이용하여 온라인 라이브로 교육을 진행하였으며, 올해 교육은 데이터 3법 개정 배경과 주요 개정 내용, 개인정보보호법의 주요 개정 내용 및 영향을 집중적으로 다뤘습니다.

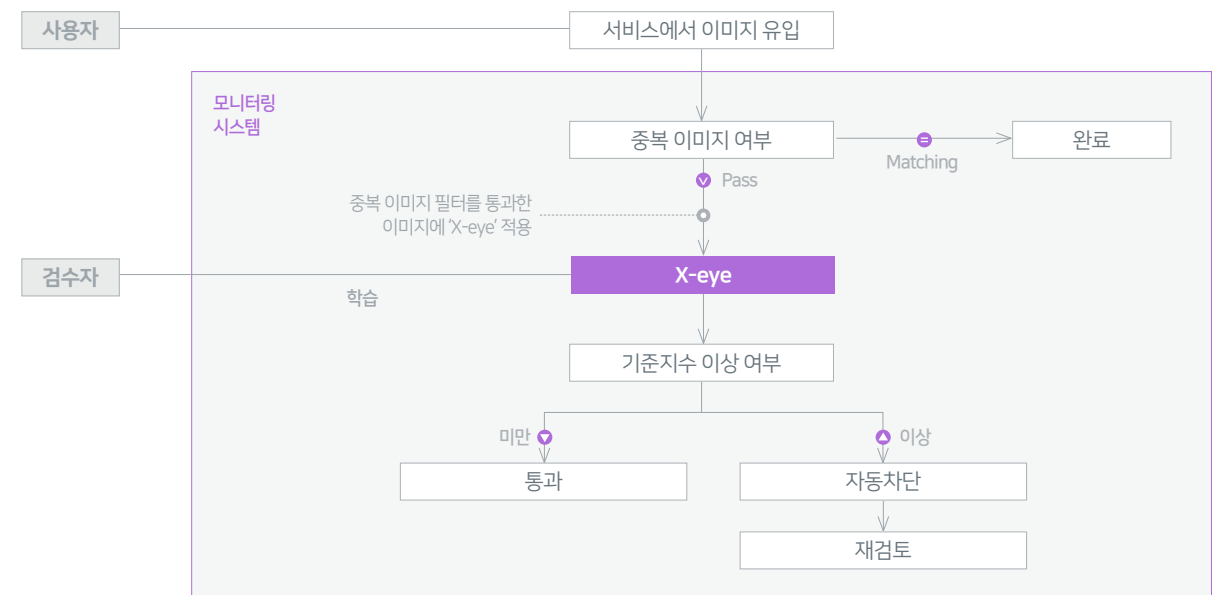
아울러, 외국인 임직원 및 중국 법인 계열사를 위한 다국어 버전도 지원하고 있으며, 2020년에는 사회 흐름에 맞춰 COVID-19 키워드를 이용한 공격 및 언택트 근무 시의 주의사항에 대한 내용을 포함하고 있습니다. 이에 더해, 네이버는 구성원의 많은 부분을 차지하는 개발자들을 위해, 변화가 빠른 개발 환경에서도 지속적으로 성장할 수 있도록 새로운 것들을 빠르게 배울 수 있는 기본기 양성 프로그램 'TechShare'를 2019년부터 매월 개설하여 운영하고 있습니다. TechShare는 시스템과 보안 영역의 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 사이버 보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우를 공유하는 강의입니다.

* 전사 정보보호 및 개인(위치)정보보호 교육은 네이버 및 네이버 전 계열사 임직원을 포함

X-eye 기술 소개

네이버는 자체 개발 음란물 필터링 AI 기술 'X-eye'를 적용하여 이용자 게시물에 올라오는 모든 이미지, 동영상들 자동 검수하고 있습니다.

네이버 내 등록되는 이미지, 동영상은 해당 기술을 통해 자동으로 필터링 되는 구조입니다. 2017년 적용 당시 음란 동영상 필터링 결과는 98%, 지속적인 고도화를 통해 2020년에는 약 99%에 달하는 필터링 결과를 기록하고 있습니다. 본 방제 시스템에 의해 음란물이 발견되는 경우 해당 게시물을 즉시 제한함은 물론 이용자 또한 즉시 제한 조치하고 있으며, AI 방제 시스템을 회피한 영상이나 이미지를 지속해서 잡아낼 수 있도록 신고 영상/이미지를 통해 AI 강화 학습을 진행하여 상시로 AI 엔진을 업데이트하고 있습니다.



이용자 '프라이버시 강화 보상제도'

네이버는 이용자 개인정보 및 프라이버시 보호 수준 강화를 위하여 국내 기업 중에서는 최초로 2016년부터 프라이버시 강화 보상 제도(Privacy Enhancement Reward, 이하 'PER')를 수립하여 운영해 오고 있습니다. PER은 기술적인 보안 측면에서 취약점 제보 및 보상을 실시하는 '보안 취약점 보상제(Bug Bounty)'와 매우 유사한 개념이지만, 서비스 운영과 관련한 법·제도 위반사항의 신고, 서비스 운영 및 기능 개선 제안, 필요 서비스의 제언 등으로 구성된다는 측면에서 차이가 있습니다. 일반 이용자 누구나 직접 네이버 서비스에 관한 의견을 제시할 수 있으며, 의견의 적합성, 현실성, 기여도 등에 따라 소정의 사례금이 제공됩니다.

2019년에는 대학생들을 대상으로 PER BootCamp를 진행하여 보다 많은 이용자들의 PER 참여를 독려했습니다. 2020년 상반기에는 총 30건의 의견이 접수되었으며, 그중 18건에 대하여 서비스 반영 및 개선이 진행되어 총 224만 원 상당의 네이버페이 포인트 사례를 지급하였습니다.



2019년 네이버 PER BootCamp

'보안 위협 요소'의 효율적이고 투명한 관리

서비스 보안에 있어서도 Security by Design과 Usable Security 원칙을 서비스 전 영역에 적용하고자 노력하고 있습니다. 서비스 기획, 디자인에서의 보안 리뷰 절차를 마련하고 개발 완료 시점에서의 보안 검수 절차뿐만 아니라 개발 중인 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안리뷰가 가능한 DevSecOps를 구축, 운영하고 있습니다.

아무리 기획, 설계, 개발이 잘 이루어지더라도, 보안 버그를 100%를 예방하지는 못할 것입니다. 이에, 자사가 미처 알지 못하는 보안 버그를 외부 분석가의 도움을 받아 '사고' 발생 이전에 보안 버그를 확인하고 대처할 수 있는 보안 버그바운티(Reward: <https://bugbounty.naver.com/ko/>) 프로그램을 자체적으로 운영해 오고 있으며, 이는 국내 기업 중 가장 모범적인 케이스로 평가받고 있습니다.

또한, 2018년부터 자사 SW보안 취약점에 대한 국제표준 관리 번호인 'CVE번호'(Common Vulnerabilities and Exposures)를 발급할 수 있는 권한 기관인 CNA(CVE Numbering Authority)로 등록돼 체계적으로 보안 취약점을 관리하고 신속하게 대응할 수 있는 투명한 기업으로 자리매김해 오고 있습니다.

파트너 '개인정보보호 역량 강화'

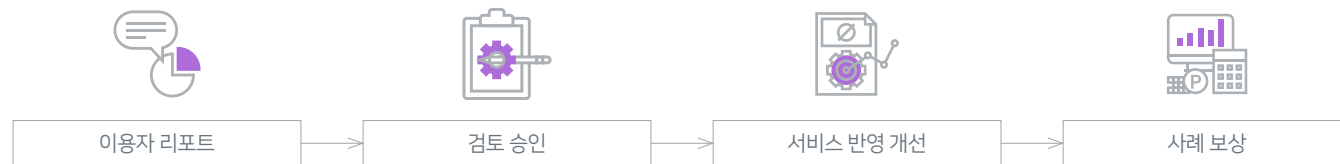
네이버는 안전한 인터넷 생태계 조성을 위해 매년 스타트업 및 SME의 개인정보보호 활동을 지원하는 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 2018년부터 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원들에게 고객의 개인정보 관리에 대한 내용을 메일로 전달하고, 2019년에는 '개인정보 관리 안내서'를 제작하여 개인정보보호에 대한 기본 지식과 사업 운영 시 유용한 정보를 배포하였습니다. 또한, 2019년 3월~11월 기간 개인정보보호 전담 부서가 없는 스타트업 또는 소규모 인터넷 기업의 담당자들을 대상으로 네이버의 지식과 정보를 공유할 수 있는 아카데미를 격월로 개최하여 실무 차원에서 도움을 줄 수 있는 교육을 제공하였습니다.

네이버는 더 많은 SME의 개인정보보호 역량 강화를 위해 2020년 5월 한국인터넷진흥원(KISA)과 업무협약을 체결하였습니다. 개인정보 보호 교육 관련 콘텐츠를 공동으로 개발하고 '네이버 파트너스퀘어' 등 네이버의 사업자 지원 네트워크를 통해 개인정보보호 사각지대를 없애는 노력을 이어갈 예정입니다. 특히, 2020년 6월에는 네이버의 개인정보보호책임자(CPO/DPO)가 SME를 대상으로 직접 온라인 라이브 개인정보보호 교육을 진행하여 당일 3천 명이 넘는 인원이 시청하는 등 개인정보보호 인식 고취를 위한 시간을 가졌으며, 향후 KISA와 공동으로 지역별 네이버 파트너스퀘어를 통해 오프라인 교육도 준비 중에 있습니다. 네이버는 앞으로도 다양한 기관과의 협력을 통해 개인정보보호 취약 계층의 역량 강화를 위해 노력하겠습니다.



개인정보 관리 안내서

PER 제도 진행 절차



보안 개선사항

구분	2017	2018	2019	2020.1H
보안 개선사항 발견 수	1,006	1,128	1,344	417
완화조치 수	1,006	1,126	1,282	380
완화비율	100	99.82	95.39	91.13
완화-기간 이내 조치	773	756	769	208
완화-기간 이후 조치	223	370	513	172

버그 바운티 통계

구분	2017	2018	2019	2020.1H
보고된 버그 수	166	208	223	210
제보자 수	18	31	61	70
포상 금액	4,220	4,425	11,900	7,020

CVE 명명 건 수

구분	2017	2018	2019	2020.1H
CVE(Common Vulnerabilities and Exposures) 명명 건 수	1	4	2	3

Social & Environment

네이버 기술의 중심에는 사람이 있습니다.

오늘도 네이버는 창의와 협력을 기반으로 네이버의 기술이 우리 사회에 가져올 긍정적인 파급효과를 위해 힘을 모읍니다. 어렵고 생소한 기술이 아닌 손쉽게 사용할 수 있는 도구가 되도록, 더 많은 개인이 성장해 더 넓은 세상에서 기회를 만들 수 있도록 네이버의 기술 플랫폼은 진화하고 있습니다.

아울러 우리의 미래 세대를 위한 배려이자 의무로서 자연을 지키는 착한 기술에 주목하며 지속가능한 성장에 녹색 불을 밝히고 있습니다.

SOCIAL

- 61 인권 존중
- 63 임직원을 위한 투자
- 68 미래역량 개발과 기술 혁신
- 72 프로젝트 꽃

ENVIRONMENT

- 83 환경영향 관리

SOCIAL




HUMAN CAPITAL & SOCIAL IMPACT

MANAGEMENT APPROACH

구성원과 고객, 파트너는 기업의 중요 이해관계자들로, COVID-19 이후 증가하는 불안정성과 사회구조의 취약성으로 지속가능성을 고려한 경영은 더욱 강조되고 있습니다. 특히, 오늘날의 기업 경영 환경은 변화에 민감한 Z세대의 사회 진출, 디지털화, 자동화와 같은 급격한 기술 혁신 등으로 더욱 역동적으로 변하고 있으며, 이러한 변화를 감지한 기업의 선도적인 대응이 요구되고 있습니다.

네이버는 플랫폼과 기술을 통해 네이버의 구성원 뿐만 아니라 매일 수많은 이용자와 파트너를 만납니다. 이에 구성원의 역량과 웰빙, 이용자 경험과 만족, SME의 디지털 전환, 창작자 지원과 문화 콘텐츠 활성화, 미래세대의 디지털 활용능력 등 다양한 영역에서 네이버만의 소셜 임팩트를 창출하고 있습니다. 앞으로도 네이버가 가장 잘 할 수 있는 방법으로 이해관계자와 함께 성장하는 비즈니스 모델을 만들어 나가겠습니다.

KEY PERFORMANCE

-  25.8% -여성 관리자 비율
-  세계 최초로 5G 브레인리스 로봇 시연 성공
-  파트너 지속가능경영실천협약서 신규 추진



인권 존중

네이버는 가치 사슬 안에 있는 모두의 인권 보호와 증진을 위해 적극적으로 노력하고 있습니다. 뿐만 아니라 잠재적인 인권 이슈에 선제적으로 대응하며 보다 많은 사람들과 함께 번영할 수 있는 방향을 다방면으로 모색합니다.

인권보호 및 증진

인권 정책

네이버는 세계인권선언, ILO 협약을 지지하며 OECD 다국적기업 가이드라인, 유엔 기업과 인권 이행지침을 기반으로 상호 존중, 안전하고 건강한 일터, 임금과 근로 시간, 결사의 자유와 단체 교섭 등 구성원과 네이버가 비즈니스 관계를 맺고 있는 제3자 모두를 대상으로 인권 보호와 증진을 위한 정책을 지속적으로 마련하고 이를 적극적으로 소통하고 있습니다.

네이버는 학력, 지역, 연령, 성별, 인종, 피부색, 종교, 국적, 임신 여부, 성적 지향, 혼인 상태, 정신적/신체적 장애, 정치 성향 등 어떠한 이유로도 구성원을 차별하지 않으며, 직장 내 괴롭힘이나 우월적 지위/권한 남용, 고압적인 언행, 강제 노동, 아동 노동을 엄격히 금지합니다.

네이버의 잠재 인권 이슈

주요 인권 이슈	가치 사슬 내 취약 그룹	대응 활동
고용상의 차별	구성원	<ul style="list-style-type: none"> 고용형태를 이유로 불리한 처우를 하지 않음 채용 시 학력을 이유로 차등을 두지 않음
결사 및 단체교섭의 자유 보장	구성원	<ul style="list-style-type: none"> 노동조합 설립 및 단체교섭 절차를 거쳐 체결한 단체협약을 준수하고 있음
강제노동, 아동노동 금지	구성원, 파트너	<ul style="list-style-type: none"> 근로기준법상 금지되는 계약(위약 예정, 전차금 상계, 강제저금)을 체결하고 있지 않음 고용형태를 불문하고 미성년자와 근로계약을 체결하지 않음
산업안전 보장	구성원, 파트너	<ul style="list-style-type: none"> 매년 임직원 건강검진 실시 및 건강 증진을 위한 각종 복지제도를 운영 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 구성, 정기적으로 안전/보건 안건을 논의 파트너 지속가능경영실천협약서 내 안전경영 조항 명시
직장 내 성희롱/괴롭힘 근절	구성원	<ul style="list-style-type: none"> 연 1회 전체 임직원을 대상으로 직장 내 성희롱/괴롭힘 예방 교육 실시 및 익명 상담/신고 채널 상시 운영
협력사 공정 대우	파트너	<ul style="list-style-type: none"> 매년 협력사를 대상으로 익명 설문조사를 실시, 불공정 행위를 예방/근절 협력사 신고/제보 채널 '기업윤리상담센터' 운영
개인정보 보호 및 프라이버시권 존중	구성원, 이용자	<ul style="list-style-type: none"> 임직원 및 채용 전형 지원자의 개인정보를 적법하게 수집/이용/폐기 네이버 개인정보 처리방침 내 정보제공에 따른 개인 인권 침해 구제 조치 게시 개인정보 자기결정권 행사 존중을 포함한 네이버 개인정보보호 원칙 운영 개인정보 자기통제권 보장을 위한 개인정보 이용 현황 페이지 지속 개선
표현의 자유 보장	이용자	<ul style="list-style-type: none"> (사)한국인터넷자율정책기구(KISO) 참여 및 정책 규정 적용 기사배열에 관한 자율규약 제정/준수
서비스 접근성 증진	이용자	<ul style="list-style-type: none"> 접근성 페이지 별도 운영 '인식의 용이성', '운용의 용이성', '이해의 용이성', '견고성' 원칙 운영
디지털 안전	이용자	<ul style="list-style-type: none"> 그린인터넷 캠페인 진행 AI 기반 X-eye 기술을 이용한 음란 게시물 사전 차단 및 상시 모니터링을 통한 게시물 확산과 2차 피해 예방 유해게시물 또는 권리침해 게시물 신고센터 운영

네이버를 둘러싼 여러 인권 이슈의 잠재적 악영향을 인지하고, 이를 완화하기 위한 대응 활동을 다각도로 구현하고 있습니다. 네이버는 앞으로도 네이버의 비즈니스 활동으로 발생할 수 있는 또 다른 인권 이슈를 적극적으로 식별해 나가는 한편, 리스크 관리 시스템을 고도화하여 인권 침해와 부정적인 영향을 최소화하기 위한 노력을 이어갈 예정입니다.

고충처리 채널 'With U'

네이버는 고충을 상담하고 신고할 수 있는 다양한 채널을 운영하고 있으며, 특히 직장 내 성희롱, 괴롭힘에 특화된 익명 채널인 'With U'를 통해 피해 직원에게 회사의 처리 프로세스 등을 상세하게 안내하고 있습니다. 피해 사실에 대한 조사가 필요할 경우 외부 전문가와 함께 공정하고 투명하게 처리하며, 상담 또는 신고하는 구성원에 대한 인사상의 불이익이나 차별을 엄격하게 금지하고 있습니다. 내부 규정에 따른 징계 심의 시에는 인사위원회 위원장인 대표이사가 전원 사외이사로 구성된 리스크관리위원회에 위임하고 심의 결과를 최종 시행합니다. 2019년부터 2020년 9월까지 With U를 통해 제보된 건수는 10건이며, 내부 규정의 절차에 따라 100% 처리되었습니다.

전사 인권교육

네이버는 매년 전사적으로 법정무교육인 직장 내 성희롱 예방 교육과 장애인 인식개선 교육을 진행하고 있으며, 조직 내 영향력이 큰 리더들의 경우 직장 내 괴롭힘 등 별도의 교육이 병행됩니다. 이에 더해, 대내외적인 변화에 맞추어 기업윤리규범을 지속적으로 업데이트하고 구성원들에게 공유함으로써 인권과 관련된 회사의 방침을 알리고 일상 속에서의 인식 제고를 돕고 있습니다. 2019년 기준 성희롱 예방 교육은 92.1%, 장애인 인식개선 교육 98.6%의 이수율을 보였으며, 누락된 인원에 대해서는 사내 영상 공유 플랫폼(SHARE)에 교육 영상을 상시 게시하여 시청을 독려하고 있습니다.

공정한 고용 및 노사관계

NAVER Valuable Opinion

네이버는 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 헌법 및 관련 노동법에 따른 근로자의 기본적인 권리를 존중하며 노동조합과 단체교섭을 통해 단체협약을 체결하였습니다. 아울러, '근로자참여 및 협력 증진에 관한 법률'에 따라 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)'를 설치하고 노사 간 소통을 활발히 전개하고 있습니다. 협의회 위원들은 정기적인 회의를 통해 경영진을 만나 직원들의 목소리를 전하고 있으며, 사내 대출 지원과 같은 복리후생 제도를 비롯해 평가 및 보상 제도 등을 합리적으로 개선하고 발전적인 노사관계 구축에 기여하고 있습니다.

또한, 네이버는 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 구성하여 정기적으로 안전보건 안건을 논의하고 있으며, 회사 구성원들의 건강, 안전 등을 심도 있게 다루기 위해 2020년 9월 산업안전보건 분야 전문가를 초빙하여 노사가 함께 강의를 수강하고 안전보건 역량을 함양하고 있습니다. 이 외에도 매 분기 실적 발표 시점 회사의 주요 경영 현황과 사업 방향을 공유하는 자리인 Companion Day에 노동조합을 대표하는 자(조합원 대표)를 초청하여 회사의 발전과 상생에 관해 직원들과 조합원 대표의 의견을 함께 청취하는 기회를 마련하고 있습니다.

