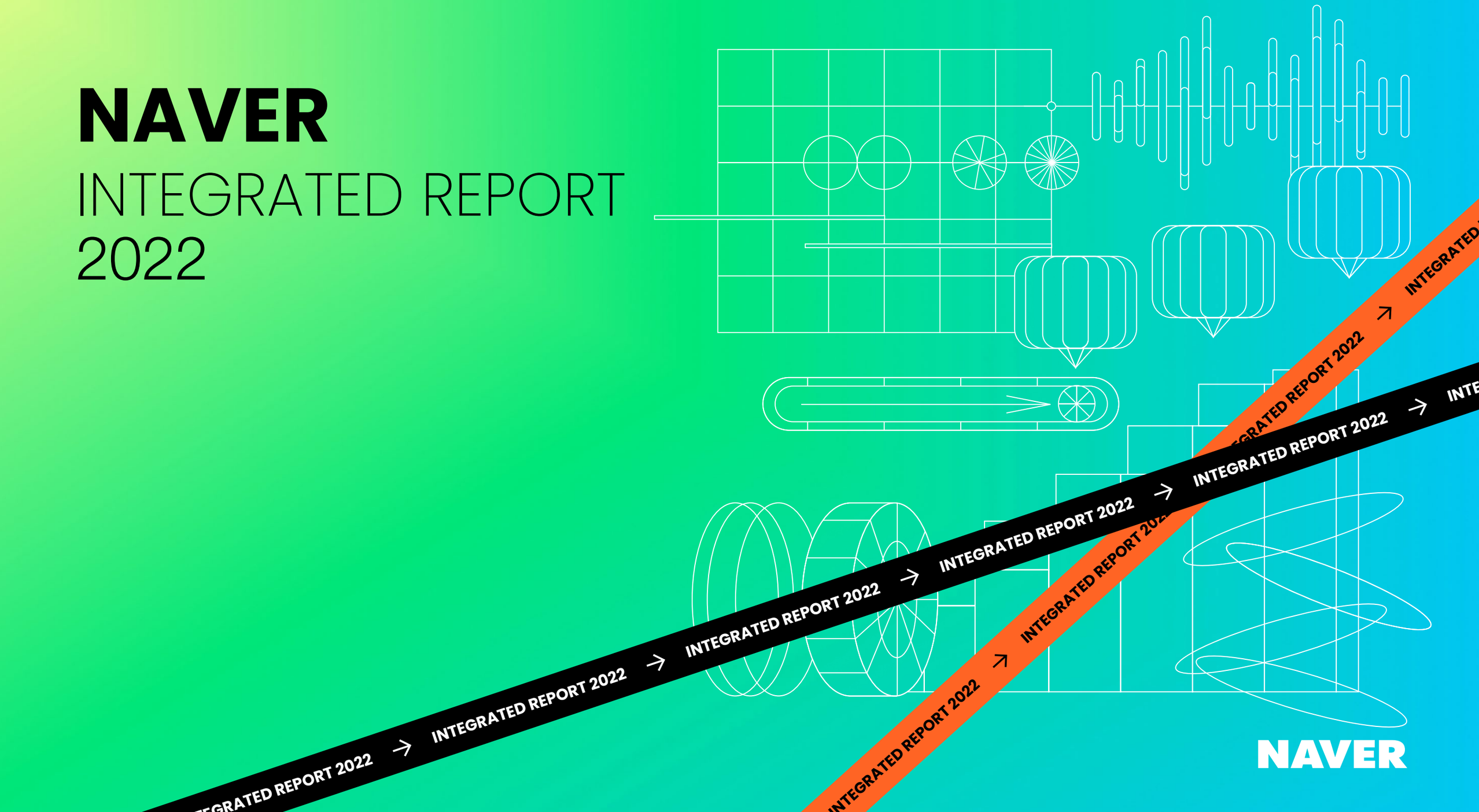
NAVER

INTEGRATED REPORT 2022



ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

본 보고서는 네이버의 통합보고서 'Integrated Report'로서 네이버의 투자자 및 이해관계자에게 연례 재무·비재무 성과를 통합적으로 보고하기 위한 목적으로 발간되었습니다. 네이버 이사회는 본 보고서의 발간을 2023년 6월 최종 승인하였습니다.

보고 기간

본 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2022년 12월 31일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2022년 12월 31일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2023년 3월 31일까지의 의사결정 사항을 담고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 이전 3개년 이상의 데이터를 제시하여 추이 파악이 가능하도록 하였습니다.
- 시의성 있는 정보 전달을 위해 2023년도 상반기 중의 주요 사업 성과 및 경영 성과 일부를 포함하고 있습니다.

보고 범위

본 보고서의 보고 범위는 다음과 같습니다.

- 재무 및 사업 성과에 관한 보고는 네이버가 운영하고 있는 본사 및 국내외 사업장 전체를 포함하고 있습니다.
- 비재무 성과는 네이버 주식회사 개별 기업을 기준으로 작성하였으며, 환경 성과는 네이버의 사옥인 1784와 그린팩토리, 데이터센터인 각 춘천, 구성원 연수원 건물인 커넥트원, 파트너 상생의 공간으로 활용되는 네이버 스퀘어와 임차사업장을 포함하고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 주요 계열회사의 성과를 포함하고 있으며, 그 경우 해당 계열회사를 명시하였습니다.

작성 기준

본 보고서의 작성 기준은 다음과 같습니다.

- ESG 정보는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)에 따라 작성하였습니다.
- 재무성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결기준으로 작성하였습니다.
- 재무·비재무 성과의 통합적 기술 방식은 VRF(Value Reporting Foundation)가 제시하는 Framework의 원칙과 내용을 준수하여 작성되었습니다.

보고서 검증

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

보고서 문의

본 보고서에 대한 문의사항은 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

네이버 GREEN IMPACT팀

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

CONTENTS

1. INTRODUCTION

1.1	CREATED BY TEAM NAVER	04
1.2	LETTER TO STAKEHOLDERS	13
1.3	NAVER AT A GLANCE	14
1.4	2022 AT A GLANCE	15
1.4.1	FINANCIAL HIGHLIGHTS	15
1.4.2	ESG HIGHLIGHTS	16
1.4.3	KEY MILESTONES	17

2. MANAGEMENT REPORT

2.1	NAVER LEADERSHIP	19
2.2	NAVER PEOPLE	20
2.3	TEAM NAVER – BUSINESS MODEL	22
2.4	TEAM NAVER – TODAY	23
2.4.1	서치플랫폼	24
2.4.2	커머스	27
2.4.3	핀테크	30
2.4.4	콘텐츠	33
2.4.5	클라우드	36
2.5	TEAM NAVER – TOMORROW	39
2.5.1	미래 역량 개발과 기술 혁신	40
2.5.2	미래 기술 투자 및 협력 생태계	42

3. ESG REPORT

3.1	ESG FRAMEWORK	46
3.1.1	ESG 추진 체계 및 전략	46
3.1.2	네이버 ESG 추진 조직	48
3.2	이해관계자 참여 및 소통	50
3.2.1	네이버 6대 이해관계자	50
3.2.2	이해관계자별 가치 분배	52
3.3	2022 네이버 중요 주제	53
3.3.1	이중 중대성 평가	53
3.3.2	2022 중요 주제	55
3.4	ESG COMMITMENT	57
3.4.1	ESG 가치창출 플랫폼 구축	57
3.4.2	구성원 성장 및 만족	62
3.4.3	파트너 성장 지원 및 지역사회 상생	76
3.4.4	지배구조 투명성 유지 및 선진화	88
3.4.5	2040 CARBON NEGATIVE 달성	99
3.4.6	프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화	109
3.4.7	책임 있는 비즈니스 운영	120

4. DATA & DISCLOSURE

4.1	재무성과표	136
4.2	ESG성과표	143
4.3	SASB INDEX	148
4.4	GRI INDEX	149
4.5	온실가스 배출량 검증 성명서	152
4.6	제3자 검증 의견서	156
4.7	수상	158

INTERACTIVE PDF

본 보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동과 연관 웹페이지 바로가기, 동영상 시청하기 등의 기능이 포함된 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다

Created by
TEAM NAVER

1999년 검색 서비스로 시작한 네이버는 국내에서 글로벌로,
검색에서 커머스·콘텐츠·핀테크·B2B 등으로 크게 성장하였고,
검색이라는 1개의 엔진으로 구동되던 기업이 무려 N개의 엔진을
가진 기업이 되었습니다. 사업 포트폴리오가 다양해지면서
각 분야별 인재들도 많아졌고, 이를 통해 네이버는 강력한 팀이
되었습니다. N개의 엔진으로 구성된 거대한 조직이 마치 하나의 팀처럼
움직이는 '팀 네이버'. 팀 네이버의 서비스와 기술은 글로벌 7억 명의
이용자가 이용하고 있으며, 1천 만 콘텐츠 창작자와 250만 SME도
팀 네이버와 함께 성장하고 있습니다.

팀 네이버의 CEO로서 도전을 함께 만드는 팀 네이버 구성원들과 함께
글로벌 시장 매출 증대, 새로운 비즈니스 생태계 확대를 통해 지속가능한
성장을 이어가며 팀 네이버만의 글로벌 스토리를 전하겠습니다.

네이버 주식회사 대표이사
최수연

팀 네이버의 첫 번째 에피소드,
'네이버의 새로운 도전과 변화 그리고 글로벌 스토리' 중

TEAM NAVER
Create New Opportunities

SKIP THIS COVER STORY

GREEN IMPACT OF TEAM NAVER

Net-zero Stewardship

네이버는 앞선 기술력과 차별화된 플랫폼으로 전 세계 이용자의 매일과 함께 하며, 네이버 생태계 안의 콘텐츠 창작자들과 SME의 가능성을 품습니다. 그러나 그 과정에는 광범위한 데이터의 보관과 가공이 필요하며, 이는 많은 전력을 필요로 합니다. 2020년 네이버는 비즈니스 활동을 통한 친환경 효과는 극대화하는 한편, 부정적인 자연환경은 최소화하기 위해 '2040 Carbon Negative' 전략을 수립하였습니다. 목표 달성을 위해 2022년 네이버는 재생에너지 도입 확대, 운영상의 환경영향 저감, 친환경 제품 및 솔루션 개발, 그리고 CDP와 EV100 등과 같은 외부 파트너십을 확대하며 실질적인 변화를 이끌어 내고자 노력하였습니다. 나아가 파트너, 이용자, 계열사 등 Value Chain 전반으로 네이버 Green Impact의 범위를 확장하며 Carbon Negative를 향한 힘찬 발걸음을 이어 나가고 있습니다.

--> 네이버 TCFD 보고서 2022 --> 네이버 그린 커머스 보고서 2022

2040 CARBON NEGATIVE

2040
2040년 넷제로 달성

OPERATIONAL EXCELLENCE
운영상의 환경영향 저감

5,490,399 kWh
2022년 재생에너지 사용 실적

PUE 1.1
친환경 기술과 고도화된 운영 효율화로
각 춘천은 평균 PUE 1.1 유지

OFFSET PARTNERSHIP
외부 파트너십 확대

글로벌 그린 이니셔티브 참여
RE100 TCFD CDP EV100

FUTURE GREEN PRODUCT
친환경 제품·서비스 솔루션 개발

7억 1천만 장
2022년 기준 네이버 전자문서 서비스를 통해 대체한 종이문서 누적 건수

426만 명
2022년 네이버 스마트스토어 기획전, 네이버 쇼핑라이브,
그린 프라이데이 등을 통해 만난 그린슈머 수

CREATED BY TEAM NAVER

SOCIAL IMPACT OF TEAM NAVER

Impact Beyond NAVER

네이버는 기술 플랫폼으로서 첨단 기술을 누구나 쉽게 활용할 수 있는 일상의 친숙한 서비스로 제공하기 위해 변화를 추구하고 새로운 도전을 시도합니다. 특히 네이버의 기술과 플랫폼이 SME와 크리에이터의 성장을 위한 토양이 되고, 그들의 가치가 네이버 생태계 안에서 꽃피우며 성공의 열매가 우리 사회 전반에 긍정적인 변화를 이끌어 낼 수 있도록 노력합니다. '프로젝트 꽃'은 SME와 크리에이터의 가치를 발견하고 지속가능한 성공을 응원하는 팀 네이버가 만들어 가는 Social Impact로서, 플랫폼 기업으로서 요구받는 사회적 영향력과 책임감을 기반으로 진정성과 가치를 인정받아 왔습니다. 2022년 네이버는 한 걸음 더 나아가 프로젝트 꽃이 사회적 기대와 시대의 변화에 맞춰 더욱 성장할 수 있는 방안을 고민하며 새로운 진화를 준비하였습니다.