나아가 네이버는 고용 안정을 위해 비정규직의 비율을 최소화하고 있으며, 과거 인력 구조조정을 한 사례는 없습니다.

임직원을 위한 투자

네이버는 인재를 위한 투자에 집중합니다. 모든 임직원들이 역량을 최대한 발휘하여 자아를 실현하고 회사의 성장, 나아가 사회의 지속가능한 발전에 기여할 수 있도록 지원하며, 서로의 다양성을 인정하고 실력을 인정받는 열린 기업문화를 구축해 나가고 있습니다.

인재 확보 및 양성

우수인재 유치 노력

네이버는 끊임없이 도전하고 더 나은 미래를 위한 혁신을 이어가고 있습니다. 회사의 미래를 견인하는 가장 큰 자산은 경쟁력과 열정을 겸비한 네이버의 구성원이며, 이에 회사의 지속적인 성장에 맞춰 조직 별 니즈를 꾸준히 파악하고 우수인재를 채용하고 있습니다. 매해 학부생, 졸업예정자 등을 대상으로 오픈 클래스, 오픈 톡 세미나, 인턴십 프로그램, 공모전, 학회/장학금 지원 등 기술·서비스·디자인 직군 별 다양한 프로그램을 적극적으로 운영하여 네이버와 함께 성장할 인재를 유치하고 있습니다.

오픈 클래스는 공채 전형을 앞두고 전형 진행 방식부터 네이버 입사 후 생활, 커리어 등을 알려주는 네이버만의 채용 캠페인으로 2020년에는 개발자 오픈 클래스를 개최하였습니다. 2020년 7월부터 6차에 걸쳐 진행된 본 이벤트에는 6천 명이 넘게 참여하여 연초 목표 대비 4배나 넘는 신청률을 보였습니다. 네이버의 사내 리더와 대표들은 러브콜 메시지 형태로 조직을 소개하고 네이버의 개발 문화를 홍보하였습니다. 캠페인 기간 중에는 1만 3천여 개가 넘는 지원자들의 질문이 접수되었으며, 네이버 클로바 AI 언어 모델인 LaRva를 활용하여 유형을 분석하고, TR¹⁾/면접관/신입사원의 보이스로 입체적인 답변을 구성하여 네이버의 기술력을 함께 선보였습니다.

¹⁾ Talent Relations 부서



네이버의 인재상

Class	Topic	Date
Class 1	TUTORIAL	now!
Class 2	직원피셜 레알 네이버	7월 24일
Class 3	월살기보다 기본기	7월 31일
Class 4	Language? Communication!	8월 7일
Class 5	클래스가 다른 성장	8월 14일
Class 6	전형의 모든 것 Live	8월 21일

네이버 개발자 오픈 클래스(NAVER DEVELOPER OPEN CLASS)

With U 프로세스



CASE STUDY

스테이션 제로(Station Zero) 프로그램

네이버는 신입사원의 시각으로 네이버의 서비스 개선사항과 신사업 아이템을 자유롭게 제안하는 스테이션 제로 프로그램을 운영하고 있습니다.

스테이션 제로는 CEO 산하의 독립조직으로 서비스 기획 직군의 신입사원들이 입사 후 3~6개월 동안 전사 서비스에 대한 과제를 개발하여 CEO와 담당 서비스 부서 리더들에게 제안하는 프로그램입니다. 2017년부터 시작된 스테이션 제로는 현재 6기까지 진행되었으며, 프로그램 중 나온 다양한 제안들을 통해 서비스에 대한 인사이트를 얻고, 아이디어를 더욱 발전시켜 나가고 있습니다. 특히, 네이버 예약, 콘텐츠 검색, 멤버십 서비스 내 마케팅 프로모션 등 스테이션 제로 멤버들의 아이디어가 곳곳에 반영되어 더 나은 서비스를 제공하고 있습니다.



유연하고 자기 주도적인 근로 문화

네이버는 빠르게 변화하는 이용자와 시장의 요구에 대응하기 위해 모든 구성원이 주도적이고 자율적으로 일할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다. 먼저, '일' 중심 문화로 변화하며 좀 더 빠른 의사결정을 위해 팀을 없애고, 보고 라인을 최소화하였으며, 주력하고 있는 서비스가 조직에 드러나도록 하였습니다.

또한, 네이버는 정해진 출퇴근 시간 없이, '내 일'에 책임을 다하는 유연한 근무 문화를 지향하고 있습니다. 네이버에는 다양한 분야의 업무들이 있고, 업무 특성에 맞춰 '나 스스로 어떤 성과를 낼 것인지'에 집중하여 개개인이 자율적으로 업무시간을 관리하고 일에 책임지는 문화를 정착시켜 나가고 있습니다. 이에, 본인 전결화를 장려하여 결재의 대부분을 조직장이 승인하는 번거로운 과정을 줄였으며, 노트북이나 PC 등의 업무 기기도 개인의 업무 스타일에 맞게 스스로 선택할 수 있습니다.

구성원들의 다양한 아이디어와 제안은 네이버의 혁신을 이끄는 원동력으로 네이버는 전 직원을 대상으로 'Design Spurt! Weeks', 'N Innovation Award', 'Hack Day'와 같은 다양한 아이디어를 제안할 수 있는 프로그램을 운영하여 구성원들의 참여를 장려하고 있습니다. 누구나 자유롭게 참여가 가능하며 직원들은 평소에 관심 있었던 주제에 대해 자기 생각을 펼치고 결과에 따라 해외 연수 등의 포상을 받습니다.

역량 개발과 리더 육성

네이버는 구성원들의 자기 개발을 위한 온/오프라인 외부 교육, 어학교육, 국내외 연수, 소그룹 스터디를 지원하고 있으며, 네이버에서 일하는 구성원은 고용 형태에 관계없이 누구든 자유롭게 신청할 수 있습니다. 나아가 구성원의 60% 이상을 차지하는 개발 직군의 경우 연간 400시간 정도의 기술교육이 마련되어 있어 자신에게 필요한 교육을 선택하여 역량 개발에 활용할 수 있습니다.

네이버는 구성원 간의 교류를 통해 일의 가치와 영향력에 대해 함께 고민하고 논의할 수 있는 장을 마련하고 있습니다. 코드 데이(Code Day)는 전 계열법인의 신규 입사자 및 리더 직급을 대상으로 진행하는 네이버의 대표적인 교육 프로그램으로, 네이버의 성장스토리, 사업 철학, 서비스 현황 및 일하는 문화에 대한 이해도를 높이고 회사의 방향성을 공유하고 있습니다. 2019년에는 총 10회에 걸쳐 956명이 참여하였으며, 2020년 상반기에는 COVID-19의 영향으로 전년 대비 시행 횟수가 감소하여 192명이 참여하였습니다. 코드 데이는 교육 후 프로그램 리뷰를 진행하여, 전달하고자 한 메시지가 제대로 전달되었는지 후기와 질의사항 및 콘텐츠에 대한 제안을 받고 있습니다. 2019년도 리뷰 진행 결과, 전 계열법인에 걸쳐 회사와 서비스, 주요 가치에 대한 이해를 바탕으로 프로그램에 대한 긍정적인 피드백을 확인할 수 있었습니다.

역량개발 교육 운영 현황

유형	세부 내역	2017	2018	2019	2020. 1H
어학교육	인원 (명)	95	501	1,357	1,053
	신청 건수 (건)	431	2,317	6,815	3,058
외부교육	인원 (명)	202	296	370	125
	신청 건수 (건)	255	391	455	161
연수	인원 (명)	191	276	290	38
	신청 건수 (건)	231	320	340	39
스터디 ¹⁾	인원 (명)	899	1,053	1,196	566
	스터디 (개)	341	409	544	153
개발자 교육	인원 (명)	2,102	3,441	4,674	411
	과정 수 (개)	94	101	44	33

¹⁾ 업무역량 향상을 위해 소그룹 스터디를 진행하는 경우, 직무관련 전문서적 도서 지원

아울러, 네이버는 조직 내 영향력이 큰 직책 리더를 대상으로 2019년부터 별도의 리더 Class를 실시하고 있습니다. 네이버의 리더는 변화를 선도하며, 직원들에게 동기 부여를 제공하는 중추적인 역할을 담당하고 있습니다. 이에, 리더 Class는 구성원 리뷰/면담 스킬(2019), 성과관리 리더십(2020)과 같은 주제로 진행되었으며, 니즈에 따라 의사소통, 구성원 육성, 명사특강 등도 계획 중에 있습니다. 리더 Class는 유익한 콘텐츠 제공과 효율적인 운영을 위해 교육 만족도 조사, 현황 조사 등을 실시하여 리더들의 의견을 반영하고 높은 공감대를 형성하고 있습니다. 네이버의 리더들은 바람직한 리더로서의 역할과 조직관리 역량 향상에 많은 관심을 보이며, 본 교육의 평균 90%가 넘는 수료율을 보였습니다.

균등한 기회, 공정한 평가와 보상

네이버는 고용과 승진, 보상, 복지혜택 등에 있어 균등한 기회를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 누구든 나이와 연차에 상관없이 실력으로 인정과 보상을 받을 수 있는 합리적인 인사 제도를 마련하여 투명하게 운영하고 있습니다. 실력있는 직원이라면 누구든 조직을 끌어가는 위치에 있을 수 있으며, 이를 건강하게 받아들이는 분위기 또한 조성되어 있습니다. 나아가, 개개인의 자유로운 부서 이동의 기회를 제공하여 스스로 새로운 기회를 모색하는 한편, 조직 경쟁력 강화에 기여할 수 있게 합니다. 'Open Career Chance(OCC)'는 네이버만의 공식적인 사내 이직 제도로, 지원자와 공모 조직이 합의하면 기존 조직에서는 개인의 이직 의사를 존중하도록 하고 있습니다. 그 결과 많은 지원자가 새로운 조직에서 새로운 일을 시작하게 되었습니다.

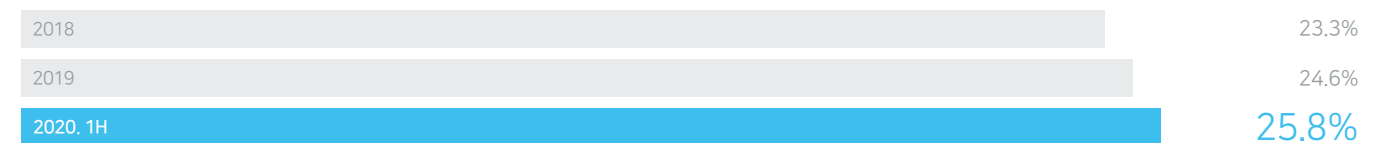
네이버의 리뷰 제도는 구성원의 성장을 돕는 내실 있는 피드백을 위해 다각도(360도) 리뷰로 진행되며, 구체적이고 직관적인 '피드백' 중심으로 운영됩니다. 다각도 리뷰를 통해 업무 성과와 협업/태도 등에 대하여 스스로를 리뷰할 뿐만 아니라, 함께 일했던 모두가 평가에 참여하여 종합적인 판단을 기반으로 평가받게 됩니다. 또한, 회사 내 조직의 다양성을 고려하여 조직 특화 문화를 추가하여 더욱 공정한 평가가 이루어질 수 있게 했습니다. 네이버는 1년 이상 재직된 직원에게 1,000만 원 상당의 스톡옵션을 매년 부여하여 회사의 성장과 개인의 성장이 이어지는 계기를 제공하고, 구성원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치 증진에 관심을 기울일 수 있도록 방향을 제시하고 있습니다.

네이버의 남녀 구성원 비율은 2020년 상반기 기준으로 64:36이며, 여성 리더 직급은 매해 조금씩 상승하여 전체 리더 직급 중 약 26%를 차지합니다. 아울러, 사내독립조직인 CIC(Company-in-Company) 대표를 포함한 C-level의 고위 경영진 중 여성은 3분의 1을 구성하고 있습니다. 네이버는 여성이라는 이유로 '유리 천장' 등의 보이지 않는 차별을 두지 않으며, 더 많은 여성들이 자신의 능력을 발휘할 수 있게 '임신과 출산'을 최대한 배려하기 위해 노력하고 있습니다. 이에 더해, 직군에 의한 임금 차이 외 성별에 따른 임금 차이는 두고 있지 않습니다.

코드 데이 대상 및 목적

신입 및 경력 대상	책임리더 및 리더 대상
<ul style="list-style-type: none"> 회사와 서비스, 우리가 중요하게 생각하는 것들에 대해 이해를 높이는 콘텐츠 제공 외부인에서 임직원으로 관점을 바꾸는 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 해당 직책자로서 알아야 할 회사 방향성과 사업 철학, 현황에 대한 콘텐츠 제공 토론 및 논의를 통해 언제라도 직원들에게 설명할 수 있는 수준의 이해를 갖도록 하는데 초점

여성 관리자 비율 (리더 직급)



다양성 존중

네이버는 밀레니얼 세대가 구성원의 절반 이상을 차지하며, 국적을 비롯해 다양한 배경과 가치관을 가진 이들이 함께 모여 네이버만의 유연한 조직문화를 만들어 나가고 있습니다. 네이버는 상호 존중을 기반으로 본인의 역량에 따라 자유롭게 일하며 사회에 기여할 수 있는 환경을 조성하는 데 앞장서고 있습니다. 2019년에는 세대 간의 소통과 교류를 확대하기 위해 “지금 만나러 갑니다”라는 타이틀로 HR팀의 주최 하에 직무 별/연차 별(리더, 시니어, 주니어) 간담회를 개최하였습니다. 많은 직원들이 참여하여 다양한 의견을 제시하였으며, 이는 향후 네이버의 조직문화 발전 방향을 수립하는데 활용될 예정입니다.

또한, 2009년 사회적 기업인 ‘엔비전스’를 설립하고 발달장애 청년들이 수행 가능한 업무를 발굴하여 직접 고용을 실시하고 있습니다. 현재 21명의 발달장애 청년들이 네이버 사옥 그린팩토리 내에 위치한 카페&스토어의 바리스타와 캐셔, 사옥 내 식물관리 담당자로서 근무하고 있습니다. 2020년 5월에는 기존 대리점 형태였던 편의점을 이마트24와 협업해 리뉴얼하여 발달장애 청년들에게 안정적인 일자리를 제공할 수 있는 사내 편의점 ‘그린 마트’로 탈바꿈하였습니다. 발달장애 사원들이 더욱 편리하게 근무할 수 있도록 편의점 내 통로와 휴게 공간을 기존 외부 매장보다 확장하였으며, 사원들은 상품 진열·정리, 재고 관리 등의 업무를 맡습니다.

아울러, 네이버 라이브러리에는 55세 이상의 다수의 실버 인력이 근무하고 있습니다. 네이버는 2010년부터 실버 인력의 사회참여 장려를 위해 성남 시니어 클럽과 연계하여 지역 어르신들을 고용해왔으며, 현재 8명이 라이브러리 내 도서 정리의 업무를 지원하고 있습니다. 표지 이미지 스캔/편집, 유형별 도서 스티커 부착, 파손도서 보수 등 어르신들의 꼼꼼함으로 관리되는 네이버 라이브러리의 도서들은 많은 이들에게 유익한 즐거움을 선사하고 있습니다.

보건안전 및 웰빙

네이버는 구성원의 근무 만족도를 높이고 역량을 발휘할 수 있게 최상의 근무환경과 다양한 복지혜택을 제공하고 있습니다. 일과 가정의 양립을 위해 선택적 근로시간제와 근로시간 단축제 등 여러 유형의 유연근무제를 실시하고 있으며, 쾌적한 업무 공간을 유지하기 위해 노력하고 있습니다. 나아가 구성원들의 몸과 마음 건강까지 챙길 수 있는 운동시설과 전문 의료 상담을 지원하며, 24시간 교대 근무가 이루어지는 조직(24시간 상황실) 소속 직원은 산업안전보건법에 따라 매년 특수건강검진을 실시합니다. 이 외에도 사내 키친과 카페를 운영하여 구성원들이 매일 신선한 음식과 저염/저칼로리 식단까지 다양하게 즐길 수 있도록 배려하였습니다.

네이버는 구성원의 가족들까지 세심하게 고려한 여러 가지 가족친화 제도를 운영하고 있습니다. 육아휴직을 법으로 정한 기간 외에 추가로 1년 더 제공하며, 자녀 양육을 위한 가족 돌봄 휴가를 연간 10일 지원하고 있습니다. 또한, 그린팩토리 사옥 내에 모유 유축기 등을 갖춘 모자 유친실을 갖추고, 직장 보육 시설 전문 기관과 연계해 서울·경기 지역 4곳에 국내 최고 수준의 어린이집을 운영하고 있습니다. 해당 연도 휴직 만료 인원을 기준으로 2019년, 2020년 상반기 육아휴직을 사용한 직원 전원이 복직하였습니다.

네이버는 지속적인 복리후생 개선을 위해 운영 중인 여러 프로그램에 관한 임직원 설문을 상시 및 주기적으로 실시하고 있으며, 앞으로도 다양한 프로그램들을 개발하여 건강하고 즐거운 일터가 될 수 있게 세심한 노력을 이어갈 예정입니다.



그린팩토리 내 그린 카페

구성원 구분 (세대)



* 2020년 상반기 기준

일·가정 양립을 돕는 다양한 지원 프로그램

구분	세부 내용	
근로 시간	선택적 근로시간제	• 별도의 코어타임 및 1일 최소 근로시간 없이 평일 06~22시 사이 자유롭게 출퇴근하여 근무시간을 유연하게 활용 가능
	근로시간 단축제	• 임신기, 육아기, 가족 돌봄 등의 사유 ¹⁾ 로 근로시간 단축을 신청할 수 있음
업무 공간	쾌적한 공기를 유지하는 실내 업무 공간	• 카펫 대신 나무 바닥(Wood-flooring)을 설치하고, 먼지가 쌓이는 천장 마감을 최소화함 • 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 중
	열띤 토론에도 언제나 쾌적한 회의실	• 열띤 논의가 오가면서 더워질 수 있는 모든 회의실 내부에 CO ₂ 센서를 설치해 공기의 질을 측정하고, 쾌적한 환경을 유지할 수 있게 관리 중
건강 케어	전 직원에게 제공되는 인체공학적인 의자	• ‘오랜 시간 일하는 직원들이 가장 좋은 의자를 사용해야 한다’는 마음으로 전 직원에게 인체공학적으로 설계된 기능성 의자를 제공
	사옥에서 전문 의료진의 진료 가능한 네이버 홈닥터	• 근무 중 갑자기 몸이 좋지 않을 때, 건강검진 전/후 상담이 필요 시 전문적인 진료와 상담으로 건강을 관리하며, 근골격계/스트레스성 질환에 대한 물리치료, 전문검사, 예방접종 등을 지원
	올바른 몸 상태를 위한 코어운동센터	• 목/어깨/허리 등 직장인의 주요 통증을 완화시키고 거북목/디스크 등을 예방하기 위한 운동법을 제공하여 올바른 몸 상태를 유지할 수 있도록 돕고 있음
	마음 건강까지 챙기는 심리 상담지원	• 마음 건강도 전문가의 도움으로 관리할 수 있도록 안심하고 상담받을 수 있는 전문 상담기관을 연계하여 운영 중
건강 먹거리	시간과 장소에 상관없이 전문가의 상담을 지원하는 의료/보안 상담 Channel	• 전 세계 어디서든지 건강/보안 상 이슈 발생 시 전문 의료진 상담 및 긴급 지원 서비스를 받을 수 있음
	직원의 건강을 생각하는 Green Café	• 바리스타가 내리는 신선한 커피부터 생과일 음료, 한방음료까지, 건강 음료를 저렴한 가격에 이용 가능 • 캐주얼한 식사 지원을 위해 갓 구운 빵, 수제버거 등의 Take-out이 가능
어린이집 운영	안심하고 먹을 수 있는 B1 Kitchen	• 풍성한 샐러드는 물론, 저염/저칼로리 식사까지 직원의 건강을 고려한 식사를 매일 제공
	서울/경기 지역에 총 4개의 어린이집	• 정원 약 590여 명을 돌보는 국내 최고 수준의 어린이집을 운영 중
가족 케어	국내 최고 수준의 상해보험 및 종합검진 서비스	• 나와 배우자, 부모님과 배우자의 부모님, 자녀, 형제자매까지 상해보험 혜택을 받을 수 있음 • 종합검진은 매년 지원되며, 본인 외 꼭 필요한 가족 1명도 격년으로 지원 중
	가족 초청 프로그램 ‘Open Saturday’	• 부모님, 자녀들을 내가 일하고 있는 사옥에 초대해서 함께 재미있는 프로그램에 참여하고 회사 문화를 경험하며 좋은 추억을 만들 수 있도록 지원
휴가 지원	입사 후 2년이 지나면 15일의 리프레시 플러스 휴가 발생	• 입사 후 2년이 지나면 첫 리프레시 플러스 휴가 15일이 주어지며, 발생 후 3년 이내에 최대 3회에 걸쳐 휴가를 사용할 수 있는 제도
	육아서비스 및 특별 휴가	• 가족 돌봄 휴가를 자녀양육을 사유로 연간 10일 사용 가능
	다양한 최고급 휴양 시설 이용 지원	• 회사 직원만 전용으로 사용할 수 있는 전국 곳곳의 고급 전용 휴양 시설을 매달 추첨을 통해 저렴한 비용으로 이용 가능

¹⁾ 가족의 질병/사고/노령, 본인 질병/사고, 은퇴준비, 학업기간

미래역량 개발과 기술 혁신

네이버는 기술 플랫폼으로의 진화를 위해, 그리고 사람과 공간, 정보의 연결을 위해, 새로운 미래를 열어갈 첨단기술 개발과 기술기업에 대한 투자를 확대하고 있습니다. 기술로 상상하고 기술로 도전하여 풍요롭고 더 나은 미래를 준비합니다.

네이버의 미래 기술 투자와 연구 생태계 구축

네이버는 미래 기술 확보를 위해 2017년 1월 R&D 전문 자회사 네이버랩스를 출범해 한국과 유럽의 우수한 연구자들이 함께 AI, 로보틱스, 자율주행, 3D/HD 매핑, AR 등의 연구에 매진하고 있습니다. 가장 독창적이며 앞선 기술력을 통해 사람, 머신, 공간, 정보를 연결할 네이버 플랫폼의 미래를 준비하는 것이 네이버랩스의 미션입니다. 또한, 기술 스타트업 액셀러레이터인 네이버 D2SF를 통해 뛰어난 기술력과 성장 가능성을 지닌 기술 스타트업에 대한 투자를 확대하고 있으며, MIT, 카이스트와 같은 국내외 유수의 대학과의 산학협력을 강화하여 혁신기술 R&D 생태계 구축에 기여하고 있습니다.

2019년에는 아시아와 유럽을 잇는 인공지능 기술 네트워크인 '글로벌 AI연구 벨트' 구축 계획을 발표하며 네이버를 중심에 둔 기술 연구 네트워크로서 AI 연구개발에 새로운 글로벌 패러다임을 만들어 나갈 것으로 기대됩니다.

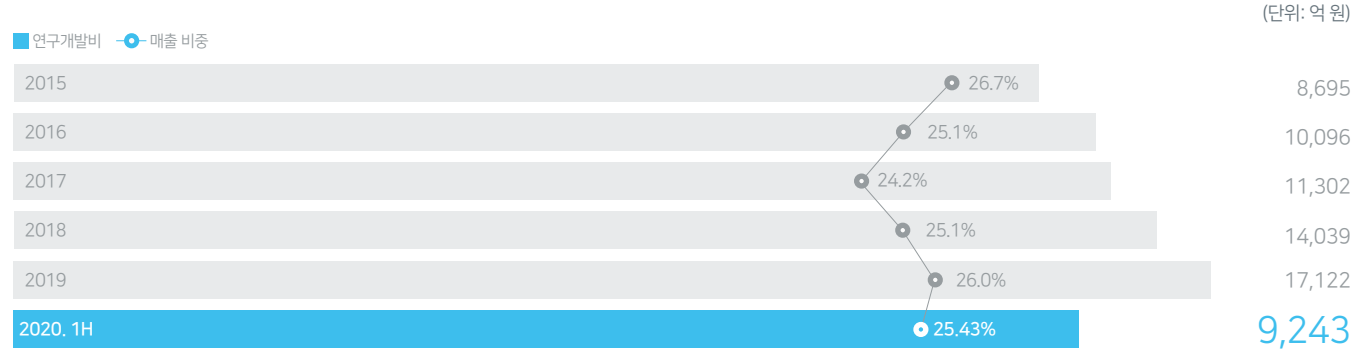
네이버랩스

네이버가 꿈꾸는 미래도시 'A-City'

A-CITY는 네이버랩스의 기술로 도전하는 미래 도시상입니다. 도심의 각 공간들을 다양한 자율주행 머신들로 연결하고, 인공지능이 방대한 데이터를 분석해 예측하며, 공간 데이터를 정보화하고 업데이트하여 배송과 물류 등의 서비스들까지 자동화되는 도시입니다. 이를 위해 네이버랩스는 도시를 구성하고 있는 다양한 공간의 데이터를 모아 머신들을 위한 고정밀 지도를 만들고, 장소/환경/목적에 따라 변용 가능한 지능형 자율주행 머신 플랫폼을 개발하고 있습니다. 핵심 기술을 고도화하고 미래 기술 리더십 확보를 통해 A-CITY라는 미래 도시상을 앞당기고 있습니다.

2021년 완공 예정인 네이버 제2사옥은 로봇 친화형 빌딩으로 A-CITY의 첫 번째 레퍼런스 공간이 될 예정입니다. 새로운 사옥 구축을 위해 5G 브레인리스 로봇, AI, 클라우드 등 네이버의 미래를 이끌 최첨단 기술이 융합되고 있습니다.

매출액 대비 연구/개발비 비중



Autonomous Everywhere, Everything, Everyday

EVERYWHERE
도심의 모든 고정밀 데이터를 통합 (실내, 보도, 차도)

EVERYTHING
장소·환경·목적에 따라 변용 가능한 지능형 자율주행 머신 플랫폼 개발

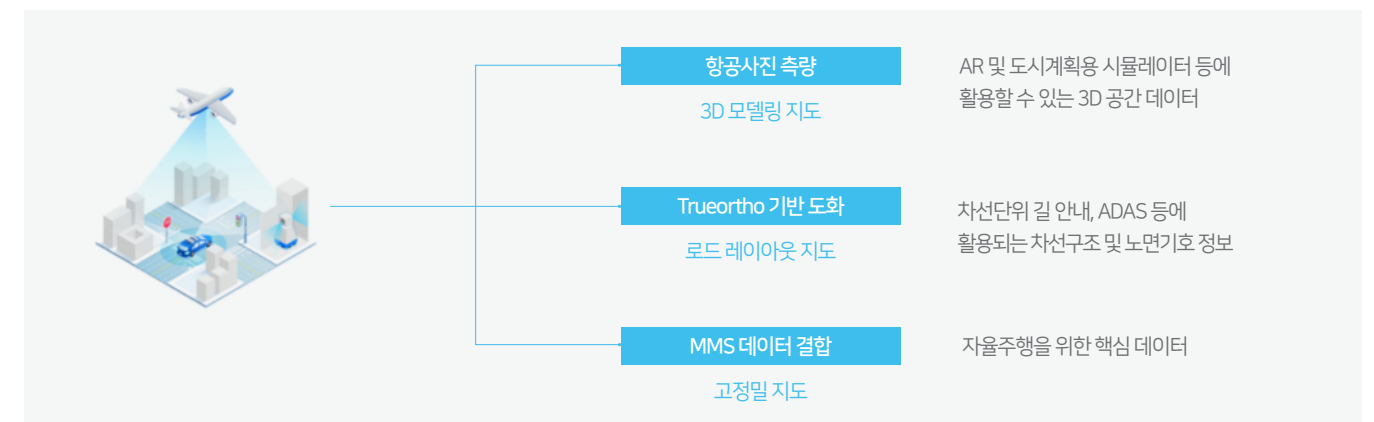
EVERYDAY
일상 공간에서 사람들과 인터랙션하며 서비스를 제공

네이버랩스 하이브리드 HD 매핑 기술

네이버랩스는 로드 레이아웃을 비롯한 고정밀 공간 데이터 구축을 위한 독자적인 기술을 가지고 있는데, 항공사진과 MMS(Mobile Mapping System, 도로 주행 매핑 장비) 수집 데이터를 융합하는 방식의 하이브리드 HD 매핑 기술입니다. 항공사진에서 추출한 3D 모델링, 차선과 노면기호를 추출한 로드 레이아웃, 그리고 MMS 데이터까지 결합한 HD 맵까지 3가지 형태의 결과물을 제작할 수 있습니다. 각각의 데이터는 디지털 트윈(Digital Twin)¹⁾, 정밀한 길 안내, 자율주행 등 여러 목적으로 활용될 수 있습니다.

또한 네이버랩스는 2019년부터 판교, 상암, 여의도, 마곡 등의 자체 제작 HD 맵 데이터셋을 차례로 국내 연구 기관에 무상 배포하였습니다. 자율주행 연구에 HD 맵 데이터는 매우 중요합니다. 해당 데이터를 활용해 알고리즘 개발과 검증 속도를 높일 수 있기 때문입니다. 비슷한 연구를 진행하는 학계와 스타트업의 동반 성장을 위하여 정밀지도 데이터 일부를 무상으로 제공하기로 결정했으며, 이는 국내 민간 기업으로는 처음입니다.

¹⁾ 현실 공간 데이터로 가상공간에 동일 환경 구축



네이버랩스의 주요 미래기술 소개

매핑 로봇 M1	실내 공간의 3차원 고정밀 지도를 제작하는 매핑 로봇을 통해 다양한 위치 기반 서비스의 핵심 데이터로 사용
하이브리드 HD 매핑	자율주행 머신을 위한 도로 HD 맵을 제작하는 독창적인 솔루션. 도심 단위 대규모 지역을 촬영한 항공사진 이미지에서 도로 면의 레이아웃 정보를 추출하고, 자체 개발된 MMS(Mobile Mapping System)인 R1이 수집한 데이터를 유기적으로 결합하는 방식으로 광대한 영역의 HD 맵을 빠르고 정확하게 제작
ACROSS 프로젝트	다수의 차량에 장착한 매핑 디바이스로 도로 레이아웃(차선 정보, 정지선 위치, 도로 마커 등)이나 3차원 정보(교통 표지판, 건물, 신호등, 가로등 등)의 변화를 감지하여 최신 정보로 HD 맵을 업데이트하는 기술
VL(Visual Localization) 기술	이미지를 분석해 현재 위치를 인식하는 기술로, GPS가 통하지 않는 실내에서도 아주 정밀하게 현재 위치를 알 수 있음. M1이 촬영한 3D 데이터에서 특징점을 추출하고 비교해 위치를 인식하는 솔루션으로 최고 수준의 글로벌 경쟁력을 가짐
AROUND 플랫폼	자율주행 서비스 로봇 대중화를 목표로 네이버랩스가 개발한 독자적인 솔루션. 지도 생성, 위치 파악, 경로 생성, 장애물 회피 등의 핵심 기능을 직접 수행해야 하는 기존의 자율주행 로봇과는 달리, 저가의 센서와 낮은 프로세싱 파워만으로 정확도 높은 실내 자율주행을 구현함
5G 브레인리스 로봇 기술	5세대 이동통신의 초저지연 성능을 활용해 로봇 자체의 고성능 프로세서 없이도 통신망에 연결해 정밀한 로봇 제어를 할 수 있는 기술
ALT 프로젝트	도로 위에서의 측위, 인지, 플래닝과 컨트롤에 이르는 모든 영역의 자율주행 기술을 고도화하고 있으며, 사용 목적에 따라 다양하게 커스터마이징 가능한 도로 자율주행 로봇 플랫폼을 개발

AI·로봇 기술 고도화

네이버랩스는 일상 공간에서 사람들과 공존하며 도움을 줄 수 있는 로봇틱스 기술 개발에 집중하고 있습니다. 2019년 새롭게 선보인 'AROUND C'는 사람과 로봇의 상호작용을 검증하기 위해 개발된 카페 딜리버리 로봇으로 사람과의 심리적 안전거리를 유지하며 자연스럽게 이동하는 기술과 빠르고 편안한 비언어적 소통 방식이 특징입니다. 한국 기술교육대학과 산학협력으로 개발한 로봇팔 'AMBIDEX'는 공장의 로봇팔과 달리 와이어 구조의 혁신적인 동력 전달 메커니즘으로 사람과 안전한 인터랙션이 가능합니다.

네이버랩스는 CES 2019에서 세계 최초로 5G 브레인리스 로봇 시연에 성공한 바 있습니다. 이는 로봇의 두뇌 역할을 하는 컴퓨터를 클라우드로 옮기고 5G 네트워크로 연결하는 기술입니다. 다수의 로봇을 동시에 제어할 수 있어 제작 비용을 효과적으로 줄일 수 있고, 클라우드가 로봇의 두뇌 역할을 대신하기 때문에 크기가 작으면서 지능도 뛰어난 로봇을 만들 수도 있습니다.

또한 네이버랩스는 이러한 AI, 로봇 기술을 바탕으로 네이버 클라우드와 5G 네트워크 기반의 멀티 로봇 인텔리전스 시스템 ARC를 개발하고 있습니다. AI, Robot, Cloud의 약자인 ARC에는 로봇과 사람의 공존을 위해 필요한 최신 알고리즘과 고정밀 데이터가 담겨있습니다. 초저지연 네트워크를 통해 ARC에 연결되는 것만으로 수많은 로봇들이 동시에 똑똑해질 수 있으며, 공간 및 서비스 인프라와 실시간으로 연동되어 로봇과 사람 사이의 모든 온-오프라인 환경을 이해하고 관리할 수 있게 됩니다. ARC는 네이버 제2사옥에 적용되어 첫 상용화될 예정입니다.



클라우드 기반 서비스 로봇 플랫폼 AROUND와 매핑 로봇 M1

혁신 생태계 조성

D2 Startup Factory

네이버 D2 Startup Factory(네이버 D2SF)는 2015년 5월 설립한 네이버의 기업형 액셀러레이터입니다. AI, 로봇틱스, 핀테크, 커머스, 모빌리티, 디지털 헬스, 뷰티, 에듀, AR/VR 분야 등의 분야에서 뛰어난 기술력을 지니고 있는 스타트업에 투자하며, 네이버와 함께 전략적으로 성장할 수 있는 방안을 모색합니다. 투자 자금 외에도, 전용 업무 공간, 클라우드 인프라, 홍보/마케팅 및 후속 투자유치 지원 등 네이버의 역량과 노하우를 활용해 다양한 액셀러레이팅 프로그램을 제공합니다. 네이버 D2SF는 설립 이후 기술 스타트업 58팀에 투자했으며, 이 중 57%가 네이버와의 협력 프로젝트를 진행 또는 검토 중에 있습니다. 31팀이 후속 투자유치에 성공하는 한편, 3팀은 네이버 및 관계사가 직접 인수했습니다.

네이버 D2SF는 직접 투자한 스타트업들이 그동안 일궈낸 성과와 향후 비전을 공개하는 자리인 데모데이, 기술 스타트업의 고민과 문제 해결 경험을 공유하는 장인 TECH MEETS STARTUP 콘퍼런스를 개최하여 네이버 D2SF를 중심으로 기술 스타트업 커뮤니티를 구축해 나가고 있습니다. 서울 강남역 인근에 위치한 네이버 D2SF 공간은 70여 팀의 기술 스타트업이 입주해 성장한 곳이자, 650여 건의 기술 스타트업 이벤트가 열린 허브입니다. 또한, 2016년부터 매 학기 캠퍼스 기술 창업 공모전을 열어 잠재력 있는 학생 창업팀의 성장을 돕고 있습니다. 2016년부터 지금까지 44팀이 캠퍼스 기술 창업 공모전을 거쳐갔고, 그중 15팀이 법인 설립 및 투자 유치에 성공했습니다. 선진적인 시도와 다양한 기술 지원 노력에 힘입어 네이버는 2019년 국내 창업자 대상 설문 조사¹⁾에서 스타트업에 가장 적극적인 기업으로 3년 연속 1위로 선정되었으며, 가장 선호하는 창업 기관 1위의 자리를 2년 연속 차지하였습니다.

¹⁾ 오픈서베이와 스타트업얼라이언스가 공동 조사해 매년 발표하는 '스타트업 트렌드 리포트'



D2 Startup Factory

CASE STUDY

서울시 전역 도로 정보 2,092km 로드 레이아웃 제작 및 HD 맵 데이터셋 무상 배포

네이버랩스는 독자적인 솔루션을 통해 서울시 전역의 4차선 이상 도로에 해당하는 2,092km의 로드 레이아웃 지도를 2019년 말 제작 완료했습니다.

아주 정밀한 차선 구조와 노면 기호 정보를 담고 있어, 도로 단위가 아닌 차선 단위의 길 안내와 도로 정보 제공까지 가능합니다. 이처럼 대도시 규모의 정밀한 로드 레이아웃을 제작한 것은 큰 의미가 있습니다. 앞으로의 도로/도시 정보화를 위해 반드시 필요한 기술입니다. 자율주행 시대를 앞당기기 위해서도 중요하지만, 도로 위의 안전하면서도 편리한 정보와 서비스 제공에도 다양하게 활용될 수 있습니다.



AI 산학협력

네이버는 글로벌 경쟁력의 원천인 AI 기술의 발전과 기술 생태계를 더욱 강화하기 위해 다양한 산학연구개발 협력을 이어가고 있습니다. 네이버 AI 콜로키움은 네이버가 주최하는 대표적인 대규모 AI 산학 학술 행사로서, 국내외 AI 연구자들을 초청해 네이버가 연구 중인 AI 기술과 실제 서비스 적용 노하우를 공유하고 토론하는 자리입니다. 2019년에는 52개 국내외 대학에서 370여 명의 AI 분야 교수와 대학원생들이 참여하여 AI 기술을 주제로 다양한 논의를 진행하였으며, 현업의 개발자들과 콜로키움에 참석한 차세대 AI 연구자들과의 활발한 교류가 있었습니다.

또한, 네이버는 2020년 5월 네이버 클라우드, 한국과학기술원(KAIST)과 인공지능(AI) 전문 인력 양성 및 기술 저변 확대를 위한 업무 협약(MOU)을 체결했습니다. 본 협약을 통해 네이버는 KAIST 전산 학부에 쇼핑 이미지 및 질의응답 데이터와 클라우드 머신러닝 개발 플랫폼을 제공해 과제·연구 개발에 활용할 수 있게 할 예정이며, KAIST 전산 학부 학생들을 대상으로 한 네이버 연구원들의 기술 강연도 진행할 계획입니다.

국내 최대 개발자 컨퍼런스 'DEVVIEW'

2006년 NHN의 사내 기술 행사로 시작한 DEVVIEW는 2008년 모든 개발자들에게 개방된 이후, 탁월함을 추구하며(Excellence), 지식을 나누고(Sharing) 이를 통해 함께 성장해 나가자는(Growth) 네이버의 핵심가치를 반영하며, 명실상부한 국내 최대 규모이자, 최고 수준의 개발자 콘퍼런스로 자리매김했습니다. 네이버는 머신러닝, 딥러닝, IoT, VR, 로봇틱스 등 지금은 대중화된 기술들을 DEVVIEW를 통해 앞서 제시해 왔으며, DEVVIEW에서 발표된 기술은 빠르게 변화하는 트렌드를 반영하여 미래기술을 가늠할 수 있게 합니다. 또한, IT 분야의 최신 기술과 트렌드 뿐만 아니라 오랜 시간 축적된 개발자들의 실무 경험과 노하우를 공유하여 고민을 나누고 더 큰 기술적 성장을 도모하는 것을 목표로 합니다.

2020 DEVVIEW는 11월 말 온라인 라이브로 3일간 진행되었으며, 역대 가장 많은 81개의 발표를 선보였습니다. 아울러, 중고급 개발자를 대상으로 하였던 기존 발표보다 더 다양한 체험형 프로그램 형태로 구성된 주니어를 위한 세션도 추가되어 진행되었습니다.