→ 프로젝트 꽃 홈페이지 → 네이버 D-커머스 리포트 2022

네이버 프로젝트 꽃

네이버 분수펀드

SME와 창작자의 디지털 전환을 돕고 성장의 토양을 제공합니다.

온라인 스토어

스마트스토어 등 온라인 스토어 플랫폼을 통해 SME의 온라인 판매 활로 개척과 매출 증진에 기여합니다.

오프라인 스토어

판로 개척, 온라인 전환을 지원하며 오프라인 SME의 성장과 디지털 확장을 돕습니다.

온·오프라인 SME 풀케어 시스템

네이버의 기술과 플랫폼, 인프라로 온·오프라인 SME의 성장을 단계별로 지원합니다.

398.6억 원

2022년 말 기준 기부금 영역 '공익 플랫폼' 분수펀드 규모

550,000개

2022년 말 기준 네이버 입점 스마트스토어 수

1,110,000개

2022년 6월 기준 스마트플레이스를 이용하는 비수도권 기준 지역업체

17조 4천억 원

2021-2022년 2년간 '빠른정산' 서비스 이용 누적대금

589.7억 원

2022년 말 기준 네이버 비즈니스를 통한 사회적 기여 영역 '사업 플랫폼' 분수펀드 규모

230여 개

공정무역, 친환경, 일자리 창출 등을 실현하는 공감가게 수

230%

2021년 기준 동네시장 장보기 전년 대비 주문 건수 증가율

2,000억 원 +

2023년 1분기 기준 스마트스토어 사업자대출 규모

SKIP THIS COVER STORY

IMPACT ENABLER OF TEAM NAVER

On Board Together

네이버 최고의 경쟁력이자 최대 자산은 도전을 함께 만드는 동료들입니다. 사업의 규모가 커지고 제공하는 서비스가 확장되는 만큼 다양해진 팀 네이버의 인재들은 각자 쌓아온 경험과 지식을 기반으로 협력하고 혁신합니다. 네이버와 함께 하는 전 세계 수많은 사람들의 일상에 긍정적인 영향을 주고, 다가오는 미래를 앞서 구현할 수 있도록 서로를 존중하고 서로에게 배우며 모두의 가능성을 키워 나갑니다. 이에 회사는 현재의 성과와 미래의 가치를 구성원과 나누고 탄탄한 복지 프로그램은 물론, 일하는 시간과 장소에 대한 자율권까지 아우르는 일하는 문화를 구성원 스스로 만들어 나갈 수 있도록 지원합니다. 2022년에도 새로운 근무 제도인 'Connected Work'를 비롯하여 새로운 시도와 도전을 이어가며 팀 네이버가 더욱 강력하고 하나되는 팀이 될 수 있도록 모두가 함께 노력하였습니다.

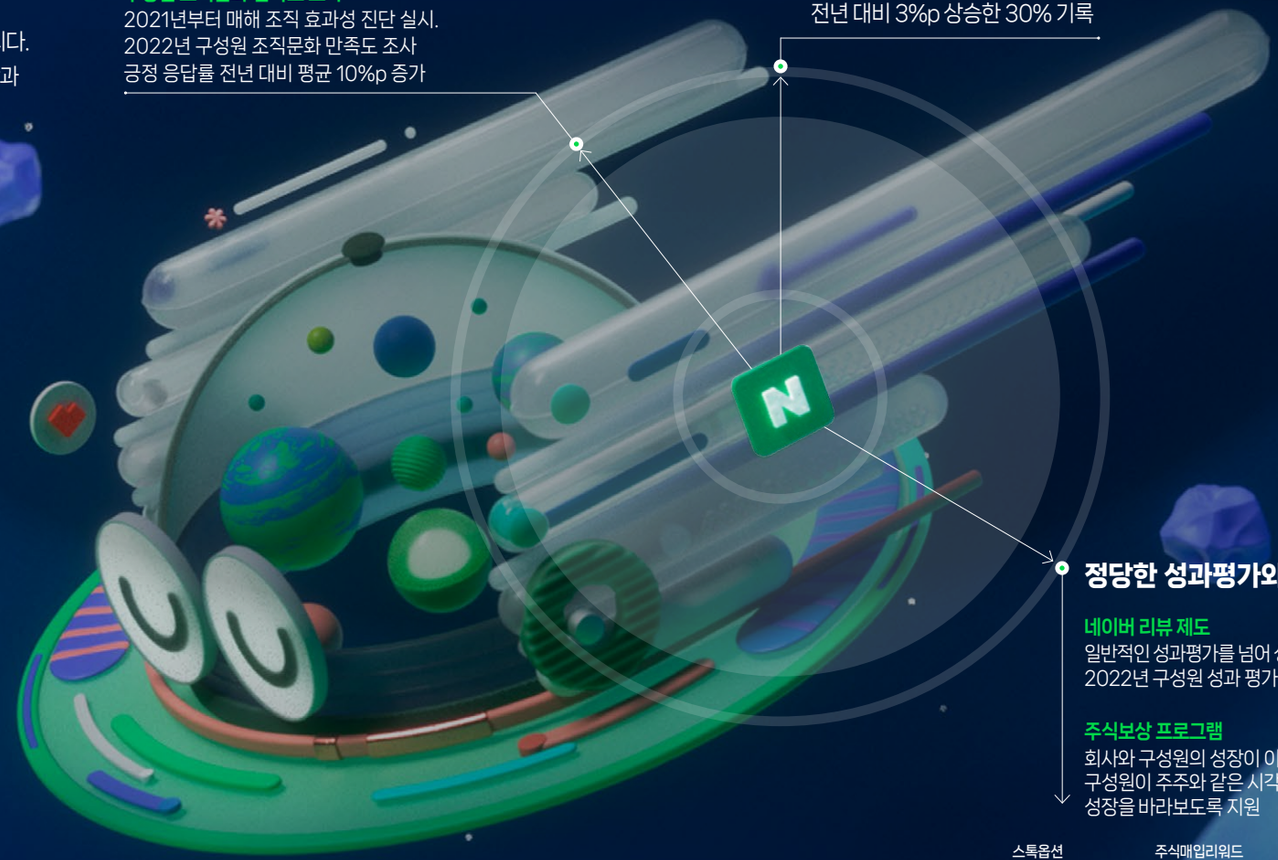
네이버 글로벌 커리어 페이지

건강한 조직문화 구축

구성원 조직문화 만족도 조사
2021년부터 매해 조직 효과성 진단 실시.
2022년 구성원 조직문화 만족도 조사
긍정 응답률 전년 대비 평균 10%p 증가

구성원 다양성 존중

리더 직급 성비
여성 리더 비율, 2022년 말 기준
전년 대비 3%p 상승한 30% 기록



정당한 성과평가와 보상

네이버 리뷰 제도
일반적인 성과평가를 넘어 성장을 위한 내실있는 피드백 제공.
2022년 구성원 성과 평가 실시율 96.5% 기록

주식보상 프로그램
회사와 구성원의 성장이 이어지는 계기를 제공하고,
구성원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치와
성장을 바라보도록 지원

스톡옵션	주식매입리워드	스톡그랜트
(2019~2021)	(2020~)	(2021~)
2019	2020	2021

Future-proof
TEAM NAVER

네이버는 10여 년의 도전 끝에 글로벌 무대에 라인이라는 성공사례를 만들어 낸 글로벌 1.0단계를 지나, 전 세계를 무대로 포트폴리오를 하나씩 더해 나가며 새로운 도전의 기반을 다진 글로벌 2.0단계를 거쳐 글로벌 3.0 단계에 돌입합니다. 네이버 내부 구성원 간의 협력은 물론 다양한 파트너들과의 협업으로 성장해 가는 팀 네이버로 거듭나고 있으며, 2022년은 네이버가 글로벌 기업으로서 더 큰 도약을 위한 내실을 다진 한 해였습니다.

지금까지 네이버가 써 내려온 성장 스토리에도, 앞으로 열어갈 새로운 미래에도, 그 중심에는 함께 도전하는 팀 네이버가 있습니다. 2022년 네이버는 구성원 한 사람 한 사람이, 나아가 우리와 함께 다양한 기술을 실험할 많은 파트너들이 역량을 마음껏 발휘하고 시너지를 높일 수 있는 거대한 플랫폼 '1784'를 글로벌 도전의 새로운 베이스캠프로 삼았습니다. 1784는 로봇과 공존하는 새로운 기술의 집약체가 만들어 낸 사무공간으로, 로봇-자율주행-AI-클라우드 등 네이버의 미래를 이끌 모든 기술들이 융합됩니다. 사람-기술-공간이 촘촘히 연결되고 융합되는 도전 속에 팀 네이버는 일상을 변화시킬 새로움을 만드는 데 집중하고 있습니다.

1784, The Testbed

TURNING INNOVATION INTO REALITY

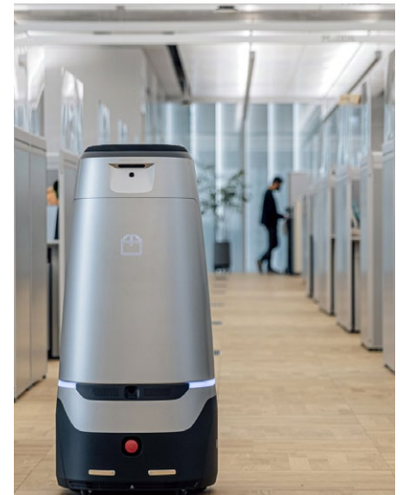
독특한 이름을 지닌 네이버의 새로운 사옥 1784는 네이버 제2사옥의 실제 지번이면서, 동시에 최초의 산업혁명이 시작된 해입니다. 산업혁명이 인류의 삶을 바꿔 놓았던 것처럼, 1784를 거대한 기술 테스트베드(Testbed) 삼아 혁신을 현실로 일궈내고자 하는 네이버의 의미와 도전의 가치를 담고 있습니다. 네이버 1784는 '테크 컨버전스 빌딩'을 콘셉트로 지어진 세계 최초의 로봇 친화형 빌딩으로 미래형 업무공간이자, 국제적인 친환경 건물 인증제도인 LEED Platinum 등급을 받은 친환경 건축물입니다. 건물이 기술 그 자체, 건물 자체가 친환경 시스템인 1784에서 팀 네이버는 끊임없이 실험하고 도전하며 새로운 내일을 만들어 갑니다.

01.