네이버 D2SF 주요 성과



* 2020년 9월 말 기준

CASE STUDY

글로벌 무대에서 AI 칩 경쟁력 과시한 '퓨리오사AI'

퓨리오사AI는 국내에서 희귀한 AI 반도체 스타트업으로, 데이터 센터와 자율주행 서버에서 AI 성능을 향상시킬 수 있는 반도체를 개발합니다.

최근 한국 기업으로는 유일하게 글로벌 AI 칩 벤치마크 테스트 'MLPerf'에 참가해, 경쟁력 있는 성능 지표를 인정받은 바 있습니다. 2017년 4월 당시 3명의 멤버로 창업한 퓨리오사AI는 같은 해 4월 네이버 D2SF로부터 첫 투자를 유치해, 현재 25명 규모의 팀으로 성장했습니다. 2019년 11월에는 네이버 D2SF 외 DSC인베스트먼트, 산업은행 등 80억 원 규모의 후속 투자를 유치하는데 성공하며, 차기 AI 성능을 고도화할 수 있는 반도체 개발에 주력하고 있습니다.



프로젝트 꽃

프로젝트 꽃은 SME와 크리에이터의 가치를 발견하고 지속가능한 성공을 응원하는 네이버의 핵심 캠페인입니다. 나아가 개인의 도전과 성공을 기반으로 우리 경제에 분수 효과를 창출하고자 하는 네이버의 사업 철학이자 약속입니다.

네이버 프로젝트 꽃

네이버의 플랫폼을 통해 콘텐츠를 생산하는 개개인의 성장은 더 많은 이용자와 양질의 콘텐츠를 연결하는 기반이 됩니다. 이에, 네이버의 개발자, 기획자, 디자인 설계자들은 그 기반을 견고히 하여 건강한 선순환이 이뤄질 수 있도록, 콘텐츠 생산자의 도전과 성장을 지원하는 프로젝트 꽃을 시작하였습니다. 프로젝트 꽃은 네이버가 가장 잘 할 수 있는 것, 플랫폼과 기술로 개인의 역량과 개성을 꽃피우게 하겠다는 네이버의 다짐입니다. 꽃이란 명칭에는 작은 개인들이 자신의 가치를 발견하고, 누군가에게 의미 있는 존재가 되어 꽃피울 수 있도록 도움이 되고 싶은 마음이 담겨있습니다. 그리고 꽃의 아이덴티티 컬러는 '기적, 불가능한 일을 이룬다'는 푸른 장미에서 모티브를 따왔습니다. 기술로 세상에 없던 푸른 장미를 만들어 낸 것처럼, 네이버의 기술로 개개인들이 자신의 한계를 넘어 성장할 수 있는 발판이 되어드리고자 합니다.

프로젝트 꽃은 파트너의 성장, 문화예술 창작, 미래세대 디지털 교육, 기부와 같은 공익 활동을 아우르며, 다양한 사회적 가치를 창출하고 있습니다. 네이버 분수 펀드는 프로젝트 꽃과 기부금 집행 시 필요한 자금 지원을 목적으로 2017년 조성되었으며, 국내 최고 수준의 기부금 규모를 유지하며 SME와 크리에이터 및 사회공헌 활동에 기여하고 있습니다.

분수펀드 규모



공정거래 질서 확립 노력

구분	세부 내용
전자구매시스템 운영	네이버는 경쟁 입찰을 원칙으로 거래회사를 선정하며, 구두 발주/부당한 발주 취소 등을 사전에 예방하고, 거래의 투명성 및 공정성을 확보하기 위해 입찰 단계부터 계약, 대금 지급에 이르기까지 거래 전 과정을 전자구매시스템을 통해 진행
4대 실천사항 준수	합리적이고 공정한 하도급 거래 관행 구축을 위하여 공정거래위원회가 제정한 '하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항(계약 체결, 파트너 선정 및 운용, 내부 심의위원회, 서면 보존 및 발급)'을 도입하여 준수
파트너 의견 청취 채널 운영	거래회사 및 제안 참여사를 대상으로 설문을 진행하여 의견을 청취하는 VoP(Voice of Partners) 제도 운영 파트너 프로그램 및 상생 협력 요청/제안 창구인 파트너스 라인 채널 운영 구매 계약 시 발생한 분쟁에 대한 조정을 신청할 수 있는 분쟁조정 창구 운영 신고 및 상담 창구인 기업윤리 상담센터 운영

공정한 거래와 파트너 지속가능성 제고

네이버는 파트너와의 합리적이고 공정한 거래를 실천하기 위해 거래 전 과정에 걸쳐 전자구매시스템을 활용하고, 공정거래위원회가 제정한 '하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항'을 도입하여 준수하고 있습니다. 또한, 공정거래 관련 구매 담당자(월 1회)와 전자 임직원(반기 1회)을 대상으로 사내 공지를 시행하고 있으며, 기타 협력사 접점부서 대상 부정기 교육을 진행합니다. 아울러, 파트너 의견 청취 채널과 제보 채널을 운영하여 파트너의 목소리에 귀 기울이고 지속적으로 개선 방안을 마련해 나가고 있습니다.

네이버는 '파트너의 성장이 곧 네이버의 성장'이라는 신념 아래, 동반성장 생태계 확장을 위해 노력하고 있습니다. 특히, 주요 파트너인 소규모 IT기업의 자생력 제고와 파트너사 임직원 복리후생 강화에 초점을 두고 경영, 교육, 복리후생, 판로지원 등 차별화된 파트너 지원 프로그램을 제공하고 있습니다.

경영 활동 지원 차원에서는 2019년 15개 파트너사에게 컨설팅을 제공하고 172억 원 규모의 상생펀드를 조성하여 시중보다 낮은 금리로 대출을 지원하였습니다. 이에 더해, 중소 파트너사의 해외 판로 개척을 지원하여, 2019년 51개 중소 파트너사가 총 685억 원의 매출을 확대하는데 기여하였습니다. 교육 지원 차원에서는 파트너사 임직원을 대상으로 온/오프라인 교육과정을 제공하고, 파트너사 임직원 자녀 교육 지원의 일환으로 초·중학생 소프트웨어 코딩 교육을 운영하고 있습니다.

나아가 파트너사 임직원 및 가족의 복리후생 증진을 돕기 위해 건강검진 프로그램 제공, 장례용품 등을 지원하고 있습니다. 이러한 네이버의 적극적인 파트너 상생을 위한 노력은 대외적으로도 인정받아 2016년부터 4년 연속으로 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받아 최우수 명예기업으로 선정된 바 있습니다.

이러한 네이버의 동반성장 활동은 공정거래위원회로부터 공정거래위원회 공정거래 협약이행 모범사례, 동반성장 우수사례로 선정되기도 했으며, 중소벤처기업부와 동반성장위원회가 주관한 2019년 동반성장주간 기념식에서 '자발적 상생 협력(단체) 부문 대통령 표창도 수상하였습니다.

지원 프로그램 및 동반성장 활동

수혜 대상	지원 내용	주요 프로그램	
구매 공급사	상대적으로 영세한 구매 공급사의 자생력 제고를 위한 경영, 교육, 복리후생 지원	경영 지원	구매 대금 10영업일 이내 100% 현금 지급 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급 노무/법률/세무 온라인 상담 무료 제공 172억 원 규모의 상생펀드 조성하여 대출 금리 지원 파트너-해외법인간 직접 계약을 통한 SME의 해외 판로 지원 활동 전개 동반성장협약사 대상 생산성 혁신 및 전문 경영 컨설팅 제공 중소벤처기업부 주관 민관공동기술개발사업 참여 (중소파트너사의 기술개발 관련 사업비 지원) 동반성장협약사 보증보험 수수료 지원 동반성장협약사 기술임치 수수료 지원
		교육 지원	파트너 임직원을 대상으로 매월 오프라인 교육 및 상시 온라인 교육과정(법정 필수 교육 포함) 제공
		복리후생 지원	네이버 임직원 적용단가와 동일 단가로 이용할 수 있도록 복리후생 프로그램(건강검진, 독감백신, 업무노트세트 등) 지원 장례 발생 시 장례용품 지원 자사 사업장 상주 파트너사 임직원 대상 식대 지원
			검색광고, 공식대행사 전문채용관 운영을 통한 채용 지원 검색광고 공식대행사 네이버클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공 SME 온라인 판로 지원: 서울산업진흥원 등 7개 지역 별 기관 추천을 받은 SME 대상 교육, 무료 배너광고 노출, 소핑 수수료 면제 혜택 제공
검색광고, 소핑입점 SME 대상	교육/컨설팅/마케팅 비용 지원 및 입점수수료 감면 등을 통한 초기 온라인창업자 자생력 제고	시작부터 성공까지 성장 단계별 온라인 사업자를 지원하는 'D-커머스' 프로그램 운영: 교육, 수수료 면제, 마케팅 재원, 컨설팅 등 체계적인 성장 프로그램 제공 네이버 파트너스퀘어 운영: SME/창작자 온라인 판로 지원과 성장을 위한 다양한 교육을 제공하고, 영상/오디오 스튜디오 및 업무공간 무상 제공 파트너스퀘어 TV: 매월 정기적으로 운영하는 파트너스퀘어 온라인 라이브 강의 진행, 분야 별 전문가가 다양한 주제로 라이브 강의 제공	
스타트업	전용 업무공간/개발 인프라 지원 및 투자유치 지원을 통한 기술 스타트업 성장 지원	기술 스타트업 지원투자 및 투자 유치 지원 기술 스타트업 대상 업무 공간 및 네이버 클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공 스타트업 판로 확대를 위한 컨퍼런스, Meet up 행사 등 주최	
		SME, 창작자 대상	백반워크, 디자이너윈도, 이름을 불러주세요 등 '프로젝트 꽃'을 통한 SME/크리에이터 지원 신진 디자이너 판로 지원을 위하여 오프라인 팝업스토어를 운영하는 '디자이너 윈도 팝업 스토어' 행사 진행 청년사업자 성장 스토리를 웹툰과 애니메이션으로 제작하여 홍보하고 특별기획전을 통해 다양한 제품을 소개하는 '이름을 불러주세요' 캠페인 진행 (현재 시즌4까지 진행) 지역 별 소규모식당 지원 프로그램 '백반워크' 진행 (강릉, 서울, 경기, 광주 등)

네이버는 파트너와의 투명하고 공정한 거래를 위해 윤리실천강령을 명시한 윤리실천협약에 이어, 파트너 지속가능성 제고를 위한 지속가능 경영실천협약서를 신규로 추진하여 2020년 10월부터 구매 계약서에 부속문서로 추가하는 시스템을 마련하였습니다. 네이버의 사업 특성상 일회성이거나 비반복적 성격의 소규모 파트너가 많은 점을 고려하여, 1단계는 계약서 내 인권, 안전, 환경, 윤리 네 가지 분야를 중심으로 주요 원칙을 명시하고 파트너와의 공동 노력을 확대할 예정입니다. 향후 장기적이고 지속적인 계약 관계의 파트너를 대상으로 셀프 체크리스트, 리스크 평가 등의 도입을 검토하여 보다 고도화된 체계를 구축해 나갈 계획입니다.

D-commerce

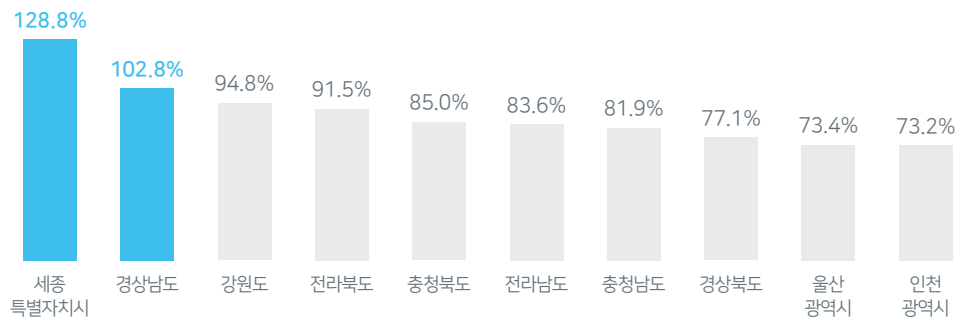
스마트스토어

네이버는 여러 가지 톨과 기술 기반으로 쇼핑물 솔루션 스마트스토어를 운영하여 SME와 이용자들이 직접 연결될 수 있도록 하는 한편, 인력과 시간이 부족한 SME의 효과적인 매출 증가를 지원하고 있습니다. 구체적으로는 고객문의 자동 응답 도구인 '네이버 톨톡(쇼핑챗봇)', 고객의 취향을 파악해 작은 쇼핑물의 상품도 보여주는 딥러닝 쇼핑 추천 기술인 'AIITEMS(에이아이템즈)', 그리고 판매자에게 스토어 운영, 마케팅 전략 등 빅데이터 분석을 기반으로 필요한 정보를 제공해 주는 데이터 통계 및 분석 도구인 '비즈 어드바이저(Biz Advisor)'를 제공하고 있습니다.

이에 따라 스마트스토어는 기존에 쇼핑물이 없는 사업자나 사업 경험이 없는 개인도 네이버의 다양한 솔루션을 활용하여 쉽게 쇼핑물을 개설할 수 있으며, 오프라인 매장을 보유한 사업자의 경우 온라인 플랫폼에 입점하여 상품 노출 및 브랜드 인지도 강화 혜택을 받고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 스마트스토어에서 2020년 1월에서 6월 말까지 매출이 발생한 판매자 중 가입 후 1년 이하의 창업 초기 판매자의 비중이 48%를 차지하고 있는 것으로 확인되었습니다. 또한, 네이버 스마트스토어에서 개인판매자 및 연매출 3억 원 미만의 영세사업자들은 스마트스토어 전체 성장 속도보다 빠르게 성장하고 있습니다. 2020년 상반기 전체 스마트스토어 거래액은 전년 대비 약 60% 성장했으나, 연 매출 3억 원 미만 사업자의 거래액 전체 성장률은 이를 훨씬 상회하는 약 90% 이상의 성장률을 보이며, 스마트스토어 전체 성장을 견인하고 있습니다.

나아가 네이버 스마트스토어 내 비수도권 지역의 디지털 성장이 부각되고 있습니다. 2020년 상반기 기준, 전년 동기 대비 전 지역 평균 성장률은 68.8%입니다. 이를 상회하는 높은 성장률을 기록한 판매자 거점 지역은 세종시, 강원도, 경상도, 전라도, 충청도, 울산시 등 대부분 비수도권 지역입니다. 스마트스토어를 통해 앞으로 더 많은 지역 SME들이 물리적 거리의 제약을 극복하고, 다양한 소비자를 만나 디지털 성장을 경험해 나갈 것으로 기대됩니다.

지역별 연간 매출 성장률



* 2020년 상반기 기준

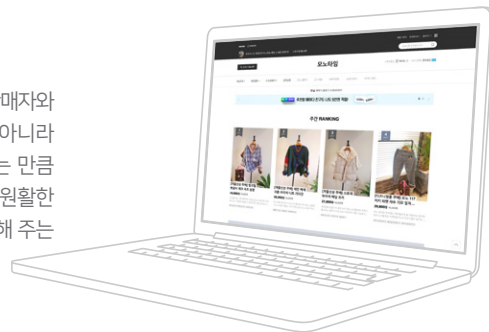
CASE STUDY

스타일윈도

(모노타임 김미자 대표 인터뷰)

2015년부터 스타일윈도의 플랫폼을 활용하기 시작하였으며, 충남에서 오프라인 로드숍을 단독으로 운영할 때 대비 약 50배의 매출 증가를 이루었습니다.

또한, 직원 수도 10배 가까이 증가하여 전체적으로 사업 규모가 성장하였습니다. 네이버 플랫폼의 활용은 판매자와 소비자 모두에게 이점이 있다고 생각합니다. 판매자가 지불하는 수수료가 비교적 저렴하고, 판매뿐만 아니라 구매 프로세스 역시 간편하고 효율적으로 이루어져 있는 점이 큰 장점입니다. 플랫폼 사용에 제한이 없는 만큼 다양한 고객층이 활용 가능하며 스타일윈도 플랫폼을 통해 신규 오픈, 상품 프로모션 등 고객과의 더욱 원활한 커뮤니케이션이 가능합니다. 특히, 신규 입점 판매자는 매출 확대 방안, 고객 응대 방식 등 네이버에서 제공해 주는 다양한 교육 프로그램을 활용하면 많은 도움이 되리라고 조언하고 싶습니다.



스마트플레이스/스마트어라운드

네이버의 스마트플레이스는 사업자가 지도 검색에 자신의 업체를 등록할 수 있는 무료 서비스로, 별도 사이트 구축 없이도 네이버 예약, 시콜, 톨톡, 테이블 주문과 같은 네이버 스마트 톨을 활용하여 가게 정보와 예약/리뷰 서비스 등을 통합적으로 관리할 수 있게 지원하고 있습니다. 이를 통해 네이버 스마트어라운드(내 주변 맛집/가볼 만한 곳 찾기), 통합검색, 지도, 내비게이션 등 매일 3천만 명이 방문하는 네이버의 다양한 서비스에 노출될 수 있는 기회가 제공되고, 이용자는 주변 맛집, 카페, 약국, 편의점 등 필요한 정보를 쉽게 검색하여 찾아볼 수 있습니다.

스마트어라운드는 AI 기반의 장소 추천 시스템으로, AIRSPACE(에어스페이스: AiRS + Place And Context Embedded)를 적용하여 이용자와 SME를 더욱 긴밀하게 연결해 주는 서비스입니다. 이용자가 검색하는 시점에 맞춘 주변 정보를 최적으로 추천하고 SME에게는 맞춤형 무료 홍보 기회를 제공하여 잠재 고객과 보다 가까워질 수 있도록 돕고 있습니다.

파트너스퀘어

네이버 파트너스퀘어는 SME와 크리에이터의 시작과 성공을 위한 오프라인 성장 거점입니다. 지역의 다양한 SME와 창작자들이 디지털 자본을 축적하고 성공할 수 있도록 지원하여, 기술발전이 지방 소외로 이어지지 않도록 기여하고 있습니다. 2013년 5월 '파트너스퀘어 역삼'을 시작으로 오픈 후 7년간 51만 명의 사업자와 창작자를 만났습니다.

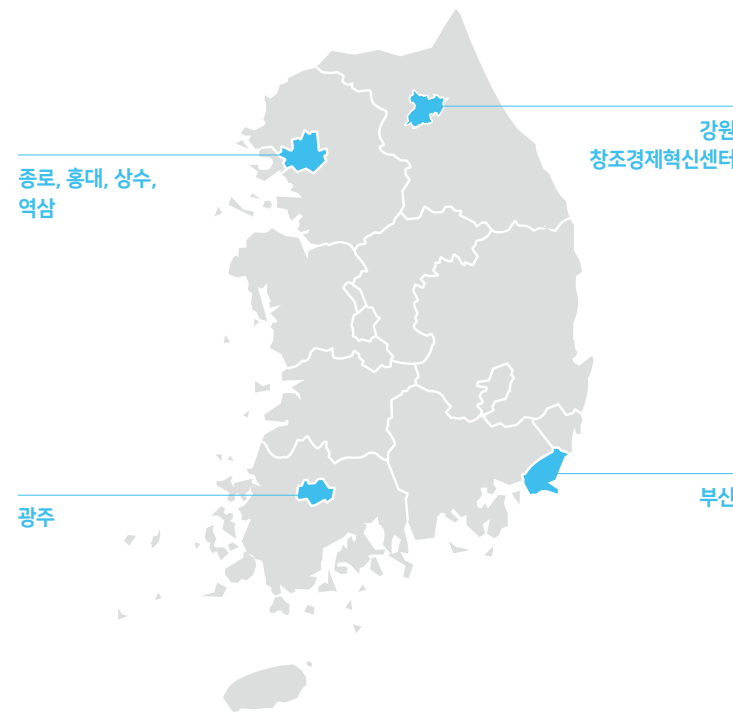
2017년 '파트너스퀘어 부산'을 오픈하여 SME를 위한 창업 교육 프로그램, 전문가 컨설팅과 더불어 창작자들이 동영상, 오디오 콘텐츠를 생산하고 활용할 수 있도록 스튜디오, 장비 대여 등을 지원하고 있습니다. 2018년 9월에 오픈한 '파트너스퀘어 광주'는 역대 최대 규모로 지어졌으며, 지역 사업자와 창업자의 의견을 공간에 반영하여 비즈니스 교육과 창작 공간만이 아닌, 창작자를 위한 아틀리에를 운영하고 교육하는 등 복합 비즈니스 문화 공간으로 자리 잡았습니다.