Meet tomorrow's robots, today

일상으로 들어온 로봇

1784가 만들어 갈 공간의 혁신은 로봇에서 시작됩니다. 1784 곳곳을 누비는 서비스 로봇 '루키(Rookie)'는 네이버랩스의 자율주행 로봇 플랫폼 '어라운드(AROUND)'를 기반으로 개발된 딜리버리 로봇으로 택배·도시락·카페 배달 등 다양한 편의 서비스를 제공하고 있습니다. 1784에서는 이 외에도 다양한 로봇 실험이 이루어지고 있습니다. 양팔로봇 '앰비덱스(AMBIDEX)'는 배달을 마친 루키의 소독을 돕고, 드로잉로봇 '아르토원(ARTO-1)'이 태블릿 PC에 그림을 그리며 1784 방문객의 눈길을 사로잡습니다. 라인프렌즈(현 IPX) 대표 캐릭터인 '브라운'과 '샐리' 모습을 한 로봇이 자연스럽게 사람들을 스쳐 지나가며 네이버랩스의 HRI(사람-로봇 상호작용) 연구 과제를 수행합니다. 이처럼 1784는 거대한 로봇 실험실로서 로봇이 우리 삶에 자연스럽게 녹아 드는 세상을 준비합니다.



서비스 로봇 ROOKIE

5G 브레인리스 로봇 기술을 기반으로, 세계 최초의 로봇 전용 엘리베이터인 'ROBOPORT'를 타고 자유롭게 층간을 이동하며 1784에서 다양한 서비스를 제공합니다.

02.

Work with tomorrow's tools, today

일하는 방식의 미래

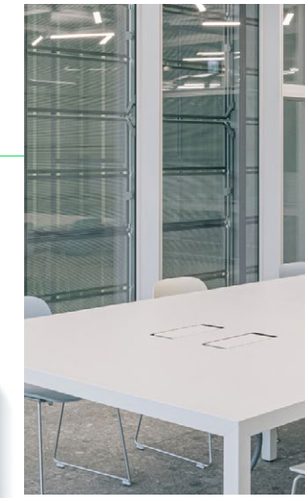
1784는 팀 네이버의 기술이 집약된 거대한 '테크 컨버전스 플랫폼'인 만큼 네이버 내 많은 조직 간의 협업은 물론, 파트너를 포함한 보다 큰 의미의 팀 네이버가 시도하는 다양한 기술들의 실험과 융합이 지속적으로 일어나는 곳입니다. 새로운 변화를 만드는 공간, 1784에서는 일하는 방식의 혁신과 공간의 미래가 새롭게 설계됩니다. 얼굴인식만으로 자유롭게 출입이 가능하며 모바일 앱 하나로 조명·온도·환기 등의 업무환경을 제어할 수 있고, 의료진과 AI가 함께 활약하는 부속의원에서 체계적 건강관리를 받을 수 있는 1784. 건물 곳곳에 스며든 네이버의 다양한 선행 기술이 더 나은 업무 환경을 만들고 그 안에서 일하는 모습은 미래의 새로운 기준이 됩니다.

CLOVA FaceSign

글로벌 기술 경쟁력을 인정받은 클로바의 얼굴인식 기능이 장착된 스피드게이트에서 팀 네이버 구성원들은 멈춤 없이, 사원증을 태그할 필요도 없이 그대로 이동하며 통과할 수 있습니다.

네이버 케어

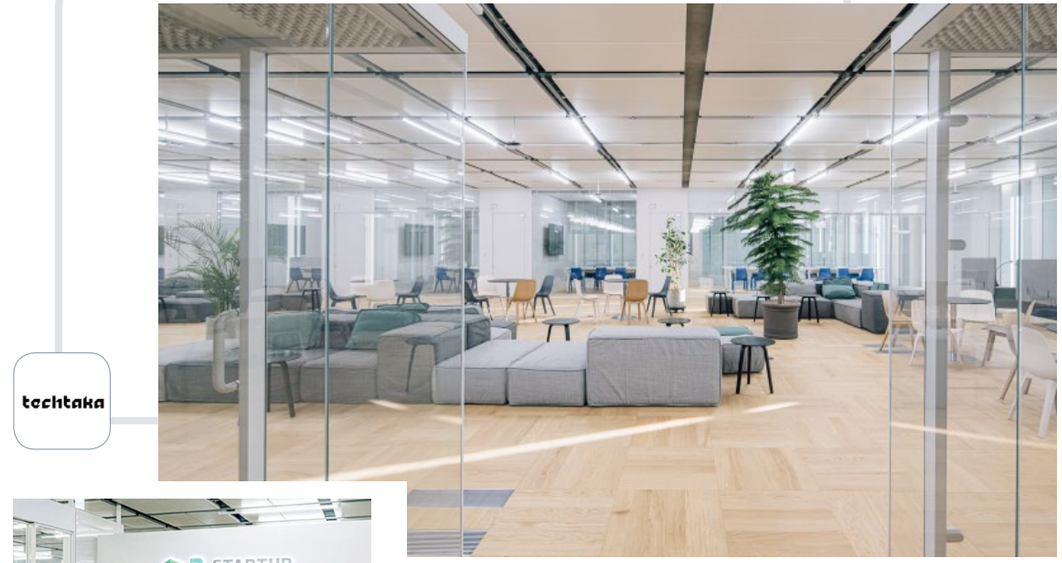
사옥 내 위치한 부속의원에서는 진단 전 과정에 네이버가 보유한 기술을 더해 구성원들을 위한 체계적인 의료 서비스와 건강관리 솔루션을 제공합니다.

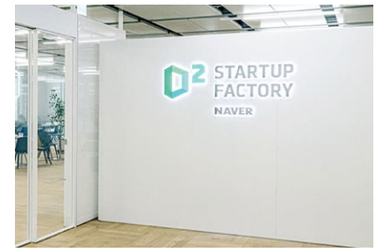


WORKS 비서

네이버웍스에 새롭게 구현된 AI 챗봇을 통해 로봇 딜리버리 서비스를 이용할 수 있으며, 사내카페 및 식당에서 식음료를 주문하거나, 주차 위치를 확인하는 등 각종 생활지원 서비스를 받을 수 있습니다.

D2SF 기술 스타트업





D2SF@분당

140석 규모의 기술 스타트업을 위한 공간이 마련되어 있고,
AI·메타버스·데이터분석·헬스케어 등 다양한 분야의
실력 있는 기술 스타트업들이 팀 네이버와 함께 혁신을 위한
시너지를 창출합니다.

03.

Shape the future together

함께 만드는 새로운 미래

기술은 홀로 존재할 때 보다 서로 연결되고 합쳐질 때 더 큰 성과를 창출합니다. 네이버가 혁신을 일궈낼 테스트베드로 1784를 만드는 데 있어 테크 컨버전스에 집중한 이유입니다. 혁신을 이루어내는 공간뿐 아니라 방식 또한 연결과 함께의 가치가 더해질 때 보다 큰 힘을 발휘합니다. 첨단기술의 융합을 끊임없이 실험하는 1784에는 스타트업과 연구진이 다가올 미래 혁신을 위해 지혜와 역량을 모으고 있습니다. 특히 2021년 카이스트와 함께 설립한 KAIST-NAVER Hypercreative AI Center의 연구원들 100여 명이 1784에 입주해, 초대규모 AI뿐 아니라 도전적이고 새로운 기술로 알려진 창의적 AI의 공동연구를 위해 긴밀히 협력하고 있습니다. 1784라는 공간에서 기술과 아이디어가 모여 혁신으로 연결될 수 있도록 네이버는 1784의 새로움을 혁신 파트너들과 함께 나눕니다.

TEAM NAVER
Creating New Opportunities

1784에서 네이버는 혁신을 현실로 만들고 있습니다. 네이버의 다양한 기술들로 실험과 도전, 융합을 통해
새로운 기회와 가능성을 만들어 갑니다. 그러나 네이버가 그리는 미래는 기술 혁신만으로는 다다를 수 없습니다.
네이버는 보다 장기적인 관점에서 ESG(환경·사회·거버넌스)를 중심으로 지속가능한 미래를 만들기 위한 계획을 수립하고
실천에 옮기고 있습니다. 지속가능성을 중심에 두고 경제적·사회적·환경적으로 바르게 성장하고자 노력하며,
네이버의 기술과 플랫폼이 지속가능한 가치 창출의 도구가 될 수 있도록 SME·스타트업·크리에이터 등
도전을 두려워하지 않는 혁신가들이 더 넓은 세상에서 새로운 기회와 만날 수 있도록 돕겠습니다.
팀 네이버는 글로벌 최고 수준의 미래기술에 진정성 있는 ESG 가치를 더해 도전이 현실이 되는 세상을 만들어 갑니다.

LETTER TO STAKEHOLDERS

네이버는 신뢰와 자율 기반의
도전 기회를 미래 혁신 사업의
성장 동력으로 연결하는
글로벌 테크 플랫폼을 지향합니다.

안녕하십니까, 네이버 대표이사 최수연입니다.

네이버의 모든 이해관계자 여러분, 먼저 팬데믹으로 어려웠던 지난 시간 동안에도 네이버를 향한 변함없는 지지와 믿음을 보내주셔서 진심으로 감사드립니다. 이제 엔데믹 시대가 도래하면서 네이버는 지속가능한 기업가치의 중요성을 바탕으로 ESG 경영을 고도화하고, 글로벌 선도 수준의 기술 역량을 강화해 네이버 만의 지속가능한 성장을 이루어 나가고 있습니다.

네이버는 끊임없는 서비스 역량 강화와 새로운 시장 개척을 통해 지속적으로 성장하고 있습니다. 2022년에는 서치플랫폼, 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 등 주요 사업 부문의 경쟁력 제고에 따른 견조한 성장에 기인하여 연간 매출액이 전년 대비 20.6% 증가한 8조 2,201억 원을 기록해 지속적으로 실적을 개선하는 저력을 보여주었습니다.

특히 2022년은 안정적인 국내 사업 경험을 토대로 투자와 사업조직을 재정비하여 네이버가 글로벌 기업으로서 더 큰 도약을 준비하는 한 해였습니다. 2022년 발표한 북미 C2C 기반 패션 커머스 플랫폼 포시마크(Poshmark)의 인수와 글로벌 B2B 시장을 공략하기 위한 클라우드 계열 사업부 통합은 네이버의 미래 시장 확대의 든든한 기반 확보를 위한 큰 도전입니다.

또한 네이버는 혁신적인 AI, 클라우드, 로봇 관련 기술들로 전 세계인의 이목을 집중시키며 미래를 준비하고 있습니다. 앞으로도 네이버는 글로벌 시장에서 새로운 성장 기회를 찾고, 신중하게 판단하여 효율적으로 지원함으로써 국내외 이용자들에게 가장 매력적인 플랫폼으로 거듭나겠습니다.

네이버의 적극적인 사업 추진과 외형 확장을 위해 지속가능하고 내구성 높은 운영 체계 또한 지속적으로 고도화하고 있습니다. 네이버는 2020년 본격적으로 ESG 경영을 선언한 이후 이사회 산하 ESG위원회 수립, 2040 Carbon Negative·RE100 선언, 인권경영 체계 구축 등 네이버 플랫폼 생태계 내 절차와 체계에 대한 ESG 내재화를 적극적으로 추진하고 있습니다.

또한 플랫폼 생태계를 주도하는 이해관계자의 요구와 잠재 리스크를 분석하고 대응해 지속가능한 가치를 높이는 데 주력하였습니다. 구성원의 업무 자율성 보장을 위한 근로제도 'Connected Work'를 도입하고, 파트너 대상 공급망 ESG 인식을 제고하며, 이용자를 위해 서비스 안정성, 유해 콘텐츠 차단을 강화하면서 네이버는 이해관계자로부터 꾸준한 신뢰를 받고 있습니다.