실제 파트너스퀘어는 해당 지역의 청년 창업과 사업자 소득 증가에도 도움이 되고 있는 것으로 나타났습니다. 국민대학교 김중성 교수 연구팀이 네이버 파트너스퀘어를 사례로 'e커머스 창업 생태계에서의 청년층 스몰비즈니스'에 대해 분석한 결과, 파트너스퀘어에서 교육 과정을 수강한 사업자는 교육을 받지 않은 사업자 대비 월평균 670만 원의 매출을 더 올리는 것(네이버 파트너스퀘어 광주 기준)으로 나타났습니다. 또한, 부산의 경우 '파트너스퀘어 부산' 설립 후 2년 동안 지역 청년 취업자가 평균 취업자 수의 약 3%인 1만 7천 명 증가한 것으로 분석되며, 광주 역시 '파트너스퀘어 광주' 설립 후 1년 동안 평균 취업자의 약 1.7% 수준인 4천 5백 명이 증가한 것으로 분석됩니다.



파트너스퀘어

파트너스퀘어 지역 별 지원 프로그램



- 2019년 **파트너스퀘어 종로**
메이커스를 위한 특화공간
파트너스퀘어 홍대, 상수
콘텐츠 크리에이터를 위한 창작공간
- 2018년 **파트너스퀘어 광주**
푸드 및 리빙 비즈니스 성장 중심
지역 쿠킹 스튜디오와 푸드 비즈니스
교육 및 창작자 아틀리에
- 2017년 **파트너스퀘어 부산**
패션 비즈니스 특화공간
- 2015년 **강원창조경제혁신센터**
2015년부터 후원 진행
- 2013년 **파트너스퀘어 역삼**
파트너스퀘어 헤드쿼터
온라인 마케팅 교육 / 스튜디오 지원

D-커머스 프로그램

D-커머스 프로그램은 데이터를 기반으로 사업자의 온라인 창업성장을 위해 사업자 니즈를 반영하여 교육 및 컨설팅과 다양한 자금을 지원하는 프로그램입니다. 사업자의 성장 단계에 따른 맞춤형 프로그램을 제공하여 SME의 성공과 그 성공이 가져올 분수 효과를 앞당기는 것을 목표로 합니다. 또한, D-커머스데이와 같이 창업 성공사례와 노하우를 공유하는 자리를 지역별로 마련하고 있습니다.

2018년 5월 시작 이래 D-커머스 프로그램 참여를 통해 수수료 지원, 컨설팅, 온/오프라인 교육 등 직접적인 지원을 받은 사업자는 51만 명에 이릅니다. 2020년에는 코로나19로 오프라인 교육이 중단됨에 따라 3월부터 네이버TV의 '파트너스퀘어TV' 채널을 활용하여 SME를 대상으로 온라인 라이브 교육을 진행하고 있습니다. 4개월간 누적 재생수가 100만을 돌파하는 등 비대면 채널을 통한 SME의 지원을 강화하고 있습니다.

특히, 2019년 6월에는 D-커머스 프로그램 1주년을 기념하여 스마트스토어 판매자들과 함께 'D-커머스데이 2019'를 개최해 프로그램의 성과를 공유하는 시간을 가졌습니다. 분석 결과, 맞춤 컨설팅이 실질적인 매출 증가에 기여도가 큰 것으로 나타났습니다. 데이터 분석 컨설팅, 검색광고 개선 컨설팅, 상세 페이지 컨설팅을 받은 사업자의 매출이 각각 41%, 28%, 19% 증가하여 그 효과성을 입증하였습니다.

D-커머스 프로그램은 창업 초기 단계의 사업자를 대상으로 1년간 매월 500만 원까지 순 결제 금액의 결제수수료를 받지 않는 '스타트 제로 수수료'로 사업 안정 확보를 지원하고 있으며, 월 거래액 200만 원 이상인 성장 단계 사업자의 경우, 마케팅 비용을 지원하는 '성장포인트' 시스템을 운영하고 있습니다. 나아가 사업 확장 단계의 사업자를 대상으로 선정산 제도인 '퀵에스크로' 서비스를 운영하여 판매 대금 정산 기간을 단축해 현금 유동성을 확보할 수 있게 돕고 있습니다.



D-커머스 리포트

네이버 D-커머스 리포트 2020

D-커머스 프로그램 지원 내용

창업 성장을 위한 전문자 지원

교육

스마트스토어를 통해 창업을 쉽게 시작하고, 잘 운영하며 성장할 수 있도록 다양한 온/오프라인 교육 제공

- 1 기본교육 스마트스토어로 창업하기
- 2 심화교육 스마트스토어로 성장하기

컨설팅

성장포인트를 받은 사업자를 대상으로 개별 사례에 대해 전문가의 컨설팅 제공

스마트스토어 사업자 (성장포인트 수령 사업자 대상) ↔ 온라인 컨설팅 및 스페셜 미팅 ↔ 분야별 전문가 (판매 콘텐츠 / 사업운영 노하우 / 데이터 / 고객 관리 / 광고)

사업 성장 단계 별 자금 지원

스타트제로수수료 (시작 단계 사업자): 창업 초기 스마트스토어 판매자의 사업 안정을 위해 12개월간 매월 500만 원까지 순 결제 금액의 결제 수수료를 무료로 지원

성장포인트 (성장 단계 사업자): 월 거래액 200만 원 이상인 스마트스토어 판매자들의 사업성장 단계 별 마케팅 비용 지원

퀵에스크로 (사업확장 단계 사업자): 판매 대금 정산 기간을 단축해 현금 유동성을 확보할 수 있는 서비스로, 상품 발송 다음날 판매 대금의 80%를 선정산 받을 수 있음

크리에이터 그라운드

네이버웹툰

네이버의 대표적인 콘텐츠 서비스인 네이버웹툰은 2004년 서비스를 시작한 이래, 수많은 스타 작가들의 산실로 국내 웹툰 시장에서 독보적인 지위를 구축하였으며, 미국, 일본, 대만, 인도네시아, 태국 등 주요 진출 국가에서도 1위 웹툰 플랫폼으로 자리 잡으며 글로벌 시장에서 사랑받는 플랫폼으로 성장하였습니다. 2019년에는 특히 북미 지역을 중심으로 빠른 성장세를 보였으며, 그에 힘입어 2020년 9월 기준 월간 사용자 수(MAU)가 6,700만 명을 돌파하였습니다. 디지털 환경에 익숙한 Z세대의 높은 이용률을 감안할 때, 장기적으로 지속적인 성장이 기대됩니다.

네이버웹툰은 실력 있는 작가들과 함께 성장해 나가기 위한 다양한 프로그램과 더불어 한국에서 입증한 성공 모델을 현지에 특화된 사업 모델로 발전시키는 등 견고한 성장세를 이어 나가기 위해 노력하고 있습니다. 2019년 4분기에는 새롭게 프랑스어, 스페인어 서비스를 시작하여 유럽과 남미 시장을 공략할 모멘텀을 마련하였으며, 언어 추가와 더불어 국가 간 콘텐츠 교류를 확대하여 글로벌 엔터테인먼트 콘텐츠 플랫폼으로 더욱 발전해 나갈 예정입니다. 네이버웹툰 서비스가 진출한 시장에서 현지 작가 발굴과 육성에 더욱 박차를 가하여 강력한 글로벌 창작 생태계를 구축하겠습니다.

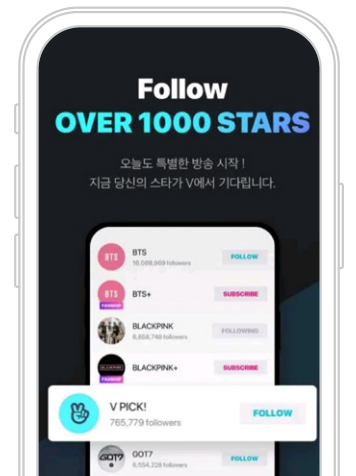
67,000,000+

글로벌 월간 사용자 6,700만 명 돌파

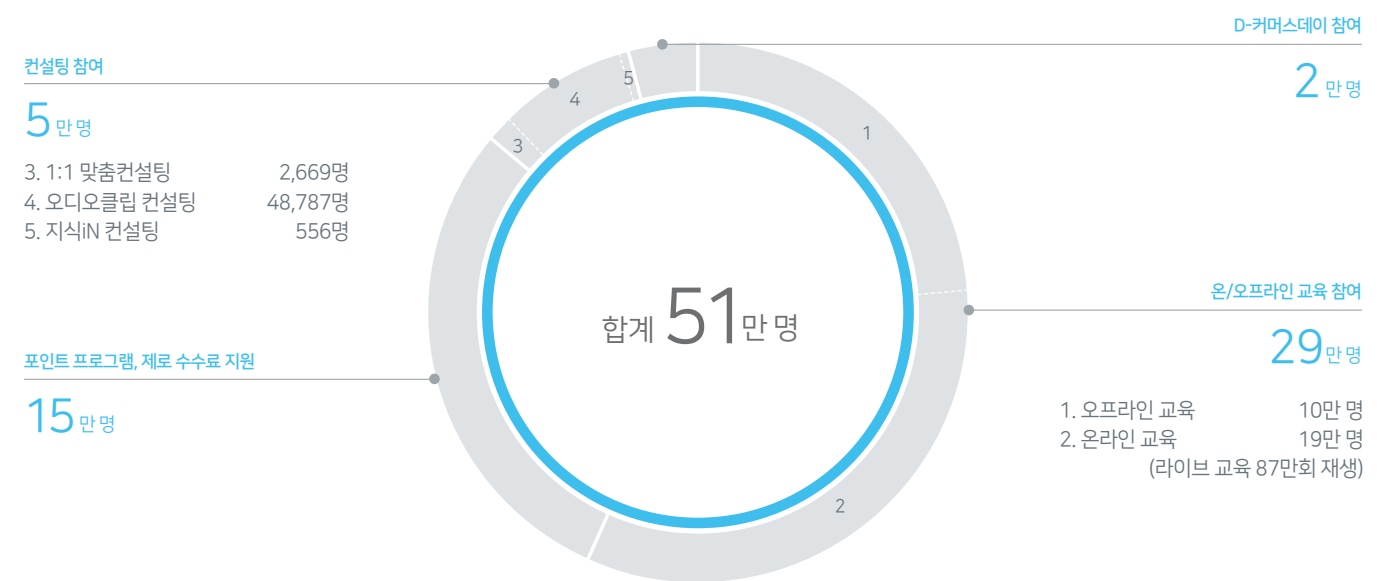
* 2020년 9월 기준

V LIVE

2015년에 론칭한 V LIVE는 스타들의 실시간 개인 방송을 볼 수 있는 라이브 동영상 플랫폼으로 시작하여, 전 세계 팬들과 스타를 연결하는 글로벌 팬 커뮤니티로 발전해가고 있습니다. 아티스트가 직접 참여하는 커뮤니티 공간에서 팬들은 아티스트와 더욱 가깝게 소통할 수 있고, 아티스트는 라이브를 비롯한 다양한 콘텐츠를 공유하면서 팬들을 직접 만날 수 있습니다. 기획사와 스타는 팬들의 팬활동 기간, 공식 팬클럽 가입 여부 등에 따라 팬들을 확인하고, 더 친밀하고 다양한 방법으로 팬들을 관리하고 케어할 수 있습니다. V LIVE에는 아이돌뿐 아니라, 뮤지션, 배우 등 다양한 분야의 셀럽들이 참여하고 있으며, 특히 COVID-19로 스타와 팬의 현장 만남이 어려운 상황에서도 언택트 환경을 통한 아티스트와 팬 간의 소통을 지원하면서 스타-팬 커뮤니티로 자리 잡고 있습니다.



D-커머스 프로그램 성과



*2018년 6월 런칭 이후, 2020년 9월 말 기준 누적 성과

V LIVE는 2019년에 현장 공연을 라이브로 제공하는 라이브 공연 상품을 선보인 바 있습니다. 이는 팬들에게는 경쟁력 있는 가격으로 안방에서 현장감 있는 공연을 즐길 기회를, 기획사와 스타에게는 추가 수익의 기회를 제공하여 기존 공연 시장의 판도를 바꾸는 첫걸음을 디딘 것으로 평가됩니다. 특히, 세계적 아이돌 그룹 BTS의 영국 웹브리 스타디움 라이브를 글로벌 독점으로 생중계하면서 전 세계 14만 명의 동시 접속자들에게 고품질의 안정적인 서비스를 제공하며 네이버의 기술 경쟁력을 인정받은 바 있습니다. 이러한 시도와 기술력을 바탕으로 2020년의 COVID-19 상황에서는 '비온드 라이브'라는 언택트 라이브 공연 상품을 통해 팬들에게 스타와의 현장 만남을 대신하는 기회를 제공하고, 기획사와 스타에게 언택트 공연을 통한 수익의 기회를 제공할 수 있었습니다. 앞으로도 V LIVE는 콘텐츠, 기술, 데이터를 아우르는 역량을 활용하여, 아티스트와 팬이 언제든지 만나고 교류할 수 있는 팬 커뮤니티 플랫폼으로서 대중문화 발전에 기여해 나가고자 합니다.

네이버문화재단

네이버문화재단은 네이버의 온라인 플랫폼을 통해 문화예술 창작자 지원과 문화콘텐츠 활성화를 목적으로 2010년 설립된 비영리 공익 재단으로, 우리 주변에 숨어 있는 문화예술 창작자를 발견하고 성장할 수 있도록 든든한 토양을 마련하기 위해 노력하고 있습니다. 실력 있는 인디 뮤지션을 발굴하고 지원하는 '온스테이지', 시대의 석학과 대중이 만나는 인문과학 강연 프로젝트 '열린연단: 문화의 안과 밖', 무료 폰트 배포를 비롯해 한글의 소중함을 알리는 한글캠페인 '네이버 한글한글아름답게'를 진행하고 있으며, 주 수혜자인 문화예술 창작자 지원에서 더 나아가 문화예술 콘텐츠 활성화를 통해 의미 있는 이용자 경험을 만드는 데 앞장 서고 있습니다.

온스테이지(ON STAGE) '온스테이지'는 2010년 론칭한 네이버 문화재단의 K-Music 지원 사업으로 국내 유일의 언더그라운드 음악 기록이자 네이버의 대표적인 창작자 지원 프로그램입니다. 2018년 8월 온스테이지의 기본 가치와 의미는 더욱 강화하면서 동시대 이용자의 목소리를 새롭게 반영하기 위해 '온스테이지 2.0'으로 진화하였습니다.

온스테이지 2.0은 원테이크 라이브 영상, 뮤지션과 아티스트의 콜라보레이션 공연 '온스테이지X', 시디팝 리메이크 프로젝트 '디깅클럽서울' 등 새로운 시도를 통해 각 프로그램의 퀄리티를 높이고 대중에게 폭넓게 다가가기 위한 홍보를 강화하는 등 언더그라운드 음악 기록으로서 최고의 권위와 신뢰를 확고히 하였습니다.

또한, SNS의 영향력으로 영상 재생수가 증가하고 해외 사용자 유입이 지속적으로 증가하면서 국내 뮤지션의 해외 홍보 채널로도 활용되고 있습니다.

2020년은 온스테이지 10주년을 맞이하여 10주년 프로젝트 '텐스테이지(10STAGE)'를 기획하였습니다. 지난 10년 동안 온스테이지가 소개해 온 뮤지션들은 약 540팀이며, 제작을 지원해 온 라이브 영상은 약 1,600개에 이릅니다. 국악, 블루스, 힙합, EDM 등 수십 개의 장르를 만나고 음악계 전문가들과 함께 쌓아온 인디음악의 기록을 다양한 방식으로 재조명하여, 뮤지션들과 팬들에게 특별한 경험을 선사할 예정입니다.



온스테이지 10년 간의 주요 발자취

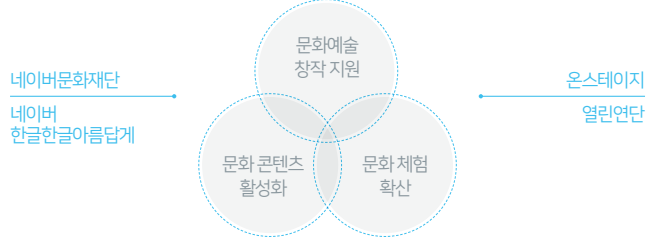
01. 10년, 약 1,600개 영상, 기록의 힘
02. 540여 팀, 제한 없는 장르 소개
03. Exclusive한 편곡, 퍼포먼스
04. 음악계 전문가들의 선정, 믿고 듣는 온스테이지
05. 고품질 라이브, 빛나는 연주자들의 세계
06. 뉴트로, 국악 열풍의 숨은 주역 온스테이지
07. 해외에서도 듣는 글로벌 온스테이지
08. 수많은 뮤지션과 뮤지션계의 긍정 피드백



10STAGE 주요 프로그램

- 이용자 사연을 20팀의 뮤지션이 음악으로 만드는 [나에게 온스테이지]
- 1,600여 개 영상 중 의미 있는 영상을 전문가 추천과 이용자 투표로 만나보는 [On-Pick]
- 익스클루시브 Best 100을 선정하여 음원으로 발매하는 [Only ONSTAGE]
- 네이버 NOW와의 공동 기획 스페셜 방송
- 다양한 테마로 1,600곡을 조명하는 [플레이리스트]
- 10년 간 함께 한 온스테이지 기획위원 18인 인터뷰 [온스테이지 기획위원이 말한다]

네이버문화재단



온스테이지 성과

구분	지원 창작자 (팀)	영상 제작 (건)	참여 관객 (명)
2020년	106	319	3,708
누적	540	1,589	35,976

* 2020년 9월 말 기준

열린연단: 문화의 안과 밖 '열린연단: 문화의 안과 밖'은 한국의 지성을 대표하는 석학들이 직접 주도하는 인문학 강연 프로젝트로 2014년부터 윤리, 패러다임, 근대성, 삶의 지혜 등 매년 다양한 주제로 강연을 진행해 왔습니다. 2020/21년에는 일곱 번째 시리즈 '문화와 문화 정전(正典)'을 주제로 52회에 걸친 강연을 통해 동아시아 문명, 서양 고전, 근대 과학, 서양 근대 문명과 세계적 영향에 대해 살펴보고 인간 행동과 윤리적 규범의 관계를 고찰해 보는 장을 마련하였습니다.

열린연단은 지난 6년간 축적된 약 1,200개의 영상 및 에세이 콘텐츠를 젊은 층이 관심 있는 특정 테마와 키워드로 선별해 제공하거나 오디오클럽 서비스로 제공하고 있습니다. 이를 통해 기존 콘텐츠의 재조명과 지속적인 지식 콘텐츠 활성화에 기여하고 있습니다.

한글한글 아름답게 '네이버 한글한글 아름답게'는 네이버가 2008년부터 시작한 한글사랑 캠페인입니다. 2018년에는 디지털 환경에서 한글이 나아가야 할 새로운 방향을 담아 '마루 프로젝트'를 시작하였습니다. 마루 프로젝트는 사용자와 함께 만드는 화면용 부리 글꼴을 목표로 합니다. 마루 프로젝트에서 만드는 '부리 글꼴'은 흔히 알고 있는 '명조체'입니다. 민부리 글꼴(고딕체)로 편중되어 있는 디지털 글꼴 환경의 다양성을 위해 완성도 높은 화면용 부리 글꼴의 개발을 시작했습니다.

2018년부터 동아시아 문화권의 글꼴 현황 분석과 화면용 글꼴 형태 및 공간 분석을, 2019년에는 온·오프라인 화면용 부리 글꼴 사용성 조사부터 사용자와 함께 만든 부리 글꼴 스티커 27종을 무료 배포하는 등 마루 프로젝트 초기부터 사용자와 함께 한글꼴의 의미와 방향을 고민하며 새로운 화면용 부리 글꼴을 설계해 왔습니다. 2020년 한글날 사용자와 함께 만드는 최초 글꼴, '마루 부리' 시범판이 공개되었습니다. 업계 최초로 사용자의 의견을 수렴 과정을 거쳐 2021년 의견을 반영한 5종 글꼴을 배포할 예정입니다.