2023년에는 ESG 전략을 개편하여 보다 실질적인 사회적 가치를 창출하고 장기적인 환경 영향을 저감하는 ESG 7대 전략체계로 고도화하고 핵심성과지표(Key Performance Indicators)를 수립하여 공개하였습니다. 이를 기반으로 네이버는 재무적 이윤과 환경·사회적 가치 창출을 동시에 이뤄낼 수 있도록 지속적으로 개선하고 실천하겠습니다.

또한 2023년 새롭게 발표한 3개년 주주환원 정책과, 이와 별개로 3개년 동안 발행주식수 약 3% 규모의 자사주 소각을 성실하게 이행하며, 성장과 혁신을 기반으로 주주가치를 극대화해 주주 여러분께서 보여 주시는 오랜 신뢰에 보답하기 위해 노력하겠습니다.

앞으로도 네이버는 신뢰와 자율 기반의 도전 기회를 미래 혁신 사업의 성장 동력으로 연결하는 글로벌 테크 플랫폼으로 성장하기 위해 지속적으로 노력하고 그 성과를 적극적으로 소통하겠습니다. 네이버의 행보를 지지하고 응원해주시는 모든 이해관계자 여러분에게 다시 한 번 감사의 말씀을 드리며, 네이버의 유의미한 선택과 가치 있는 도전들을 지켜봐 주시기 바랍니다.

최수연
네이버 주식회사 대표이사

네이버 메타버스 **ZEPETO**를 사용해 만든 캐릭터입니다.

NAVER AT A GLANCE

회사 개요

네이버는 1999년 벤처기업에서 출발해 글로벌 ICT 기업으로 성장하였습니다. 한국 최대 검색포털 네이버를 비롯하여 카메라 촬영·편집 서비스 스노우, 글로벌 스토리테크 플랫폼 네이버웹툰, 메타버스 플랫폼 제페토 등을 통해 전 세계 수많은 사람들에게 연결의 가치를 제공하고 있습니다. 뿐만 아니라 인공지능, 로보틱스, 모빌리티 등 미래 기술에 대한 지속적인 연구개발을 통해 글로벌 시장에서 신뢰받는 기술 플랫폼이 되기 위한 도전을 이어가고 있습니다. 나아가 지속가능하며 보다 나은 미래를 더욱 많은 사람들과 함께 누릴 수 있도록 네이버의 경영 전반에 걸쳐 ESG 가치를 확산해 나가고 있습니다.

기업 정보

사명

네이버 주식회사

설립연도

1999년 6월

대표이사

최수연

본사 위치

경기도 성남시 분당구 정자일로 95
네이버 1784

구성원 수

4,963명

* 2022년 12월 기준

대외 평가

신용평가

한국신용평가㈜	NICE신용평가㈜
2021년 2월 5일	2021년 2월 5일
AA+	AA+

Moody's	S&P
2021년 3월 17일	2021년 3월 17일
A3	A-

ESG[1)]

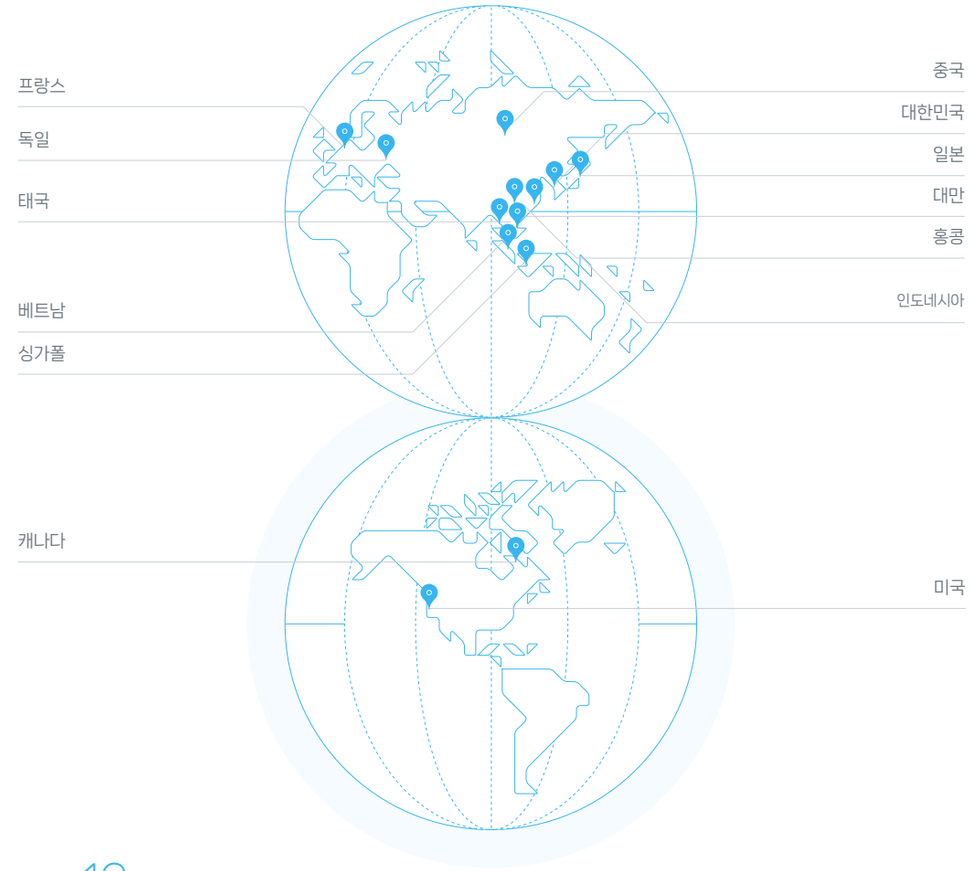
KCGS	MSCI
2022년	2022년
A	AAA

Sustainalytics
2022년 12월 기준

글로벌 상위
12%

[1)] 통합등급 기준

글로벌 네트워크



전 세계 13개국 진출

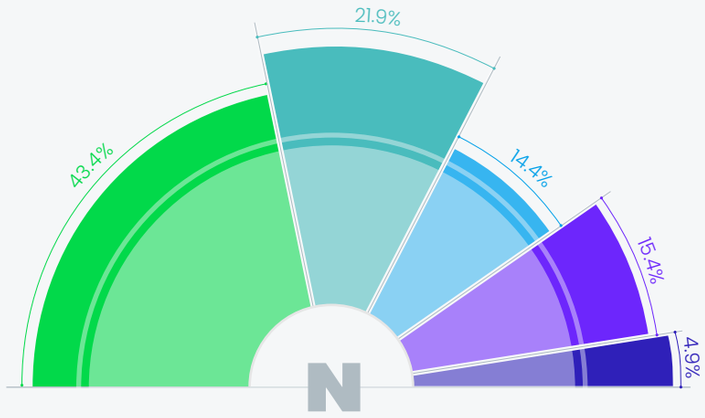
2022 AT A GLANCE

FINANCIAL HIGHLIGHTS

2022년 엔데믹 시대로 진입하며 이커머스의 시장환경이 변화되고, 소비심리 위축 및 글로벌 경기 둔화와 같은 대외적 불확실성이 지속되며 우호적이지 않은 시장환경이 조성되었습니다. 그럼에도 불구하고 네이버는 국내 최대 규모의 검색, 커머스, 결제, 포인트 생태계를 기반으로 견고한 성장세를 유지하였으며, 콘텐츠 사업의 글로벌 확장과 데이터 플랫폼 라인업 강화에 힘입어 전년 대비 20.6% 증가한 8.2조 원의 매출을 달성하였습니다. 영업이익은 전년 대비 1.6% 감소한 1.3조 원을 기록하였고, 주식보상비용 등 변동성을 제거한 조정 EBITDA는 전년 대비 5.8% 감소한 1.8조 원입니다.

사업부문별 영업수익 비중

(단위: 십억 원)



서치플랫폼	3,568.0
커머스	1,801.1
핀테크	1,186.6
콘텐츠	1,261.5
클라우드	402.9

영업수익

8조 2,201억 원

영업이익

1조 3,047억 원

당기순이익

6,732억 원

조정 EBITDA

1조 8,028억 원

자산총계

33조 8,990억 원

주요 재무성과

	2020	2021	2022
요약 포괄 손익계산서			(단위: 십억 원)
영업수익	5,304.1	6,817.6	8,220.1
영업비용	4,088.8	5,492.1	6,915.4
영업이익	1,215.3	1,325.5	1,304.7
당기순이익	845.0	16,477.6 [1]	673.2
요약 재무상태표			(단위: 십억 원)
자산총계	17,014.2	33,691.0	33,899.0
부채총계	8,759.1	9,663.6	10,448.7
자본총계	8,255.1	24,027.4	23,450.3
수익성 지표			(단위: %)
ROE	15.2	106.7 [1]	3.3
영업이익률	22.9	19.4	15.9
당기순이익률	15.9	241.2 [1]	8.2

* 연결재무제표 기준

[1] 2022년 1분기에 라인-Z홀딩스 경영통합으로 A홀딩스 및 라인 공동보유투자주식 공정가치 15.0조 원(세후)이 현금유출입이 수반되지 않는 회계상 이익으로 반영

주식정보

	2020	2021	2022
주식 동향			(단위: 원)
최고가	339,000	465,000	376,000
최저가	144,000	285,500	158,500
연말 종가	292,500	378,500	177,500
KOSPI지수 (연말 기준)	2,873.47	2,977.65	2,236.40

* 2022년 말 기준

ESG HIGHLIGHTS

네이버는 2020년 ESG 7대 전략을 수립하였으며, 이에 기반하여 환경·사회·지배구조 영역에서 유의미한 성과를 창출하기 위해 개선과제를 도출하고 신규 과제를 발굴하는 등 ESG 경영의 성실한 이행과 성공적인 정착을 위해 노력해왔습니다. 2022년에는 ESG 가치창출 플랫폼 구축, 구성원 성장 및 만족, 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생, 지배구조 투명성 유지 및 선진화, 2040 Carbon Negative 달성, 프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화, 책임 있는 비즈니스 운영으로 ESG 7대 전략을 재정비하였으며, ESG 실행의 속도를 높이며 ESG 경영 고도화를 본격 추진하였습니다.

2022 주요 성과

SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT

네이버 입점 스마트스토어 수

55만 개

매출액 대비 연구·개발비 비중[1]

22.0%

연간 교육훈련비

약 49억 원

D2SF 투자 스타트업 수[2]

102개

분수펀드 사업플랫폼 규모

398.6억 원

* 2022년 말 기준 [1] 연결재무제표 기준 [2] 2015년 론칭 이후, 2022년 말 기준 누적 성과

ESG VALUE CREATION

총 온실가스 배출량 절감

17,414tCO$_2$e

1784 재생에너지 제3자 PPA 계약체결

1.5MW

글로벌 환경 이니셔티브 가입

RE100, EV100, CDP

네이버 AI 윤리 준칙 실천

NAVER-SAPI[4] AI 리포트 2번째 발간

이용자 프라이버시 강화 보상 제도(PER) 보상금액

전년 대비 176% 상승

동반성장지수 평가

6년 연속 '최우수' 등급

조직 효과성 진단 참여율

76%

새로운 근무제도 Connected Work 도입

개인 업무 생산성 증가 응답률 45%

분수펀드 공익플랫폼 규모

589.7억 원

[4] SAPI: SNU AI Policy Initiative(서울대학교 AI 정책 이니셔티브)

KEY MILESTONES

주요 연혁

2008
11 유가증권시장(KOSPI) 이전 상장

2010
04 NHN, 신사옥 그린팩토리 입주
05 NHN 문화재단 설립 (현 네이버 문화재단) 설립

2012
01 NHN 재팬, 네이버 재팬, 라이브도어 등 3개 법인 NHN 재팬으로 통합

2013
03 LINE 글로벌 사업 전담 라인플러스(LINE+) 설립
06 데이터센터 각 설립
08 NHN 주식회사, 네이버 주식회사로 사명 변경 및 게임사업 분리

2014
07 네이버비즈니스플랫폼 주식회사 광고/플랫폼 사업 부문, 네이버 주식회사로 합병

2015
04 기업용 협업 서비스 전담 자회사 웍스모바일 (Works Mobile) 설립

2016
07 라인 주식회사, 뉴욕 및 도쿄 증시 동시 상장
08 스노우 주식회사 설립

2017
01 미래 기술 별도 법인 네이버랩스 주식회사 설립
05 네이버웹툰 주식회사, 별도법인 설립
06 AI연구소 제록스리서치 센터유럽(XRCE) 인수
스타트업 인큐베이터 스테이션F에 스페이스 그린 오픈

2018
02 캠프모바일 합병
04 홍콩과학기술대학교 (HKUST)와 공동 AI연구소 설립

2019
11 네이버파이낸셜 설립

2020
06 커넥트재단, 네이버 커넥트재단으로 명칭 변경
10 NBP, 네이버 클라우드로 사명 변경

2021
03 라인-Z홀딩스 경영통합 완료
05 글로벌 1위 웹소설 플랫폼 왓패드(Wattpad) 인수
10 서치솔루션 합병

2022-2023 KEY HIGHLIGHTS

2022

MARCH
- 라인 디지털 프론티어, 이북 이니셔티브 재팬 인수 완료

APRIL
- 네이버파이낸셜, 빠른정산 누적 지급액 10조 원 돌파

MAY
- 네이버웹툰, CJ ENM·스튜디오드래곤과 JV(합작법인) 설립
- 네이버웹툰, 일본 지상파 방송사 TBS와 웹툰 스튜디오 JV 설립
- 클로바 노트 일본 출시

JUNE
- 네이버클라우드, 삼성전자와 국내 최초의 이음 5G(5G 특화망) 상용화 위한 협력 추진
- 네이버파이낸셜, 우리은행·전북은행과 오프라인 SME 위한 스마트플레이스 사업자 대출 서비스 시작

AUGUST
- 국내 인터넷 기업 최초 RE100 가입 완료, 글로벌 ESG 경영 본격화

RE100

SEPTEMBER
- 네이버파이낸셜, 하나은행과 혁신금융 협력 추진

OCTOBER
- 국내 인터넷 기업 최초 EV100 가입
- 북미 1위 패션 C2C 플랫폼 포시마크(Poshmark) 인수 발표

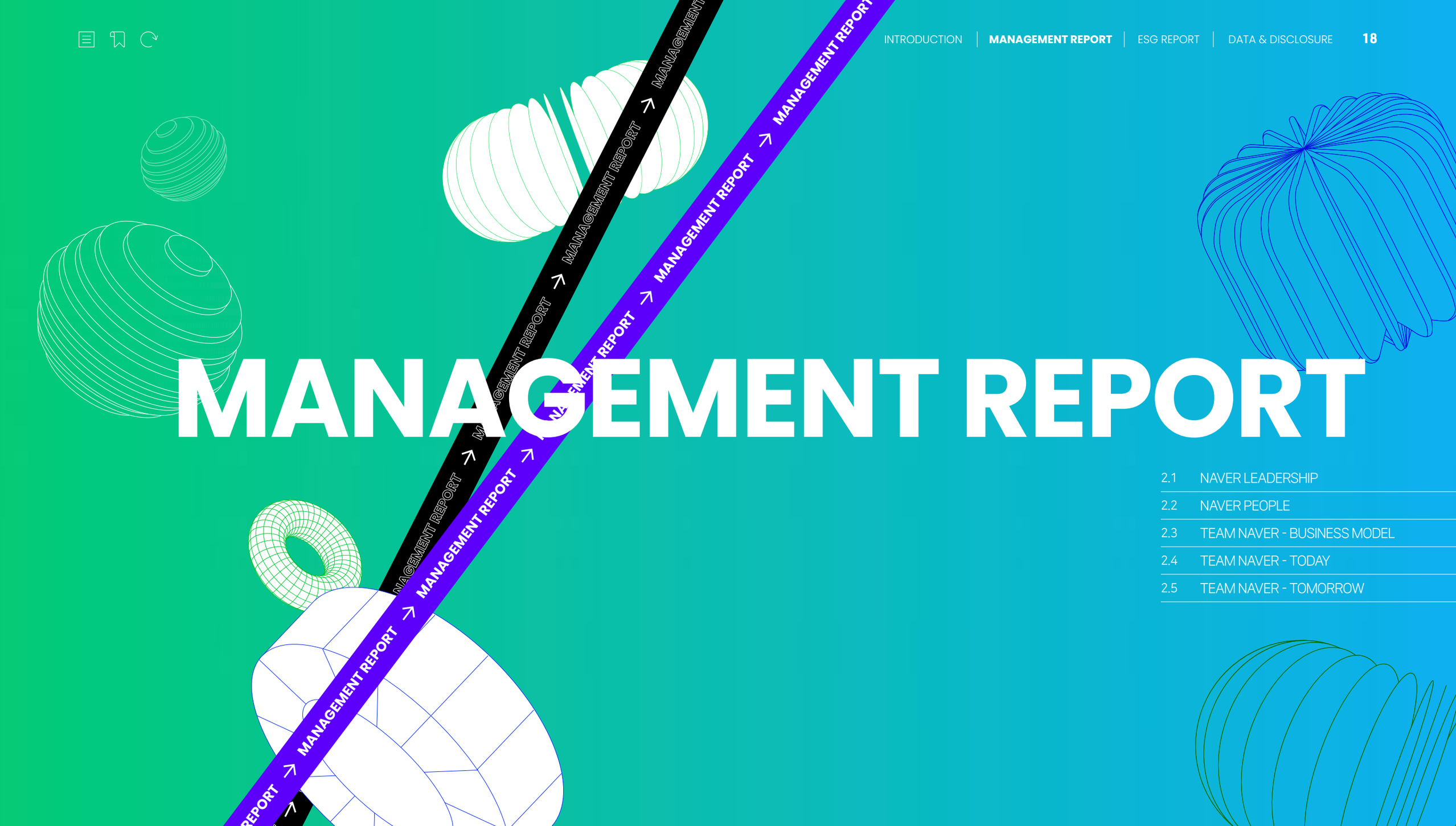
EV100

NOVEMBER
- 네이버파이낸셜, 네이버페이 신용대출 비교 출시

DECEMBER
- 삼성전자와 AI 반도체 솔루션 개발 협력 추진
- 기술과 데이터, NFA(Naver Fulfillment Alliance)를 기반으로 도착배송 서비스 출시
- SK에너지와 미래 물류기술 개발 협업 추진

2023

January
- 북미 C2C 플랫폼 포쉬마크(Poshmark) 인수

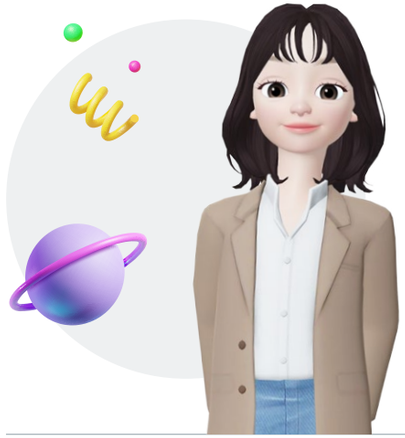


MANAGEMENT REPORT

2.1 NAVER LEADERSHIP
2.2 NAVER PEOPLE
2.3 TEAM NAVER - BUSINESS MODEL
2.4 TEAM NAVER - TODAY
2.5 TEAM NAVER - TOMORROW

NAVER LEADERSHIP

경영진



최수연
CEO

- 1981년생
- 서울대학교 공과대학 졸업, Harvard Law School, LL.M
- 2005 네이버(당시 NHN) 커뮤니케이션, 마케팅
- 2012 연세대학교 법학전문대학원 석사
- 2012 법무법인 율촌 변호사
- 2019 네이버 글로벌사업지원 책임리더
- 2022.3 네이버 대표이사(CEO) 선임

김남선
CFO

- 1978년생
- 서울대학교 공과대학 졸업, Harvard Law, JD
- 2007 Cravath, Swaine & Moore 소속 변호사 (뉴욕)
- 2012 Morgan Stanley IB 사업부 Executive Director (홍콩, 서울)
- 2017 Macquarie 한국 PE 총괄 Managing Director
- 2020 네이버 Growth&True North 책임리더 (투자/M&A)
- 2022.3 네이버 최고재무책임자(CFO) 선임

이사회

기타비상무이사	**변대규** 네이버 이사회 의장 휴맥스홀딩스 대표이사 휴맥스 이사회 의장	
사외이사	**이인무** 네이버 사외이사 GS리테일 사외이사 KAIST 경영대학 교수	**정도진** 네이버 사외이사 중앙대학교 경영대학 회계학 교수 한국거래소 기업심사위원회 위원 기획재정부 국가회계제도 심의위원회 위원 롯데하이마트 사외이사
	이건혁 네이버 사외이사 신한금융그룹 미래전략연구소 대표	**노혁준** 네이버 사외이사 서울대학교 법학전문대학원 교수
대표이사	**최수연** 네이버 대표이사	
사내이사	**채선주** 네이버 사내이사 및 대외/ESG정책 대표	

보다 자세한 정보는 '지배구조 투명성 유지 및 선진화' 섹션의 '이사회 구성 현황' 테이블 참고 바랍니다

* 2023년 3월 기준

NAVER PEOPLE

Q

네이버는 세상을 더 나은 방향으로 변화시키기 위해 끊임없이 도전하며 질문합니다.
지속가능한 기업이 되기 위해 성장만큼 중요한 것은 무엇일까? 네이버의 기술과 플랫폼이
지속가능한 가치가 자라나는 토양이 되기 위해서는 무엇이 필요할까?

전 세계적으로 ESG에 대한 인식이 확대되면서 기업경영에 있어서 지속가능성이
새로운 패러다임으로 자리매김하고 있는 오늘날, 네이버 ESG 워킹그룹에게 묻습니다.
네이버 지속가능성을 위해 어떤 노력을 하고 계신가요?

A

네이버 Green Impact에서는 네이버의 중장기 ESG 방향성을 수립하고,
매년 ESG 7대 전략을 중심으로 각 전략을 실행하며, 대내외적인 요구사항을
반영하여 전략을 고도화하고 있습니다. 또한 네이버를 둘러싼 이해관계자
여러분이 네이버의 노력과 그 산물을 확인할 수 있도록 전략별 성과를
통합보고서를 통해 공시합니다.

신상미 리더_Green Impact(ESG)

Environment에서는 네이버가 지난 2020년 발표한 '2040 카본 네거티브
(Carbon Negative)' 전략 달성을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.
특히 재생에너지 PPA를 통해 단계적으로 탄소배출량을 감축하기 위해
노력하고 있으며, 더 나아가서는 네이버 플랫폼의 파트너뿐만 아니라 기업, 정부 등
다양한 분야와 협력하며 환경 친화적인 서비스 기회를 확대하고 있습니다.

임동아 책임리더_Environment

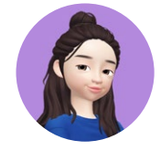
네이버 HR은 인재양성, 직군 교육, 보상, 복리후생 등 구성원의 만족과
조직의 발전에 있어 늘 많은 고민을 하고 있습니다. Connected Work와 같이
새로운 근무제도를 고안, 도입할 때 서베이를 통해 구성원의 의견을 확인하여
적극 반영하고 있으며, 제도 시범 기간 운영 후에는 제도에 대한 구성원의
피드백을 조사해 실질적 효과와 만족도를 측정해 더 나은 방안은 없는지 고민합니다.