디지털 활용능력

네이버 커넥트재단

네이버 커넥트재단은 네이버의 공익목적 교육사업을 투명하고 전문적으로 시행하기 위해 네이버가 2011년 설립한 독립적 비영리 기관입니다. 누구나 최고의 교육 기회를 갖는 교육 민주화를 실천하고 새로운 교육 모델과 플랫폼을 제공함으로써 교육 혁신을 선도하고자 합니다. 초·중·고 학생에서부터 전공자까지 소프트웨어 교육을 실시하고 기업 현장에 필요한 인재를 양성하는 등 평생교육을 통해 개인의 지속적인 성장과 발전을 돕고 있습니다.

특히, 인공지능(AI) 기술이 빠른 속도로 우리의 삶에 자리 잡으며 AI와 데이터를 활용한 미래세대의 디지털 활용능력은 필수가 되었습니다. 국내에서는 2018년부터 소프트웨어 교육이 의무화되어, 현재 초등학교는 100%, 중학교와 고등학교는 각각 50%, 30%가 네이버의 온라인 교육 플랫폼인 엔트리를 통해 소프트웨어 교육을 실시하고 있습니다. 월평균 이용자가 100만 명에 달하는 엔트리의 안정적인 서비스 운영과 모바일 기능 고도화를 추진하는 동시에, 엔트리의 철학을 담은 서비스 차별화와 양질의 콘텐츠를 제공하기 위한 다양한 개선 노력을 이어가고 있습니다.

네이버 커넥트재단은 소프트웨어 의무 교육 시작 이전인 2014년부터 소프트웨어 교육의 중요성을 알리고, 사회적으로 확산하기 위해 '소프트웨어야 놀자' 캠페인을 진행해 왔습니다. 소프트웨어야 놀자 시즌 1은 학생 교육, 강사 양성, 교재 개발에 주목하며 소프트웨어 교육에 대한 인식 개선과 초·중등 소프트웨어 교육 저변 확대에 기여하였습니다. 2019년 하반기부터는 초·중등생들의 AI&DATA 미래 역량 강화를 목표로 시즌 2를 운영하여, 네이버의 AI 기술을 더하고, DATA를 활용할 수 있도록 연계하고 있습니다. 또한, 2019년 7월 춘천을 시작으로 광주, 군산 등 성남의 지역에서도 학부모와 같이하는 1 Day 코딩 캠프를 운영하여 교육 대상을 확대하였습니다. 향후에도 직접 교육과 기관/지자체 연계 교육을 확대하여 지역 사회에 맞는 특색 있는 온/오프라인 소프트웨어 교육을 확산해 나갈 계획입니다.

2020년에는 인공지능을 처음 접하는 누구나 쉽게 인공지능의 개념을 배울 수 있도록, 인공지능 관련 주요 개념을 10가지 키워드로 영상으로 제작하여 제공하고, 현장에 있는 교사들을 위해 AI&DATA 온라인 연수 프로그램을 무료로 제공합니다. 또한, 교사와 학부모가 아이들과 쉽게 AI 기술과 DATA의 개념을 이해하고, 실습해볼 수 있는 교재 가이드와 학생용 워크시트를 제공하여, 누구나 AI 기술을 이해하여 AI&DATA 활용능력을 높이기 위한 활동을 지속적으로 해 나가고 있습니다.

아울러, 네이버 커넥트재단은 성인을 대상으로도 IT 분야의 핵심기술과 지식을 집중적으로 학습할 수 있도록 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히, AI, 데이터 사이언스, UI, 디지털 마케팅 등 기업의 수요가 높은 기술 영역을 위주로 실무 역량을 갖출 수 있는 수요자 중심 교육을 지향하여 효과성을 높이고 있습니다. 앞선 기술과 인프라를 활용하여 누구나 미래를 위한 지식과 최신의 기술을 부담 없이 배울 수 있도록, 또한 원하는 시기에 필요한 지식을 채울 수 있도록, 네이버 커넥트재단은 교육으로 보다 나은 세상을 그리고 있습니다.

네이버 커넥트재단 주요 사업

대상	프로그램	설명	누적 수혜자
초중고 학생 및 교사를 위한 소프트웨어 교육	소프트웨어야 놀자	<ul style="list-style-type: none"> 인공지능(AI)와 DATA의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공 누구나 쉽고 편하게 소프트웨어를 배우고 가르칠 수 있도록 난이도별 영상과 다양한 주제의 교재 콘텐츠 제공 	<p>시즌 1 (2014년~2018년 상반기)</p> <ul style="list-style-type: none"> 학생 18,000명 교육 (지역 캠프, 대학생 봉사단 연계) 강사 2,600명 양성 (교사, 대학 예비 교사 봉사단, 일반 강사(경력단절여성)) 25종 교과서 교재 개발 <p>시즌 2 (2019년 하반기~)</p> <ul style="list-style-type: none"> AI&DATA 교육 환경 조성을 위한 콘텐츠 제작 및 플랫폼 구축 COVID-19로 인해 온라인으로 AI&DATA 학습이 가능한 환경 구축을 위한 노력 진행 1. AI 기술과 DATA의 기본 개념을 이해하는 학습 동영상, Hello AI World 10개 제공 2. 교사를 위한 AI&DATA 연수 프로그램 제공 3. 학부모와 교사를 위한 AI&DATA 학습 교재 제공 4. 학생을 위한 AI&DATA 온라인 교육 오픈코스웨어 제공 5. 소프트웨어 교육 플랫폼 엔트리로 AI&DATA 활용을 해볼 수 있도록 기능 업그레이드
	엔트리(entry)	<ul style="list-style-type: none"> 소프트웨어 교육을 위한 온라인 플랫폼 학습, 창작, 공유와 협업을 위한 다양한 툴 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 월평균 이용자 수: 100만 명 회원 가입자 수: 190만 명 작품 수: 750만 개 온라인 클래스: 6만여 개 개설
IT 분야의 커리어 역량과 성장을 돕는 교육	부스트코스	<ul style="list-style-type: none"> 핵심기술과 지식을 집중적으로 학습하여 커리어 역량 및 스킬을 향상시킬 수 있는 교육 프로그램 온라인 교육과정을 오픈하여 웹 안드로이드·iOS 개발 및 디지털 마케팅 과정 등을 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 수료자 수: 614명 수강자 수: 12만 명
	부스트캠프	<ul style="list-style-type: none"> 약 6개월 동안 강도 높은 자기주도적 학습 경험을 제공하여 개발자에 필요한 경험과 스킬을 양성하는 IT 분야 우수인재 양성 교육 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 수료생 수: 229명
모두가 평등하게 교육을 받을 수 있는 환경	edwith	<ul style="list-style-type: none"> MOOC(Massive Open Online Course) 서비스로 운영 소프트웨어 코딩의 기초 개념부터 웹/모바일 개발 및 인공지능 강좌 제공 국내외 과학기술 특성화 대학 및 SW 중심 대학의 강좌 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 일평균 이용자 수: 3천 명 월평균 이용자 수: 15만 명 가입자 수: 77만 명
	칸아카데미 (Khan Academy)	<ul style="list-style-type: none"> 세계적 수준의 교육을 무료로 누구에게나 어디서든지 제공하고 있는 온라인 무료 교육 서비스로 2016년부터 네이버 커넥트재단이 칸아카데미의 5번째 공식 파트너사로 운영 중 (아시아 최초) LMS(Learning Management System), 동영상 강의, 연습문제 등을 제공하여 완전학습이 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 가입자 수: 40만 명 월평균 이용자 수: 10만 명

* 2020년 9월 말 기준

Giving

해피빈

해피빈은 더 나은 사회를 꿈꾸는 공익 프로젝트를 한 자리에서 만나볼 수 있는 네이버의 온라인 플랫폼입니다. 2005년 7월 기부 플랫폼으로 시작하여 펀딩, 공감가게, 가볼까, 굿액션 캠페인에 이르기까지 사용자와 공익 주체들을 위한 다채로운 공익 참여 서비스를 확대해 왔습니다. 연결의 가치를 실현하는 네이버의 기술 플랫폼을 통해 우리와 함께하는 사람들을 위한 네이버만의 특화된 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

기부 네이버의 기부 서비스는 한 번의 클릭으로 행복한 변화를 만들어 가는 해피빈의 첫 공익 서비스입니다. 다양한 기부 대상과 테마를 기반으로 현재 연간 3,300여 개의 공익단체가 100만여 명의 네티즌 기부자를 만나는 공간으로 성장하였으며, 2019년에는 누적 기부금이 1,000억 원을 돌파하였습니다. 2020년에는 1월~9월 기간 동안 기부자 140만 명의 소중한 참여로 기부금 189억 원을 마련하였습니다.

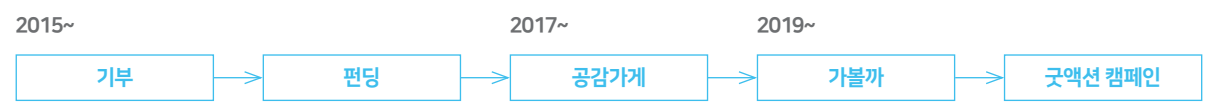
재원과 홍보 역량이 상대적으로 부족한 공익단체의 경우, 보다 적은 자원과 노력으로 기부자와의 접점을 마련할 수 있습니다. 아울러, 개별 공익단체에 대한 정보를 한 눈에 살펴볼 수 있는 '해피로그' 플랫폼을 지속적으로 개선함으로써 기부 활동의 신뢰도를 높이는데 기여하고 있습니다. 네이버 서비스를 통해 해피빈 기부 아이템을 무료로 모을 수 있는 '기부콩 받기', 네티즌이 기부한 만큼 해피빈 및 후원사들이 1:1 매칭 기부를 하는 '더블 기부' 등 다양한 프로모션을 진행하며 일상에서 재미있게 참여할 수 있는 기부문화 조성에 앞장서고 있습니다. 나아가 일상적인 나눔을 넘어 정기 기부 활성화를 위해 정기저금 시스템을 도입하였으며, 현재까지 약 48만 건의 정기저금이 진행되었습니다.

펀딩 해피빈은 사회 문제 해결을 위해 노력하는 공익단체, 소셜 벤처, 창작자의 의미 있는 제품들을 펀딩 서비스를 통해 소개하고 있습니다. 홍보 채널 제공 외에도 프로젝트 과정에서 발생하는 결제 및 플랫폼 수수료는 해피빈에서 전액 부담하고 있으며, 신규 사회적기업에는 배송비를 지원하고 있습니다. 다양한 기업과 기관과의 협업을 기반으로 2020년 1월~9월에는 198건의 프로젝트에 33억 원의 후원금을 모으며, 전년 대비 약 2배 성장하는 성과를 이루었습니다.

공감가게 펀딩 종료 이후에도 프로젝트 주체들이 네이버 스마트스토어에서 지속적으로 사용자들을 만날 수 있도록 공감가게 서비스를 통해 브랜드 페이지 제작 및 홍보를 지원하고 있습니다. 패션잡화, 식품, 생활/세제, 여행/문화 등 다양한 상품을 아우르는 110여 개의 공감가게를 통해 공정무역, 친환경, 일자리 창출 등을 실현하고 있습니다.

가볼까 기부에서 시작하여 펀딩, 공감가게로 이어진 해피빈의 진화는 2019년 3월, 온·오프라인의 공익사업을 잇는 '가볼까'로 이어졌습니다. 사회적기업이나 협동조합이 주최하는 다양한 이벤트에 참여할 수 있도록 네이버 예약 서비스와 연계한 가볼까를 통해 2019년 한 해 동안 2만 2천여 명의 사용자들이 봉사 활동과 공익 체험에 참여하였습니다. 아울러 현재까지 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 총 137개로 새로운 후원자를 만나고 기존 참여자와의 소통을 확대할 수 있는 기회를 제공했습니다.

해피빈 주요 연혁



해피빈의 다양한 기부 대상



CASE STUDY

동구밭 - 인체에 무해한 유기농 원료로 만든 '가꿈 비누'

네이버 프로젝트 꽃X해피빈 공감가게와 함께하는 동구밭은 발달장애인 사회성 교육 프로그램을 운영하며, 직접 수확한 작물로 천연비누 가꿈을 만드는 소셜벤처 브랜드입니다.

발달장애인과 비장애인 봉사자들이 텃밭에서 함께 수확한 농산물은 친환경 천연비누 '가꿈'으로 재탄생합니다. 바질, 상추, 케일 등 텃밭에서 직접 가꾼 농산물과 식물성 오일 등 사람이 먹을 수 있는 원료로만 만든 비누라 인체에 무해합니다. 유기농으로 만들어 몸과 얼굴을 건강하게 '가꿈' 수 있고, 발달장애인에게 친구를 만들어주는 가치도 담고 있어 마음까지 '가꿔주는' 의미 있는 비누입니다. '동구밭'은 해피빈으로 펀딩을 받아 현재는 공감가게에 입점하여 많은 소비자들의 사랑을 받고 있습니다. 안정적인 판매 플랫폼을 기반으로 매출이 이전대비 약 5배나 증가하였으며, 기존 1명이었던 발달장애 사원이 30여 명으로 늘어나는 등 취약 계층의 고용창출에도 기여하고 있습니다.




ENVIRONMENT GREEN MANAGEMENT


MANAGEMENT APPROACH


파리협정 하에 저탄소 경제로의 전환은 새로운 글로벌 경제질서가 되었으며, 2020년 10월 대한민국도 2050 탄소중립 사회를 지향하며 장기 저탄소 발전전략(LEDs) 수립 계획안을 발표하였습니다. 이에 따라 산업계의 전방위적 노력의 결집이 요구되고 있습니다.

데이터센터를 보유한 네이버 역시 2040 Carbon Negative를 목표로 기후변화 대응을 위한 적극적인 노력을 기울일 것입니다. 이 과정에서 파트너, 이용자 등 네이버 밸류체인에 걸친 친환경 생태계 조성을 통해 온실가스 감축과 순환 경제 촉진을 견인하겠습니다.

KEY PERFORMANCE

 2040 Carbon Negative 전략 수립

 1.08¹⁾ - 데이터센터 각 전력효율지수(PUE)

 순환경제 촉진을 위한 동네시장 친환경 봉투 지원

¹⁾ 2020년 상반기 기준



환경영향 관리

네이버는 자연환경을 건강하고 깨끗하게 보존하는 데 모든 임직원의 지혜와 역량을 모읍니다. 이를 통해 자연을 지키는 기술로 탄소 발자국을 줄이고 순환 경제를 촉진하며 미래세대를 위한 지속가능한 성장에 녹색 불을 밝히고 있습니다.

친환경 전략

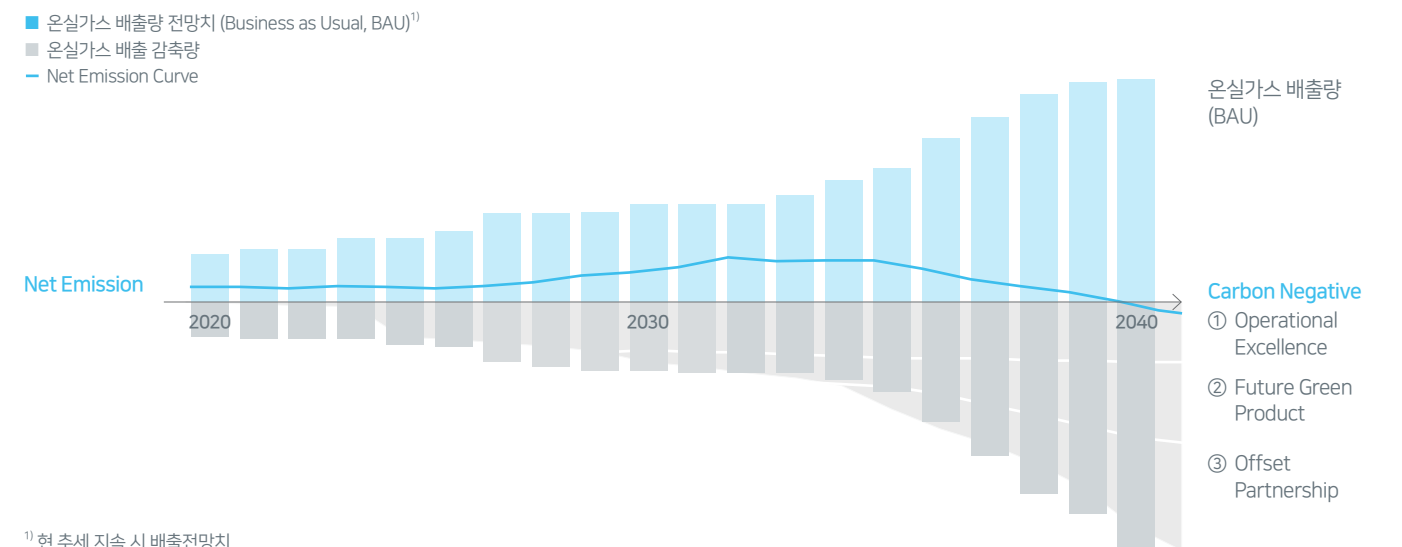
네이버의 온실가스 배출량은 제 2 데이터센터 건설, 언택트/5G 시대의 데이터 사용량 증가 등으로 향후 10년간 증가할 것으로 전망되며, 이는 기후변화 완화에 중대한 리스크로 작용할 수 있습니다. 나아가 데이터센터를 핵심 자산으로 하는 비즈니스 운영비용을 다양한 형태로 증가시키고, 수익을 감소시킬 수 있어 지속가능한 사업 경쟁력 확보에 상당한 영향을 끼칠 것으로 전망됩니다. 네이버는 이러한 운영상의 리스크를 인지하고 최소화하는 전략을 수립함과 동시에, 중장기적인 비즈니스 기회를 확보하는 친환경 전략을 수립하고 목표를 검토하였습니다. 이에 비즈니스 활동을 통해 친환경 효과는 극대화하는 한편, 비즈니스를 통해 유발되는 부정적인 환경영향은 최소화하여 '2040 Carbon Negative'를 달성하는 전략을 선언하였습니다.

Carbon Negative는 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 전략으로, 이를 달성하기 위해 다음과 같이 3가지 세부 전략방향을 설정하여 향후 관련 활동을 확대해 나가고자 합니다.

먼저 ①운영상의 환경영향을 저감하고, ②제품/서비스 솔루션을 개발하며, ③외부 파트너십 확대를 통해 적극적으로 저탄소경제로의 이행을 가속화 하는데 동참할 것입니다. 이 과정에서 네이버 플랫폼을 활용하는 여러 파트너와의 공동노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가겠습니다.