이재원 리더_HR

NAVER PEOPLE

네이버 메타버스 **ZEPETO**를 사용해 만든 캐릭터입니다.

A.



Forest CIC에서는 높아져가는 커머스 이용자의 지속가능성에 대한 관심을 반영하여 네이버 쇼핑에서 상품 구매를 통해 친환경과 지속가능성에 기여할 수 있는 다양한 기획전을 마련하고 있습니다. 또한 친환경 물류 플랫폼을 통한 탄소저감 노력 및 소상공인 셀러를 위한 친환경 포장재 지원 및 교육 제공 등 '그린커머스 플랫폼'으로서 다각적인 노력을 기울이고 있습니다. 2023년 환경의 날에는 이러한 성과를 담아 '그린 커머스 보고서'를 발간했습니다.

유서영_Forest CIC

2016년 시작한 네이버의 프로젝트 꽃은 SME와 창작자의 가치를 발견하고, 지속가능한 성공을 응원하는 네이버의 핵심 캠페인입니다. 네이버의 생태계 안에서 활동하는 이들의 성장과 성공을 통해 사회적 가치를 꽃피울 수 있는 분수효과를 만들어내는 것이 궁극적인 목표입니다. 네이버 플랫폼에서는 SME(중소상공인)와 창작자들을 발굴하고 지원하며 다양성의 가치를 실현하고, 이들의 성장이 또 다른 소셜 임팩트를 창출하면서 네이버를 넘어 우리 사회의 지속가능성에 기여하고자 합니다.

신지만 리더_프로젝트 꽃

네이버의 지속가능성은 이용자의 신뢰에서 출발한다고 생각합니다. 그 신뢰를 지키고자 네이버는 항상 이용자의 권리침해를 방지하고 보호하기 위해 노력합니다. 그린UGC에서 진행하는 네이버 그린인터넷 활동이 대표적일텐데요. 유해성 콘텐츠로부터 아동과 청소년을 보호하는 것은 물론, 재해·재난상황에서도 보다 안전한 환경에서 네이버를 통해 정보를 제공받을 수 있도록 악플 등의 유해성 콘텐츠를 탐지하고 있으며, 나아가 저작권 및 개인정보 침해와 같은 심각한 사회적 문제에 대응하기 위해 기술적 조치를 비롯한 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

임남정 리더_그린UGC

네이버는 파트너, 이용자 등 다양한 이해관계자와의 연결을 통해 성장하는 IT기업입니다. 따라서 이들과의 상호작용이 안전한 환경에서 이루어질 수 있도록 리스크를 최소화하고, 법률을 준수하는 것이 필수적입니다. 이러한 배경에서 법무, 노무, 인권, 안전 등 다양한 전문가로 구성된 컴플라이언스 부서를 2021년 신설했으며, 공정거래법, 중대재해처벌법 등 각종의 법규 준수 여부 점검, 네이버 구성원 대상 법규 및 윤리 교육, 윤리의식 조사인 Integrity Survey를 실시하는 등 다양한 활동을 하고 있습니다.

이희만 책임리더_Compliance

TEAM NAVER – BUSINESS MODEL

CAPITAL INPUT

FINANCIAL
- 국내 인터넷기업 최초, ESG 채권 발행 (8억 달러 규모)
- 회사채 신용등급 AA+[1]
- 연간 393회 투자자 미팅 및 대외 Dialogue 실시

BUSINESS
- 글로벌 시장 진출 확장 및 경영체계 쇄신을 위한 신규 경영진 선임
- [국내] 웹소설 플랫폼 문피아 인수로 IP 밸류체인 시너지 극대화 모색
  네이버클라우드 중심으로 AI 기술 및 B2B 사업 조직 통합 발표
- [일본] 이북재팬 이니셔티브 재팬 인수로 일본 디지털 만화 시장에서의 영향력 강화
- [북미] 북미 1위 C2C 패션 플랫폼 포시마크 인수 발표 (2023년 1월 인수)

INTELLECTUAL
- 연간 연구개발비 1조 8,091억 원, 전년 대비 1,540억 원 증가
- 영업수익 대비 R&D 투자비율 22%
- 국내외 유수 연구기관과 AI 공동연구 실시
  - 서울대, KAIST, 베트남 HUST, PTIT, 독일 튀빙겐, 캐나다 토론토 대학 등

HUMAN
- 연간 교육훈련비 약 49억 원[2]
- 구성원 참여 기반 신규 근무 제도 'Connected Work' 시행
- 구성원 일과 가정의 양립 지원 '일·생활 균형 캠페인' 참여
- 전 구성원[3] 스톡 그랜트 지급

SOCIAL
- 국내 플랫폼 기업 최초로 협력사를 위한 '온라인 ESG 자가진단' 개시
- 공정거래협약 체결 파트너 153개사
- 네이버 커넥트재단 AI 관련 교육/지원
  - 부스트캠프 AI Tech, 1784 스쿨혁명
- 분수펀드 조성을 통한 소상공인 및 창작자 지원 988억 원
- 국가적 재난·재해 지원 자체 기부금 9억 원

NATURAL
- 총 에너지 사용량 1,854TJ
- 국내 인터넷 기업 최초 RE100 및 EV100 가입
- 네이버 지속가능채권의 환경 영역 투자 금액 7억 7,064만 달러[4]
- 네이버 전자문서 서비스를 통해 종이 문서 약 7억1 천만 장 대체 (2019-2022)

WHAT WE CREATE

1 **한국 최대 검색 포털 서비스**
매일 4천만 명에 이르는 다양한 이용자의 생각과 관심사를 연결하는 국내 최고의 검색 플랫폼

2 **오프라인과 온라인을 아우르는 트렌디한 쇼핑 서비스**
네이버 생태계 내의 판매자와 이용자에게 간편하고 효율적인 쇼핑 경험을 선사하며, AI 기술을 활용한 상품 DB 관리와 검색 고도화를 바탕으로 온라인에서 상품을 찾는 이용자들의 만족도를 높여 나가는 서비스

3 **이용자에게는 간편한 구매경험을, 사업자에게는 매출 증대를**
네이버 ID로 다양한 가맹점에서 회원가입 없이 편리하게 쇼핑, 결제, 배송을 관리하며 디지털 콘텐츠까지 손쉬운 결제 경험을 제공하며, 차별화된 기술력 및 데이터 기반의 혁신적인 금융 서비스 제공으로 확대 중

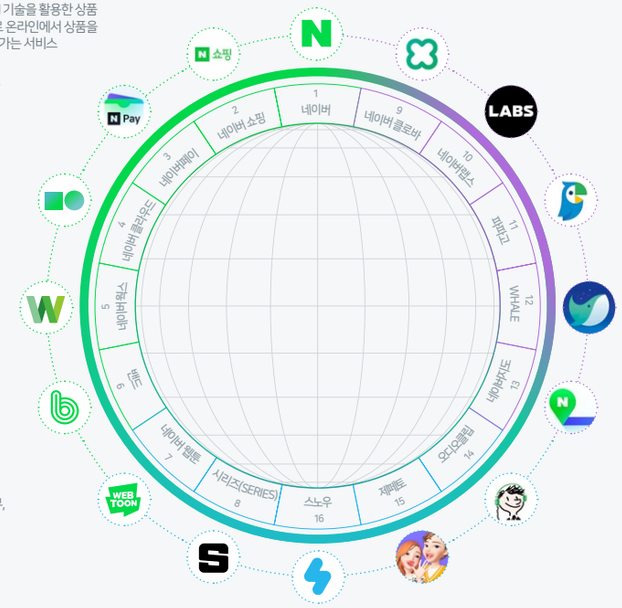
4 **산업별 최적화된 기업용 클라우드**
IaaS와 PaaS, SaaS 영역을 모두 아우르는 대한민국 대표 퍼블릭 클라우드

5 **업무용으로 만날 수 있는 네이버의 다채로운 서비스**
모바일 환경에서 메신저를 중심으로 메일, 캘린더, 드라이브, 주소록, 파일공유, 음성통화/화상회의 등을 통합 제공하는 협업 플랫폼 서비스

6 **모바일 커뮤니티 플랫폼**
가족, 커플, 친구, 학교, 동호회, 업무, 스터디 등 이용자의 이용방식에 따라 다양한 형태의 그룹활동을 지원하는 모바일 커뮤니티

7 **매일매일이 새로운 재미**
충성도 높은 팬층과 강력한 IP를 바탕으로 출판, 영화, 드라마, 게임 등 국내외 다양한 콘텐츠 산업까지 발전 중인 스토리테크 플랫폼

8 **콘텐츠 비즈니스 플랫폼**
다양한 취향에 걸맞은 6만여 개의 장르소설 및 만화 콘텐츠가 준비되어 있는 유료 콘텐츠 플랫폼



9 **미래를 위한 새로운 플랫폼**
음성·이미지 인식, 인공신경망 번역, 대화형 엔진 등 인간의 감각을 활용한 기술들이 집결된 통합 AI 플랫폼

10 **네이버의 신기술을 책임지는 네이버랩스**
글로벌 전문 연구자들과 협업하여 AI, AR, 로보틱스, 자율주행 등 다양한 신기술을 열어가는 네이버의 든든한 연구소

11 **든든한 번역 파트너**
인공신경망 번역(NMT, Neural Machine Translation) 기술 탑재로 더욱 정확해진 자동통역 파트너

12 **완전히 새로운 브라우저**
옴니태스킹, 퀵서치, 스페이스 등 독특하고 편리한 기능을 선보이는 네이버의 '누구나 쉽게 쓰는 브라우저'

13 **길 찾을 땐 한번에**
대중교통, 자동차, 자전거, 도보 경로는 물론 내비게이션까지! 원하는 목적지를 네이버 지도로 한번에!

14 **오디오 콘텐츠 플랫폼**
강연, 어학, 육아, 웹소설, 오디오 드라마, 오디오북, ASMR, 창작자의 라이브 등 다양한 콘텐츠를 음성으로 즐길 수 있는 콘텐츠 플랫폼

15 **크리에이터들을 위한 가상세계의 놀라운 공간**
Z세대 이용자들이 가상세계에서 자신만의 3D 아바타를 기반으로, 다양한 월드에서 친구들과 함께 상상했던 모든 것을 만들어내는 메타버스 플랫폼

16 **일상이 특별해지는 카메라 기반의 AR 플랫폼**
10대 이용자의 트렌드를 선도하는 재미있는 카메라 기반의 AR 플랫폼

CAPITAL OUTPUT

FINANCIAL[5]
- 자산총계 33조 8,990억 원
- 영업수익 8조 2,201억 원 (YoY +20.6%)
- 영업이익 1조 3,047억 원 (YoY -1.6%)
- 당기순이익 6,732억 원
- 연간 주식 최고가액 376,000원
- FY22 현금 배당금 1,370억 7천 2백만 원

BUSINESS[6]
- 사업부문별 전년 대비 영업수익 성장률: 서치플랫폼 7.9%, 커머스 21.0%, 핀테크 21.2%, 콘텐츠 91.3%, 클라우드 5.3%
- [네이버] 네이버 메인 방문자 4,800만 명, 네이버 모바일 메인 방문자(DAU) 3천 5백만 명
- [커머스] 네이버 쇼핑 주간 방문자 2천만 명+, 네이버 멤버십 누적 가입자 수 900만 명+
- [핀테크] 네이버 페이 전체 회원 수 3천만 명+
- [콘텐츠] 네이버 스토리테크 플랫폼 MAU 1억 7천만 명, 제페토 이용자 1억 명+
- [클라우드] 클로바 노트 다운로드 수 320만 건

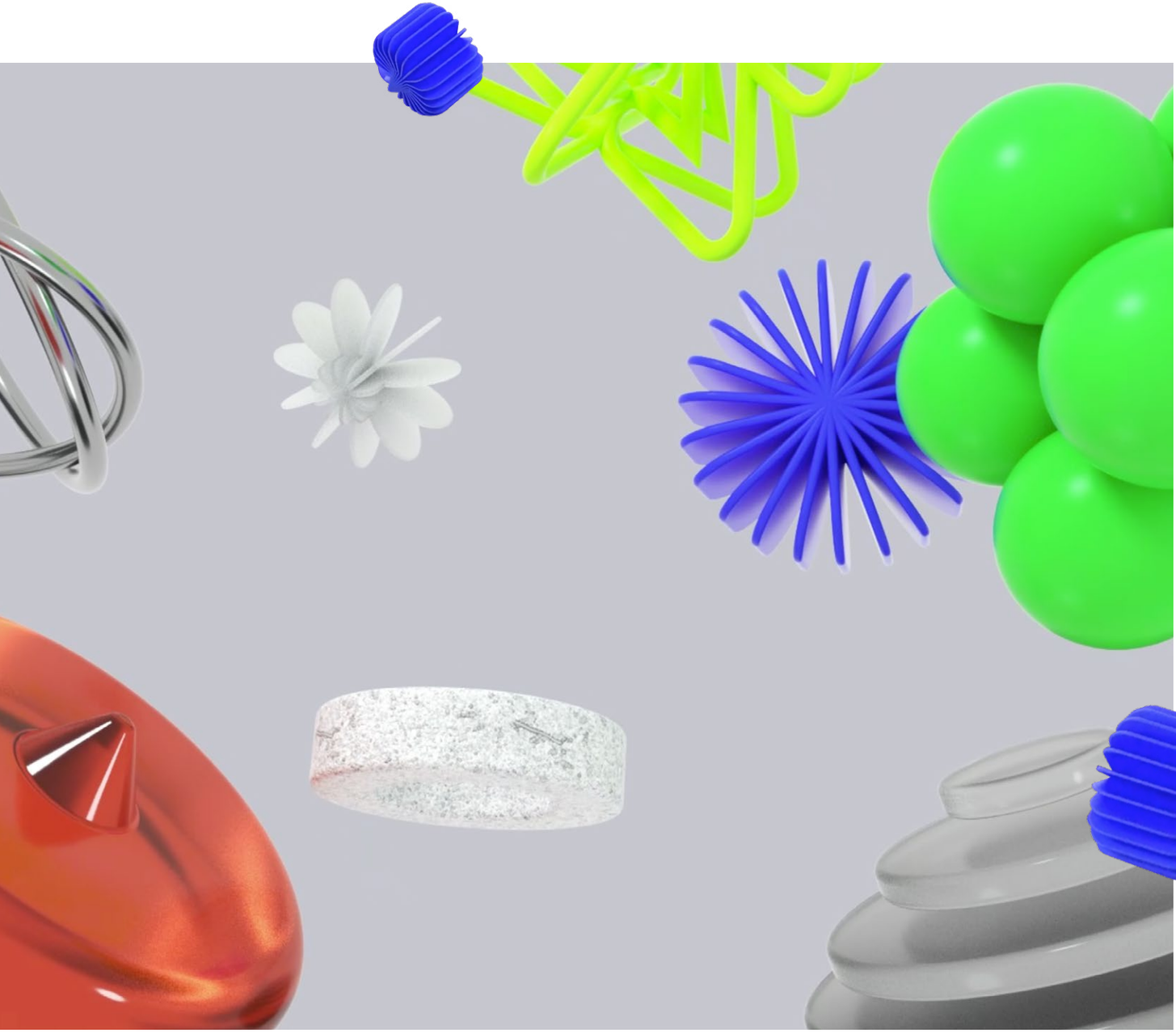
INTELLECTUAL
- 국내외 지식재산권 약 3,868건 보유
  - 특허 2,663건, 상표권 954건, 디자인 251건
- 글로벌 최고수준 AI 학회[7]에서 정규논문 100건 발표
- 머신러닝 ICLR 학회2022[8]에서 13개 논문 채택
- 컴퓨터비전 학회 CVPR 2022 및 ECCV 2022에서 각 14건, 13건 발표
- 메타버스 기술기반 생태계 아크버스(ARCVERSE) 공개

HUMAN
- 구성원 대상 조직 효과성 진단 결과, 전년 대비 긍정응답률 평균 10% 상승
- 구성원 자발적 근무 몰입도 긍정 응답률 45%
- 여성 관리자(직책리더) 비율 30%
- 구성원 중 대상자 스톡그랜트 지급 비율 100%

SOCIAL
- 업계 최초 동반성장지수 평가 6년 연속 '최우수' 등급 달성
- 스마트플레이스 등록 업체수 227만, 등록업체 매출 증대 효과 3.3조 원
- 지역 소상공인광고 솔루션 이용 시 평균 고객 유입 수 3.1배 상승
- 해피빈을 통한 기부자 180만 명 참여, 기부금 265억 원

NATURAL
- 총 온실가스 감축량 17,414tCO_2e
- 총 재생에너지 사용량 5,490MWh
- 전자문서 대체 통한 나무 보호 효과 8만 5천 그루

[1] NICE 신용평가기준
[2] FY2022년도부터 사업보고서 상 교육훈련비 기준(어학, 직무, 일반교육, 채용비), 네이버 주식회사 구성원 대상 별도 산출
[3] 연 2회 지급(반기별 1회), 반기 중 근무기간 여부에 따름
[4] 2023년 3월 기준 누적 소진 금액
[5] 연결재무제표 기준 [6] 2022년 12월 기준 [7] ICASSP, Interspeech, ICCV 등
[8] ICLR 학회 2022: International Conference on Learning Representations로 구글 스칼라 선정 글로벌 AI/ML 학회 랭킹 1위 선정



TEAM NAVER – TODAY

1999년 검색 포털 '네이버' 서비스 출시와 함께 시작한 네이버의 혁신과 진화는 지난 20여 년간 멈춤 없이 추진되어 왔습니다. 그 결과 네이버는 검색 외에도 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 등의 다양한 사업 포트폴리오를 갖춘 글로벌 ICT 기업으로 성장하였습니다. 나아가 클라우드, 인공지능(AI), 로봇 등 첨단 기술 역량을 토대로 글로벌 경쟁력을 확보해 혁신의 속도를 높이고 있습니다.

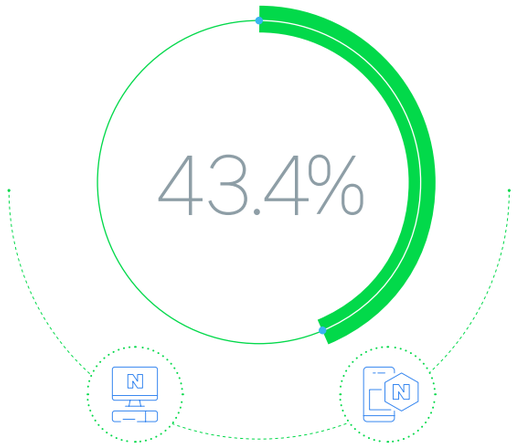
네이버의 도전과 변화는 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 등 신사업의 견조한 성장으로 구체화되었고, 이에 힘입어 2022년에는 국내 인터넷 기업 최초로 연 매출 8조 원을 돌파하는 새로운 마일스톤을 달성하였습니다.

SEARCH PLATFORM

네이버는 대한민국 대표 포털 사이트로서 지속적인 검색 품질 강화를 통해 이용자의 다양한 관심사를 이어줍니다. 아울러 이용자와 광고주의 다양한 니즈를 아우르는 상품 라인업을 선보이며 꾸준히 성장하는 국내 최대 검색·광고 플랫폼입니다.

2022 네이버 서치플랫폼 사업부 주요 성과

2022 사업부문 매출 비중



2022 연 평균 네이버 메인 방문자

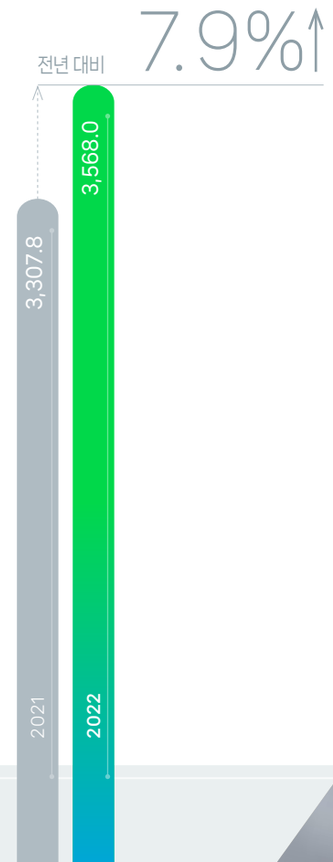
4천 8백만 명

2022 연 평균 네이버 모바일 메인 방문자(DAU)

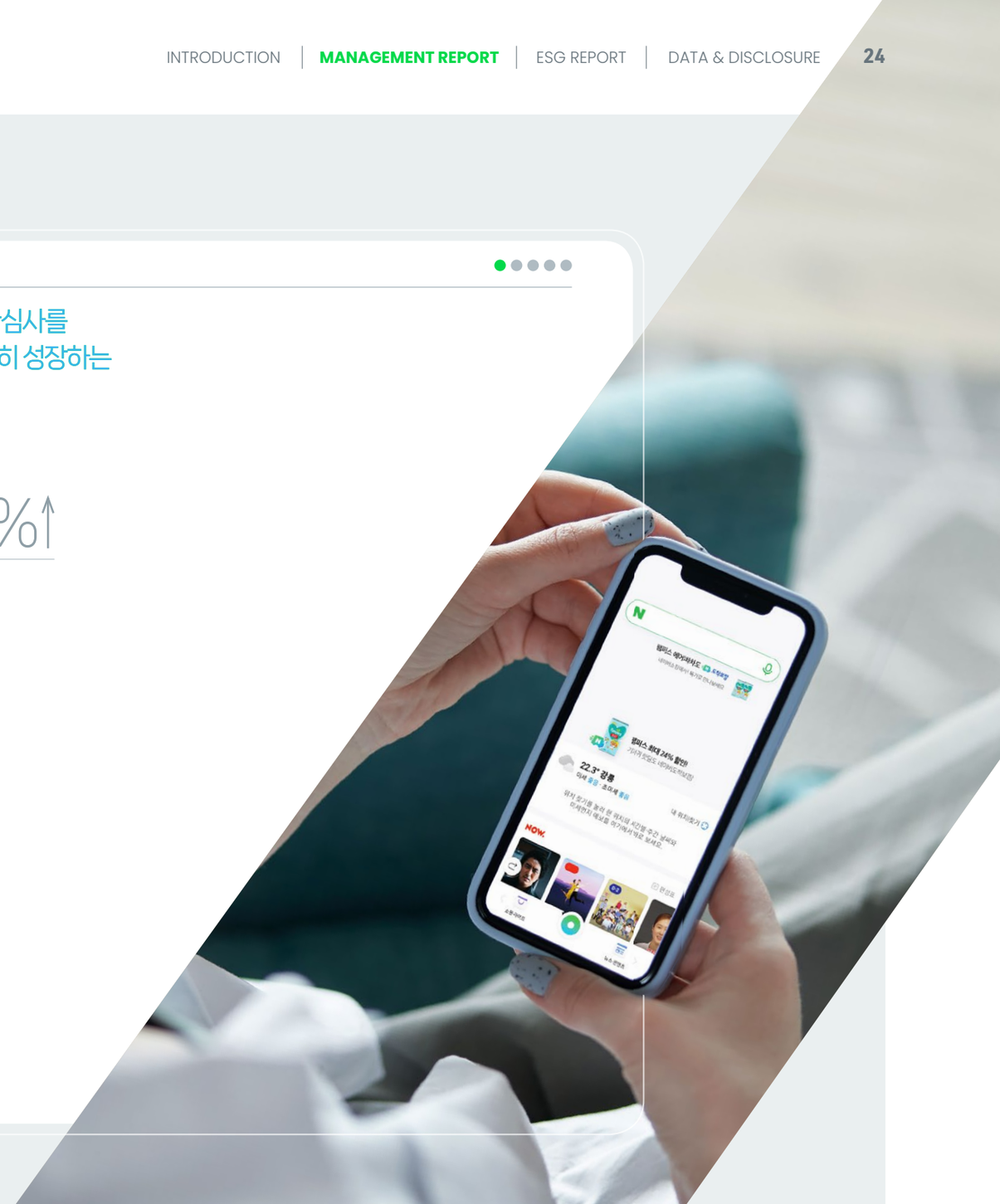
3천 5백만 명

서치플랫폼 사업부 매출액 및 연 성장률

(단위: 십억 원)