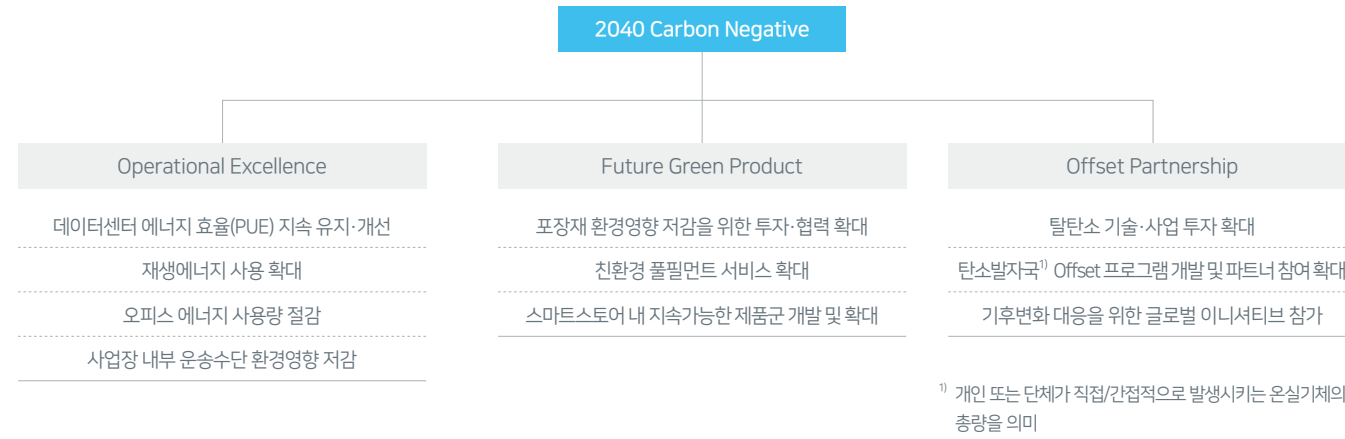
네이버는 내부적으로는 재생에너지 확대 등을 통해 시설 환경영향을 줄이고, 외부적으로는 친환경 커머스 영역의 주요 플레이어(Player)에 대한 기술투자 및 M&A를 진행하는 등 친환경 관련 다양한 사업과 투자를 늘리기 위해 활발하게 사업기회를 모색하고 있습니다. 이러한 네이버의 기후행동 이행 현황과 계획은 이사회 내 ESG위원회에서 적극적으로 모니터링 및 검토될 예정이며, 주주를 비롯한 이해관계자들과 지속적으로 소통해 나갈 계획입니다. 앞으로도 네이버는 더욱 지속가능한 사업 환경을 이끌고, 기업의 사회적 역할과 책임을 다하도록 하겠습니다.

2040 Carbon Negative



¹⁾ 현 추세 지속 시 배출전망치

추진 전략 'Carbon Off'



CASE STUDY

친환경 생태계 조성 노력

네이버는 네이버와 함께하는 파트너들의 참여를 통해 친환경 생태계를 확대해 나가고자 합니다.

이에 SME, 물류업체, 이용자 등 네이버 플랫폼의 가치사슬을 아우르는 이해관계자와 네이버가 추구하는 가치를 소통하는 한편, 환경을 위한 공동의 노력에 동참해 줄 것을 기대하고 있습니다. 특히, 코로나19로 배달과 배송량이 급격히 증가하여 포장재 쓰레기에 대한 이슈가 커짐에 따라, 네이버 역시 친환경 포장재에 대한 책임을 인식하고 순환 경제를 촉진할 수 있는 방안을 마련하고 있습니다.

이러한 노력의 일환으로 네이버는 2020년 7월 소상공인진흥공단과 함께 네이버의 동네시장 장보기에 입점해 있는 가게들을 대상으로 100% 생분해성 수지로 제작된 친환경 봉투를 지원하였습니다. 총 12만 장을 제작해 8만 장을 우선 배포하였으며, 소비자에게는 신뢰감을 선사하고 동네시장은 친환경 마케팅 효과를 얻을 수 있었습니다. 특히, 화곡본동 시장은 봉투 제공에 맞춰 친환경 아이스팩을 상점에 자체적으로 제공하여 서비스를 개선하기도 했습니다.

네이버가 제작한 친환경 봉투는 배송용으로, 향후 오프라인용 소형 봉투, 상품 포장용 봉투, 음식 포장용기 등 다양한 니즈를 반영한 친환경 패키징 제작을 지원할 계획을 갖고 있습니다. 나아가 봉투 등에 동네시장 이름을 병기하는 등 친환경 캠페인에 동참하는 파트너들의 브랜딩도 적극적으로 지원할 예정입니다. 친환경 패키징 관련 인식을 확대하여 Less Waste를 넘어 Zero Waste를 실천할 수 있게 힘쓰겠습니다.

이에 더해 네이버는 네이버의 이커머스 플랫폼인 스마트스토어 내에서 포장재 사용은 줄여 나가며 친환경 배송을 확대하기 위한 다양한 투자 옵션을 검토 중입니다. 2020년 10월에는 CJ대한통운과 전략적 제휴를 강화하여, 친환경 물류 일괄 대행(Fulfillment) 서비스와 친환경 택배박스 제작을 추진하고 있습니다. 친환경 풀필먼트 서비스는 배송 단계의 프로세스를 최소화함으로써 배송 시 발생하는 탄소발자국을 크게 줄일 수 있습니다. 또한, 향후 풀필먼트 물류 센터 내의 재생에너지 사용, 배송 시 전기차 이용 등 물류 인프라 측면에서도 직간접적인 선순환 구조를 창출할 수 있는 기회를 함께 모색할 계획입니다.



동네시장장보기 친환경봉투

데이터센터 각

지속가능한 데이터센터

2013년 6월에 오픈한 데이터센터 '각'은 친환경적으로 서버의 열을 내리기 위해 많은 노력과 기술을 담아 건축되었으며, 국제적인 친환경 건물 인증 제도인 LEED¹⁾ New Construction(NC) 2009에서 데이터 센터로는 세계 최초로 최고 등급인 'Platinum(플래티넘)' 인증을 획득하였습니다. 스노우 멜팅²⁾, 태양광 및 태양열 발전³⁾, 외부 공기를 통한 자연 냉각 시스템 등을 활용하고 있으며, 특히 2012년 북관, 2014년 서관에 걸쳐 2017년 오픈한 데이터센터 각 남관은 '글로벌 Top 데이터 센터'를 목표로 에너지 효율을 획기적으로 개선하기 위한 다양한 기술들이 도입되었습니다.

먼저 필터 안으로 들어온 자연 공기의 저항을 최소화하여 공기 흐름을 최적화하기 위해 필터의 단면적을 확대하였으며, 공조 장비 내부에 바이패스 댐퍼(Bypass Damper)⁴⁾를 적용하였습니다. 또한, 보다 많은 풍량을 공급할 수 있도록 에너지 절약형 DC팬을 사용하였고, 에너지 사용을 최소화할 수 있도록 배기 팬 구조를 개선하였으며, 상대적으로 저렴한 심야전력을 축적해 놓았다가 주간에 사용하는 수축열 시스템 적용을 확대하였습니다.

데이터센터 각은 건물 내에 설치된 3만여 개의 센서를 바탕으로 모든 온도 감지 및 조절 단계가 자동으로 이뤄져 에너지 효율을 극대화하고 있습니다. 나아가, 이용자 개인정보 등 중요한 정보를 보존하는 데이터센터의 특성에 맞춰 어떤 환경에서도 버틸 수 있도록 진도 6.5 이상 지진뿐만 아니라 홍수, 태풍, 화재 등 천재지변에서도 견딜 수 있도록 설계하였습니다.

이러한 노력을 인정받아 데이터센터 각은 2016년 기후 WEEK 2016 장관 표창, 2017년 에너지챔피언상 수상, 2018년 기후변화센터로부터 '그랜드 리더스 어워드'를 수상하였으며, 에너지 절감을 위한 기술혁신을 인정받아 한국에너지공단으로부터 사회적 가치 창출 유공자 포상을 받기도 하였습니다.



데이터센터 각



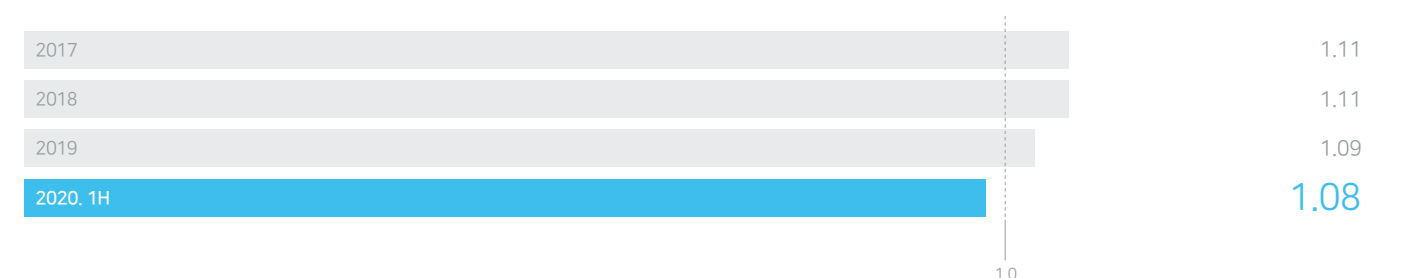
데이터센터 각 내부

글로벌 최고 수준의 PUE 달성

데이터센터 각은 차가운 공기와 지하수를 이용해 서버실의 온도를 낮추는 친환경 기술인 AMU(Air Misting Unit) 및 NAMU(NAVER Air Membrane Unit)를 개발하여 그 적용 범위를 확대함으로써 에너지 절감 효과를 극대화하고 있습니다. 아울러, 전력 소모를 줄이기 위해 자연 친화적인 기술을 치밀하게 도입하여 운영되고 있으며, 국내 데이터센터 중 가장 1에 가까운 PUE(전력효율지수)⁵⁾를 지속적으로 유지하고 있습니다. 이는 글로벌 데이터센터의 PUE와 견주었을 때도 최고 수준입니다.

¹⁾ LEED: Leadership in Energy and Environmental Design, 미국 친환경건축물 인증
²⁾ 버려지는 열을 재활용한 동절기 도로 열선
³⁾ 외부 경관 조명과 온실 난방에 활용
⁴⁾ 연소 가스량을 조절해 냉풍 및 온풍의 혼합 비율을 변화시켜 온도 조절에 이용하는 방식
⁵⁾ PUE: Power Usage Effectiveness, 데이터센터에서 사용하는 총 전력량을 IT 장비가 소비하는 전력량으로 나눈 값. 일반적으로 데이터센터의 효율을 나타내는 척도로 쓰이며, 1에 가까울수록 전력을 많이 절감한 것을 의미

전력효율지수(PUE)



재생에너지 및 친환경 에너지 활용

데이터센터 각은 태양광 에너지를 사용하며, 관련 사업에도 투자하고 있습니다. 2018년에는 데이터센터 각에 설치된 태양광 발전설비를 획기적으로 개선하여 2019년, 연간 217MWh의 전력을 절감했고, 이를 통해 이산화탄소 배출을 약 97톤 줄일 수 있었습니다. 아울러, LED 조명 설치, 전기차 이용 등을 통해 에너지를 효율적으로 사용하고 있으며, 서버를 식히고 뜨거운 공기로 온실 식물을 재배하고, 절수형 위생기구를 사용합니다. 나아가, 오염이 적은 물은 정수해 소변기와 양변기 물로 재사용하며, 빗물은 모아 냉각수나 소방 용수로 사용하는 등 에너지 절감을 실천하고 있습니다.

특히 냉방에 사용되는 물을 절감하기 위해 운영 정책을 꾸준히 모니터링하고 개선하여 2019년에는 IT 자원 규모가 증가했음에도 불구하고 물 사용량이 전년 대비 12.53% 감소했습니다. 이와 같이, 데이터 센터 각은 자연 에너지를 활용하고 에너지 효율을 높이기 위한 개선책을 끊임없이 마련함으로써 이산화탄소 배출량을 연간 약 2만 톤 가까이 감축하고 있습니다.



폐열을 활용하는 온실

그린팩토리

네이버 사옥 그린팩토리는 설계 단계부터 환경을 고려해 에너지 절약형으로 건축했으며, 열 차단 칸막이, LED 조명, 인버터 등의 설비 투자와 지열 설비를 이용한 여름철 전기 소비량 감축, 설비 운영 개선 등의 지속적인 에너지 절감 노력으로 매년 5% 이상의 에너지 절감 효과를 거두고 있습니다. 또한, 칼로리가 기재된 계단실을 마련하여 계단 이용 권장하고 자전거 출·퇴근자를 배려하여 주차공간을 설계하는 등 직원들이 평상시에도 에너지 절감을 실천할 수 있도록 독려하고 있습니다. 전기차 충전 시설 22곳을 설치해 친환경 자동차를 이용한 출·퇴근의 부담을 줄였으며 세계자연기금이 주최하는 환경운동 캠페인 'Earth Hour'에 매년 참가하고 있습니다.

이와 같은 효율적 에너지 사용 및 에너지 사용 절감을 위한 노력에 따라 그린팩토리의 에너지 소비량은 지난 3년 연속 감소세를 보이고 있습니다. 2020년 상반기에는 전년 상반기 대비 6% 감소한 1,595의 TOE를 기록하였고, 이산화탄소 배출 또한 전년 대비 6% 감축하였습니다. 그린팩토리의 친환경 운영 노력은 대외적으로도 높이 인정받고 있습니다. 2014년 기존 건물 분야에서 세계 최고 점수를 얻으며 LEED 최상위 등급인 플래티넘 인증을 획득했으며, 2016년에는 '한국에너지효율 대상'에서 대통령상을 수상하였습니다.



그린팩토리 친환경 운영

태양광 발전량

연도	(단위: MWh)
2017	35
2018	182
2019	217
2020. 1H	135

물 사용량

연도	(단위: 톤)
2017	75,855
2018	85,277
2019	74,588
2020. 1H	12,405

네이버 제2사옥, 1784

2021년 준공 예정인 제2사옥 '1784'는 LEED 최고 등급인 플래티넘 및 건축물에너지효율등급 1+ 등급을 기준으로 계획되었으며, 친환경 건축물 인증을 넘어 네이버만의 에너지 절감 및 친환경에 대한 철학을 담고 있습니다. 프로젝트 부지 특성상 신재생에너지 설비를 적용할 면적이 부족함에도 불구하고 지하를 최대한 활용하여 763.2kW¹⁾의 지열시스템을 설치하였고, 지붕에는 140.8kW의 태양광 발전설비를 구축할 예정입니다. 또한, 외장에는 외부 전동 차양 및 고단열 창호가 결합된 이중외피를 적용하여 에너지를 적게 사용하는 건축물로 건설되고 있으며, 빛 반사를 고려한 저반사 유리를 사용하여 에너지 절감은 물론, 주변 이웃에의 환경 영향까지도 고려하였습니다. 실내에는 복사 냉방 시스템을 적용하여 에너지 절감과 더불어 근무환경의 쾌적성도 향상되도록 설계하였습니다.

이 외에도 건물 에너지관리 시스템(BEMS: Building Energy Management System)을 적용하여, 건물 운영에 있어 실질적인 에너지 절감 및 지속적인 개선 활동을 이어갈 수 있도록 시공 중에 있습니다. 건설이 진행 중인 현재, 제2사옥의 단위 면적당 1차 에너지 소요량은 연간 160.7 kWh/m²으로, 이는 에너지관리공단에서 제공하는 통계²⁾ 기준, 연면적 10,000m² 이상의 업무시설 중에는 최고 수준인 상위 10%에 해당하는 수치이며, 평균값인 연간 229.2 kWh/m² 대비 30% 정도 낮습니다. 이와 같은 우수한 에너지 효율을 기록함에 따라 건축물 에너지효율등급 예비인증에서 '1+ 등급'³⁾을 취득하였으며, 준공 이후에도 본 인증을 취득하기 위해 체계적으로 관리하며 준비하고 있습니다.

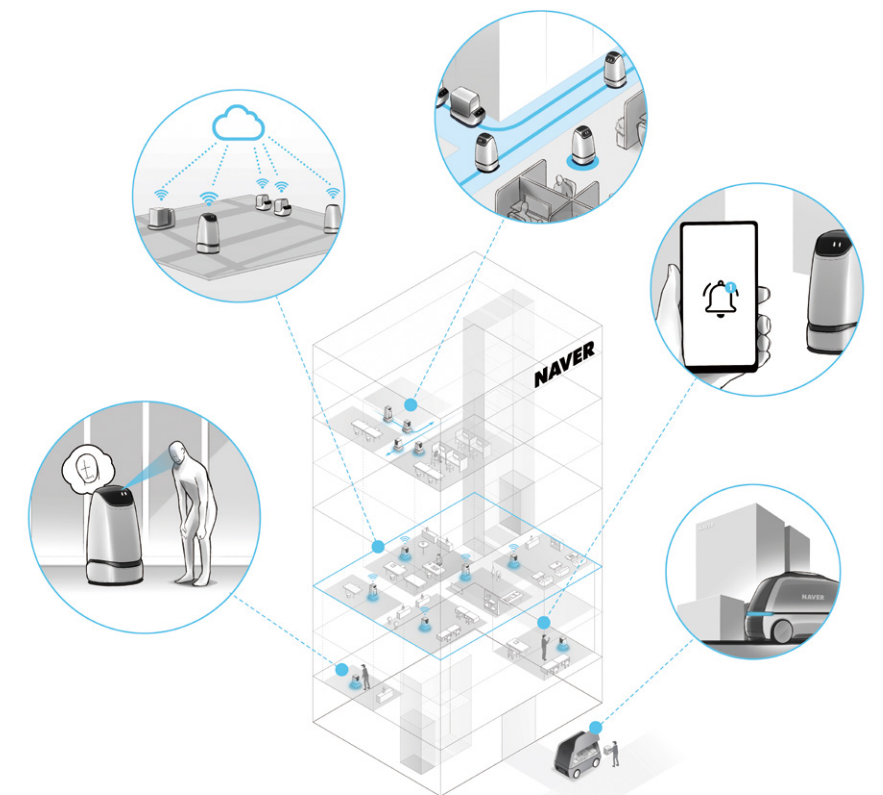
건설단계에서도 LEED의 친환경 시공 기준을 준수하여 현장 환경을 관리하고 있으며, 건설폐기물의 98% 이상을 재활용하고, 향후 건물 운영 중의 실내 공기질을 고려하여 공사 기준을 적용하고 있습니다. 아울러, 깨끗한 환경과 지역주민의 안전을 위해 소음과 먼지 저감, 건물 진동로 변경 등의 노력을 기울이고 있습니다. 국내 최초로 '소음방지 덮개'를 이용해 공사를 진행하는 한편, 공사 중 소음이 지역주민에게 피해가 가는 것을 예방하기 위하여 소음·비산먼지 컨설턴트, 감리단과 해외의 안전 전문가를 섭외해 보다 친환경적이고 안전하게 사업장을 관리하고 있습니다.

이와 같은 노력으로 네이버 제2사옥 현장은 2017년 '제13회 건설환경 관리 우수 현장'으로 뽑혔으며, 2019년에는 건설 현장의 안전사고 예방과 근로자 보건 개선 등의 관리 능력을 인정받아 '제27회 안전경영대상' 건설 부문 대상 현장으로 선정되었고, 2020년 9월에는 근로자들이 안전하고 건강하게 일할 수 있도록 노력한 부분을 인정받아 '근로자 건강증진활동 우수사업장'으로 선정되었습니다. 앞으로도 안전과 환경을 최우선으로 생각하며 공사를 진행하여 최첨단, 녹색 기술이 살아 숨 쉬는 제2사옥의 건설을 차질 없이 완료할 계획입니다.

¹⁾ 냉방 기준

²⁾ BEST 플랫폼, <http://best.energy.or.kr>

³⁾ 140~200kWh/m²



Appendix

- 89 Performance Indices
- 93 GRI Index
- 96 UN SDGs
- 97 수상 및 가입 협회
- 98 검증 의견서

Performance Indices

			2017	2018	2019	2020. 1H	
환경							
온실가스 배출 현황							
온실가스 총 배출량	합계		57,080	72,416	78,712	38,710	
	그린팩토리		7,541	7,510	7,178	3,143	
	데이터센터 각		49,539	64,906	71,534	35,567	
온실가스 배출량	Scope 1	그린팩토리	tCO ₂ e	276	295	244	62
		데이터센터 각		141	48	52	11
	Scope 2	그린팩토리		7,265	7,215	6,934	3,081
		데이터센터 각		49,398	64,858	71,483	35,556
에너지 사용 현황							
총 에너지 사용량	합계		1,178	1,495	1,624	799	
	그린팩토리	TJ	159	159	152	67	
	데이터센터 각		1,019	1,336	1,472	732	
직접 에너지 사용량	합계		7.4	6.7	5.7	1.4	
LNG	그린팩토리	TJ	5.3	5.8	4.8	1.2	
경유			0.01	0.04	0.01	0.01	
이동연소			0.1	0.1	0.1	0.0	
경유	데이터센터 각	TJ	1.6	0.4	0.4	0.0	
LNG			0.5	0.3	0.4	0.1	
간접 에너지 사용량	합계		1,171	1,488	1,618	798	
전력	그린팩토리	TJ	144.3	143.0	138.0	60.5	
스팀			9.6	10.0	8.8	5.0	
전력	데이터센터 각		1,017	1,335	1,471	732	
총 에너지 사용량 절감	합계		28,896	37,202	41,588	21,723	
사옥관리를 통한 절감	그린팩토리		-	138	517	-	
		MWh	426	511	511	255	
자연공조냉방기 도입을 통한 절감	데이터센터 각		28,435	36,371	40,343	21,333	
재생에너지 전력 생산을 통한 절감			35	182	217	135	
재생에너지 발전량	합계		136	283	318	152	
지열	그린팩토리	MWh	101	101	101	17	
태양광	데이터센터 각		35	182	217	135	

* 온실가스 및 에너지 집약도는 차기 보고부터 반영 예정

		2017	2018	2019	2020. 1H	
용수 사용 현황						
용수 사용량	합계	164,106	177,335	176,517	50,958	
상수도	그린팩토리	88,251	92,058	101,929	38,553	
	데이터센터 각	75,855	85,277	74,588	12,405	
용수 재사용량	그린팩토리	6,865	9,812	5,428	5,867	
용수 재사용률	그린팩토리	% 8	11	5	15	
폐기물 및 재활용						
폐기물 배출량	합계	219.42	247.57	253.93	54.67	
생활 폐기물	그린팩토리	119	154	179	32	
	데이터센터 각	75	71	64	19	
생활 폐기물	데이터센터 각	25.42	22.57	10.93	3.67	
위탁처리량	소각/매립	119	154	179	32	
	재활용	75	71	64	19	
재활용률	그린팩토리	% 39	31	26	36	
환경 법규 위반 현황						
환경 법규 위반에 따른 과징금	그린팩토리	건수	0	0	0	0
		금액	0	0	0	0
	데이터센터 각	건수	0	0	0	0
		금액	0	0	0	0
전력효율지수(PUE)						
전력효율지수	데이터센터 각	1.11	1.11	1.09	1.08	

		2017	2018	2019	2020. 1H	
사회 인적자본						
총 고용						
총 직원 수	명	2,814	3,611	3,523	3,777	
고용형태 별	정규직	2,729	3,523	3,376	3,567	
	비정규직	85	88	147	210	
직군별	사무직	1,259	1,573	1,540	1,655	
	기술직	1,555	2,038	1,983	2,122	
성별	남성	1,817	2,309	2,262	2,406	
	여성	997	1,302	1,261	1,371	
연령별	30세 미만	727	926	799	956	
	30세 이상 40세 미만	1,547	1,930	1,861	1,872	
	40세 이상 50세 미만	526	739	839	921	
	50세 이상	14	16	24	28	
국적별	외국인 수	16	34	25	28	
	해외사업장 고용	9	13	16	15	
해외사업장 고용	현지인 고용자 수	845	846	836	847	
	해외사업장 총 근무자 수	854	859	852	862	
	해외사업장 총 관리자 수	5	7	6	5	
	다양성 존중					
여성 인재	여성 비율	% 35.3	35.9	35.7	36.2	
	여성 관리자 비율	20.0	23.3	24.6	25.8	
특별고용 및 마이너리티	장애인 고용	6	8	6	6	
	국가보훈자 고용	25	27	25	24	
채용 및 이직						
신규	총 신규 채용	557	593	248	356	
	성별	남성	404	409	172	241
		여성	153	184	76	115
	연령별	30세 미만	290	303	159	239
		30세 이상 40세 미만	235	260	79	95
		40세 이상 50세 미만	32	29	10	21
50세 이상		0	1	0	1	
총 이직자	50	99	135	67		
이직 ¹⁾	성별	남성	41	70	104	57
		여성	9	29	31	10
	연령별	30세 미만	6	15	26	16
		30세 이상 40세 미만	27	74	78	38
		40세 이상 50세 미만	16	9	30	12
		50세 이상	1	1	1	1

¹⁾ 이직자는 전원 자발적 이직자에 해당

GRI Index

		2017	2018	2019	2020. 1H
출산휴가 및 육아휴직					
출산휴가 사용자 수 ¹⁾		122	148	170	74
성별	남자	85	103	123	51
	여자	37	45	47	23
출산 후 복귀율		100	98	100	100
육아휴직 사용자 수		60	103	101	86
성별	남성	4	17	15	20
	여성	56	86	86	66
육아휴직 사용 후 복귀율 ²⁾		96.7	99.0	99.0	100.0
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속 비율 ³⁾		86.7	94.2	95.0	100.0
성과 평가 및 보상					
성과평가 수행 비율	구성원 성과 평가 비율	97.20	98.10	98.80	시행 전
스톡옵션 부여 비율	구성원 스톡옵션 부여 비율	-	-	80.95	87.18

¹⁾ 출산휴가 사용자 수: 출산전 휴가 분할, 산전후 휴가로 휴가를 분할 사용한 경우 하나의 휴가로 집계

²⁾ 육아휴직 사용 후 복귀율: 분모의 대상자들 중 육아휴직 복직 인원 / 해당연도 육아휴직 인원 * 100

³⁾ 육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속 비율: [1 - (퇴직일-휴직종료일=365일 미만 인원 수) / 해당 연도 육아휴직 인원] * 100

		2017	2018	2019	2020. 1H
사회 파트너 관리					
동반성장	동반성장협약 체결	141	146	146	151
협력회사 구분	총 신규 등록 협력회사 수	569	565	470	614
사회 정보보안					
이용자 신고 통계	악성코드 게시물 확인 요청	7	26	25	25
	악성코드 확인 필요	0	0	0	0
	네이버 홈 접속오류	23	52	82	43
	유해프로그램 배포-애드웨어	14	16	5	0
이용자 정보보호	이용자 정보 유출 건수	0	0	1 ¹⁾	0

¹⁾ 2019년 4월 29일-30일에 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건으로 2020년 6월 5일 방송통신위원회로부터 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 상 의무 위반으로 인해 개인정보보호법 규 위반 사업자에 대한 시정조치를 받음 (과태료 1,300만 원과 과징금 2,720만 원)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
General Disclosures			
Core	102-1	조직명	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-2	활동, 브랜드, 제품, 서비스	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core			● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-3	본사 위치	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-4	사업장 위치	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-5	소유 및 법적 형태	● 주식 및 자본구조 (P. 39)
Core	102-6	시장	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-7	조직 규모	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-8	임직원 및 근로자 정보	● NAVER 소개 (P. 12-13), Appendix 사회 인적자본 (P. 91-92)
Core	102-9	공급망	● Appendix 사회 파트너 관리 (P. 92)
Core	102-10	조직과 공급망의 중대한 변화	● 주요 사업 (P. 14-15)
Core	102-11	사전예방의 원칙과 접근 방법	● 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Core	102-12	외부 이니셔티브	● Appendix 수상 및 가입 협회 (P. 97)
Core	102-13	가입 협회	● Appendix 수상 및 가입 협회 (P. 97)
Core	102-14	의사결정자 성명서	● CEO 메시지 (P. 10-11)
	102-15	핵심 영향, 위험, 기회	● 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Core	102-16	가치, 원칙, 표준, 행동규범	● 윤리규범과 공정운영 정책 (P. 47)
	102-17	윤리에 대한 자문과 신고 메커니즘	● 윤리경영 추진 (P. 47-48), 인권보호 및 증진 (P. 62)
Core	102-18	거버넌스 구조	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40-41)
	102-19	권한 위임	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-20	경제, 환경, 사회적 토픽에 대한 임원급의 책임	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-21	이해관계자와 경제, 환경, 사회적 토픽 협의	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회 구성	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40-41)
	102-23	최고 거버넌스 기구 의장	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40-41)
	102-24	최고 거버넌스 임명과 선정	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40-41)
	102-25	이해관계 상충	● 감사기구 (P. 43)
	102-26	목적, 가치, 전략 수립에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40-41)
	102-27	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식	● 이사회 운영 (P. 42)
	102-28	최고 거버넌스 기구의 성과 평가	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)
	102-29	경제, 환경, 사회적 영향 파악과 관리	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-31	경제, 환경, 사회적 토픽 검토	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-32	지속가능성보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	● ESG 추진 전략 (P. 16-17)
	102-33	중요 사항 보고	● 이사회 운영 (P. 42)
	102-34	중요 사항의 성격과 총 개수	● 이사회 운영 (P. 42)
	102-35	보수 정책	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
	102-36	보수 결정 절차	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)
Core	102-40	이해관계자 집단들의 목록	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-41	단체 협약	● 공정한 고용 및 노사관계 (P. 62)
Core	102-42	이해관계자 파악 및 선정	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-43	이해관계자 참여 방식	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-44	제기된 핵심 토픽과 관심사	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-45	연결제무재표 포함 주제	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-46	보고 내용과 토픽 경계 결정	● ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	102-47	중요 토픽 목록	● ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	102-48	정보 수정	- 첫 번째 ESG 보고서 발간
Core	102-49	보고 변화	- 첫 번째 ESG 보고서 발간
Core	102-50	보고 기간	● About This Report
Core	102-51	가장 최근 보고서 보고일자	● About This Report
Core	102-52	보고 주기	● About This Report
Core	102-53	보고서 관련 문의 시 연락처	● About This Report
Core	102-54	GRI Standard 부합 방법	● About This Report
Core	102-55	GRI 인덱스	● Appendix GRI Index (P. 93-95)
Core	102-56	외부 검증	● About This Report, Appendix 검증 의견서 (P. 98-99)
Management Approach			
Core	103-1	중요 토픽과 그 경계에 대한 설명	● ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	103-2	경영방침과 그 구성 요소	● Governance, Trust, Social, Environment Management Approach (P. 38, 50, 60, 82)
Economy			
Economic Performance	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	● 이해관계자 경제적 가치 분배 (P. 24)
Indirect Economic Impacts	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 74-76)
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 74-76)
Anti-corruption	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	● 윤리경영 추진 (P. 47-48)
Anti-corruption	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	● 윤리경영 추진 (P. 47-48)
Tax	207-1	조세 접근법	● 투명 공시 (P. 49)
Tax	207-2	조세 전략을 책임지는 지배기구, 통제 및 리스크 관리	● 투명 공시 (P. 49), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Tax	207-3	세금 관련 이해관계자 참여 및 관리	● 투명 공시 (P. 49)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
Environment			
Energy	302-1	조직 내 에너지소비	● Appendix 환경 (P. 89-90)
Energy	302-4	에너지소비 감축	● Appendix 환경 (P. 89)
Water	303-5	용수 사용량	● Appendix 환경 (P. 90)
Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	● Appendix 환경 (P. 89)
Emissions	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	● Appendix 환경 (P. 89)
Emissions	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	● 환경영향 관리 (P. 89)
Effluents and Waste	306-2	유형 및 처리방법별 폐기물	● Appendix 환경 (P. 90)
Environmental Compliance	307-1	환경법 및 규정 위반	● Appendix 환경 (P. 90)
Social			
Employment	401-1	신규 채용 임직원과 이직 임직원	● Appendix 사회 인적자본 (P. 91)
Employment	401-2	임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	● 보건안전 및 웰빙 (P. 66-67)
Employment	401-3	육아휴직	● Appendix 사회 인적자본 (P. 91)
Labor/Management Relations	402-1	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	● 공정한 고용 및 노사관계 (P. 62)
Occupational Health and Safety	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여와 커뮤니케이션	● 공정한 고용 및 노사관계 (P. 62)
Occupational Health and Safety	403-6	근로자 건강 증진	● 보건안전 및 웰빙 (P. 66-67)
Training and Education	404-2	임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	● 인재 확보 및 양성 (P. 64-65)
Training and Education	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	● Appendix 사회 인적자본 (P. 92)
Diversity and Equal Opportunity	405-1	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	● Appendix 사회 인적자본 (P. 91)
Diversity and Equal Opportunity	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	● 인재 확보 및 양성 (P. 65)
Human Rights Assessment	412-2	인권 정책 및 절차에 관한 임직원 훈련	● 인권보호 및 증진 (P. 62)
Local Communities	413-1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 74-76)
Customer Privacy	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건	● Appendix 사회 정보보안 (P. 92)

UN SDGs

네이버의 플랫폼과 기술을 활용하여 유엔 지속가능발전목표(UN Sustainable Development Goals, UN SDGs) 달성에 동참하고자 합니다.

유엔 지속가능발전목표(UN SDGs)		네이버 대응 활동
 4.4	2030년까지 취업, 양질의 일자리 및 기업이 활동에 필요한 전문 및 직업 기술을 포함한 관련 기술을 가진 청소년과 성인의 수를 대폭 늘린다	• 커넥트재단 운영을 통한 소프트웨어 및 AI/DATA 디지털 활용능력에 기여
	 5.5	정치, 경제, 공공부문 등 모든 차원의 의사결정 과정에 여성의 완전하고 효과적인 참여와 리더십에 대한 동등한 기회를 보장한다
 7.2	2030년까지 전세계 에너지믹스에서 신재생에너지의 비중을 대폭 늘린다	• 사업장 내 신재생에너지 사용을 통한 에너지 절감 실천
	7.3	2030년까지 전세계 에너지 효율의 개선율을 두 배로 늘린다
 8.3	생산 활동, 양질의 일자리 창출, 기업이 정신, 창의성과 혁신을 지원하고, 금융서비스에 대한 접근을 포함한 소상공인 및 중소기업의 형성과 성장을 장려하는 개발지향 정책을 추진한다	• SME의 디지털 전환과 금융 지원 • 기업형 액셀러레이터 프로그램(D2SF)를 통한 우수 스타트업 육성
	8.5	2030년까지 청년 및 장애인을 포함한 모든 여성과 남성을 위한 생산적 완전고용과 양질의 일자리 창출 및 동일가치노동에 대한 동일임금을 달성한다
 12.5	2030년까지 예방, 감축, 재활용 및 재사용을 통해 폐기물 발생을 대폭 줄인다	• 네이버 및 이해관계자와의 공동노력을 통한 친환경 생태계 조성 추진
	12.6	기업, 특히 대기업 및 다국적 기업이 지속가능한 활동을 도입하고, 보고 체계에 지속가능성 정보를 통합하도록 장려한다
 13.3	기후변화 완화, 적응, 영향 감소, 조기 경보 등에 관한 교육, 인식제고, 인적/제도적 역량을 강화한다	• 2040 Carbon Negative 달성을 위해 환경경영 거버넌스 및 추진전략 고도화
	16.5	모든 형태의 부정부패와 뇌물수수를 대폭 줄인다
 16.10	국내법 및 국제적 합의 따라, 정보에 대한 대중의 접근을 보장하고 기본적인 자유를 보호한다	• 모두를 위한 정보의 접근성 및 디지털 안전과 표현의 자유 보장 노력

수상 및 가입 협회

수상

- 2017**
 - 03. - 네이버, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 11년 연속 1위 (한국생산성본부)
 - 05. - 네이버, CEO스코어 '최우수 경영 기업' 선정
 - 11. - 데이터센터 각, '에너지 챔피언' 선정
- 2018**
 - 06. - 동반성장지수 평가 2년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
 - 08. - 파파고·웨이·네이버지도, 독일 레드닷 어워드 커뮤니케이션부문 수상 (Red Dot Award)
 - 09. - LICO 웹애니메이션 '연애하루전', 'BCWW2018' 뉴미디어콘텐츠상 대상 수상
 - 10. - 네이버, IDEA 4개 부문에서 클로바 프렌즈 등 6종 프로젝트 수상 (IDEA)
- 포춘 선정 '미래유망기업(The Future 50)' 6위에 선정 (FORTUNE)
 - 11. - 네이버·네이버랩스, CES2019 이노베이션 어워드 4개 프로젝트 수상
- 네이버 비즈니스 플랫폼, '그랜드 클라우드 컨퍼런스' 장관상 수상 (과학기술정보통신부)
(클라우드 산업발전유공장관 표창)
- 2019**
 - 02. - 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 6개 서비스 수상 (iF Design Award)
- V Live 오리지널 라이브 포맷, 미디어 엑셀런스 어워드 '음악' 부문 수상 (Media Excellence Awards)
 - 06. - 동반성장지수 평가 3년 연속 최우수, 인터넷 플랫폼 업종 최초 '최우수 명예 기업' 선정 (동반성장위원회)
 - 09. - 네이버, '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정 (고용노동부)
 - 10. - 네이버, '2019 대한민국 소상공인대회' 감사패 수상
- 네이버웍스, 클로바 클락 등 6개 제품, 일본 '굿디자인 어워드' 수상 (Good Design Award)
 - 11. - 네이버, 동반성장주간 기념식 자발적 상생협력 부문 대통령 표창 수상 (중소벤처기업부, 동반성장위원회)
 - 12. - 네이버, 대한민국 동반성장 시상식 3년 연속 '동반성장지수평가 최우수 기업상' 수상 (동반성장위원회)
- 2020**
 - 02. - 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award)
 - 08. - LACP 2019 비전어워드 금상 수상
 - 09. - 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상
- 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)

가입 협회

- (사)한국인터넷기업협회 / 네이버 참여, 회장사
- (사)한국인터넷자율정책기구 / 네이버 참여, 부회장사
- (사)한국온라인쇼핑협회 / 네이버 참여, 이사
- (사)한국온라인광고협회 / 네이버 참여, 부회장사
- (사)한국핀테크산업협회 / 네이버파이낸셜 참여, 부회장사

검증 의견서

네이버 2020 ESG 보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 네이버 2020 ESG 보고서 (이하 “보고서”)의 검증을 요청 받았습니다. 보고서의 작성 책임은 네이버 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 데이터와 정보에 대한 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

네이버는 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS(2008) 및 KMR 글로벌 경영위원회의 SRV1000 지속가능경영보고서 검증 기준을 적용하였으며, Type 2, Moderate Level의 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality) 및 대응성(Responsiveness) 원칙의 준수여부를 평가하였으며, 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 검증팀은 이를 확인하기 위해 하기 사항에 대해 검토하였습니다.

- GRI Standards 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제표준(Topic Specific Standards)
 - 하기 특정주제표준 경영접근방식(Management approach)
 - 경제성과(Economic Performance): 201-1
 - 간접경제효과(Indirect Economic Impacts): 203-1, 203-2
 - 반부패(Anti-Corruption): 205-2, 205-3
 - 조세(Tax): 207-1, 207-2, 207-3
 - 에너지(Energy): 302-1, 302-4
 - 용수(Water): 303-5
 - 배출(Emissions): 305-1, 305-2, 305-5
 - 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste): 306-2
 - 환경 규제준수(Environmental Compliance): 307-1
 - 고용(Employment): 401-1, 401-2, 401-3
 - 노사관계(Labor/Management Relations): 402-1
 - 산업안전보건(Occupational Health and Safety): 403-4, 403-6
 - 훈련 및 교육(Training and Education): 404-2, 404-3
 - 다양성과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity): 405-1, 405-2
 - 인권평가(Human Rights Assessment): 412-2
 - 지역사회(Local Communities): 413-1
 - 고객개인정보보호(Customer Privacy): 418-1

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, 네이버의 협력회사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증절차

한국경영인증원의 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같은 절차를 거쳤습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중대성 평가 절차 및 방법에 대한 검토
- 지속가능경영 전략 및 목표에 대한 검토
- 이해관계자 참여 활동에 대한 검토
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰

검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 네이버와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반응을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, 본 검증팀은 네이버의 보고서에서 아래 기재된 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 또한 검증 범위에 포함된 상기 데이터가 적정하게 기술되지 않았다는 증거는 발견되지 않았습니다.

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

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

개선을 위한 제언

한국경영인증원은 네이버가 발간한 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

- 네이버는 ESG 세부 주제들에 대해 지면에 구애받지 않고 상세히 설명한 점과 리스크 관리 측면에서 절차뿐만 아니라 잠재적 영향분석과 대응활동을 구체적으로 보고한 점이 돋보입니다. 향후 정량성과 보고 시 가능한 범위 내에서 3개년 성과를 모두 보고하여 비교가능성을 높이고 긍정적 이슈와 부정적 이슈를 균형있게 보고하여 이해관계자의 합리적인 관심과 기대에 적극적으로 대응하길 권고드립니다.

검증의 독립성

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

2020.12. 7

대표이사



NAVER



네이버 2020 ESG 보고서에 사용된 용지는 FSC®(국제산림관리협의회, Forest Stewardship Council®)가 인증한 친환경용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.