* 2022년 12월 기준



서치플랫폼은 검색과 디스플레이 광고로 구성되어 있습니다. 검색 광고는 이용자의 정보 탐색 수요를 플랫폼에 연결시켜 비즈니스 활동을 촉진시키는 사업으로 상품 개선과 카테고리 확대, AI 기술을 활용한 검색 고도화를 통해 지속적으로 성장하고 있습니다. 디스플레이 광고는 광고주가 원하는 사업적 메시지를 이용자에게 노출시켜주는 상품을 제공하는 사업입니다. 디스플레이 플랫폼 고도화와 함께 성과형 광고상품 및 진화하는 광고주 수요에 대응한 동영상·프리미엄 상품 출시 등 광고효과 제고를 위한 다양한 노력에 힘입어 안정적인 성과를 시현하고 있습니다.

네이버 서치플랫폼은 다양한 브랜드와 SME가 사업을 일구어 나갈 수 있는 상품을 제공함으로써 이용자들의 콘텐츠 소비와 검색, 쇼핑 흐름에 자연스럽게 융합될 수 있도록 지원합니다. 특히 변화하는 광고주 수요에 대응 가능한 상품 라인업을 강화하며 창작자와 광고주가 지속적으로 유입되는 마케팅 솔루션 플랫폼으로 진화 중입니다.

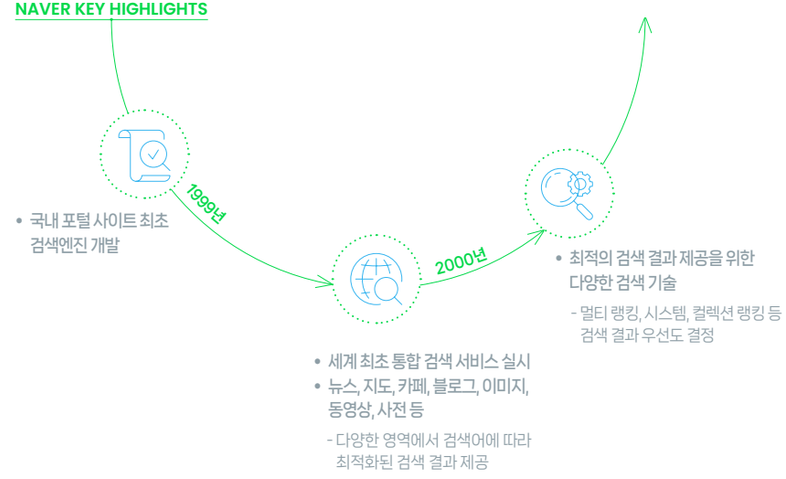
2022년 글로벌 경기침체가 소비심리에 영향을 미치며 광고주 예산 축소로 이어지는 환경에서도 검색 부문에서는 광고 최적화를 위한 품질 개선에 힘쓰는 동시에 새로운 니즈에 맞춘 신규 상품을 선보였고, 디스플레이 부문에서는 매체력 강화를 위한 다양한 노력을 진행하는 한편 프리미엄 상품 출시를 통해 마케팅 플랫폼으로서의 경쟁력을 강화하였습니다. 그 결과 2022년 서치플랫폼 매출은 전년 대비 7.9% 성장한 3조 5,680억 원을 기록하였습니다.

네이버 메인

국내 최초 검색엔진에서 고도화된 AI 검색 플랫폼으로 진화

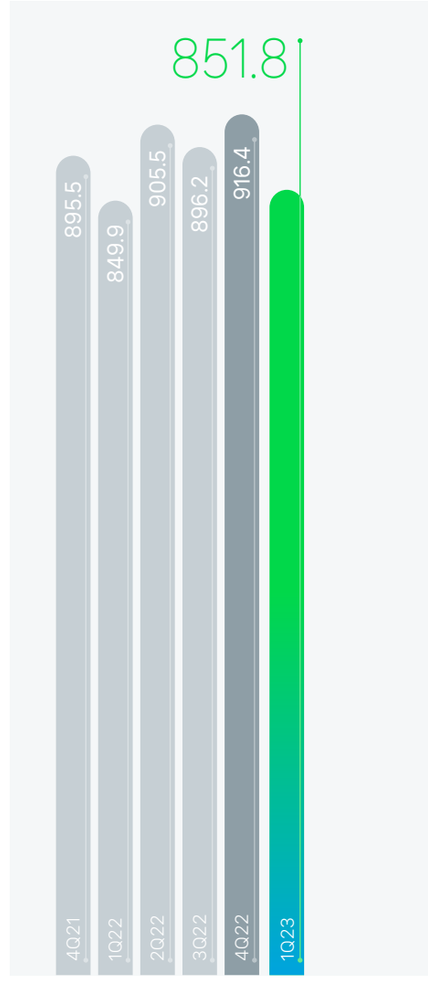
네이버는 이용자의 서비스 만족도 향상을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 2021년 말 이용자의 의도를 잘 파악해 정답형으로 제공하는 지식베이스와 검색결과에 본문의 콘텐츠가 요약·정리되어 보여지는 지식스니펫을 도입하였고, 서비스를 확대 적용함으로써 이용자의 검색 만족도와 신뢰성을 높였습니다. 이와 더불어 최근 많은 주목을 받고 있는 Generative AI와 같은 새로운 검색 트렌드에 대한 대응책으로 검색결과의 품질과 이용자의 콘텐츠 소비경험을 향상시켜 나가기 위한 실험을 내부적으로 진행하고 있습니다. 2023년에는 국내 최대 검색 데이터와 세계 최고 수준의 거대 AI기술을 기반으로 네이버만의 업그레이드된 생성형 AI검색서비스인 하이퍼클로바X를 선보일 예정입니다.

NAVER KEY HIGHLIGHTS



분기별 매출

(단위: 십억 원)



SEARCH PLATFORM

네이버 검색기술

독보적인 기술로 업그레이드된 맞춤형 검색결과 제공

네이버의 주요 검색기술인 '에어서치(AiRSearch)'는 에어스(AiRS), 에이아이템즈(AiTEMS), 에어스페이스(AiRSPACE)로 구체화됩니다. 이들은 각각 콘텐츠, 쇼핑, 로컬 영역에 다양한 AI 추천기술을 접목한 네이버 검색 브랜드로, 이용자들의 검색 의도에 맞는 개인화된 검색결과를 빠르고 정확하게 제공합니다. 에어서치 기술로 선별된 맞춤형 검색결과는 '스마트블록' 형태로도 제공되고 있습니다. 키워드 검색 시 주제별로 분류된 맞춤형 검색결과를 제공하는 스마트블록이 국내여행, 맛집과 같은 로컬 영역과 패션과 같은 쇼핑 영역에서 확대 적용되며 상업성 쿼리는 전년 평균 대비 15% 증가하였습니다. 2023년에는 스마트블록의 적용 영역을 여행, 건강, 금융 등으로 확장하여 전체 통합검색 내 스마트블록의 커버리지를 40%까지 확대하여 새로운 수익화 기회를 모색해 나가고자 합니다.

네이버 광고

이용자, 광고주, 네이버 모두를 위한 광고 서비스

검색광고, 디스플레이 광고는 네이버의 주요한 사업영역입니다. 네이버는 국내 대표 포털 플랫폼을 기반으로, 검색광고와 디스플레이 광고에서 견고한 실적으로 안정적인 성장을 이끌어가고 있습니다. 플랫폼 이용자와 광고주 모두가 만족할 수 있는 서비스를 제공하기 위해 지속적으로 플랫폼을 고도화하고 있으며,이용자 편의에 맞는 시의적절한 서비스 개편, 광고 UI 품질개선 등을 통해 검색과 콘텐츠 품질 향상에 힘쓰고 있습니다.

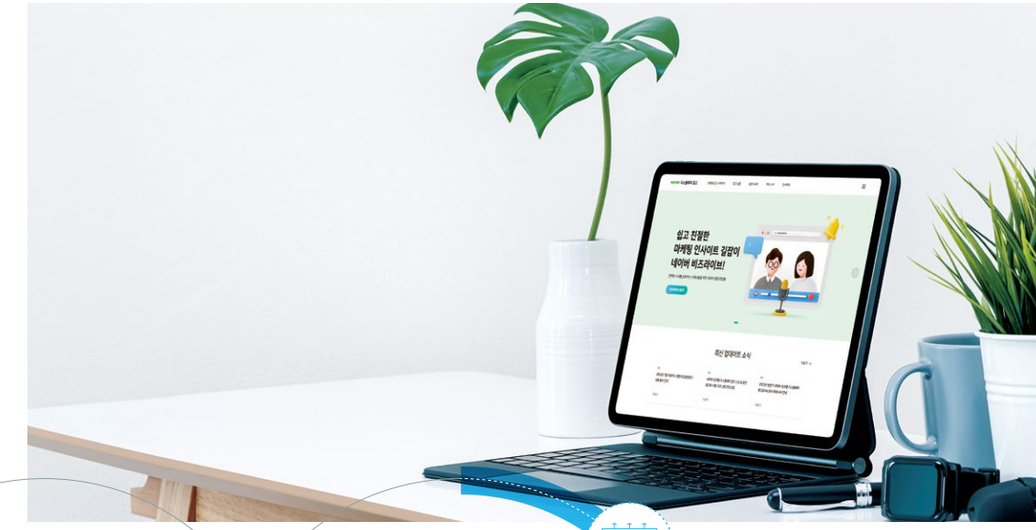
네이버는 대한민국 No.1 검색 플랫폼으로서 오랜 시간 국내 포털 시장을 선도해 왔습니다. 나아가 장기간 쌓아온 데이터를 통해 이용자를 깊이 이해하여 맞춤형 검색결과를 제공하고 있으며, 네이버페이, 스마트스토어, 네이버지도 등 다양한 연계 서비스를 제공하는 통합 플랫폼으로 새롭게 자리매김하고 있습니다.

최근에는 광고 자동화 및 최적화 기능 등 플랫폼 고도화를 통해 광고주의 효과적인 광고집행을 위한 다양한 서비스를 시장에 선보이고 있습니다. 2023년 불확실한 대외환경 속에서도 네이버 광고는 신규 지면 발굴, 진화하는 광고주 수요에 대응하는 신규 상품 출시, 광고 플랫폼 고도화 등을 통해 지속적인 매출 성장을 모색해 나가겠습니다.

AI 기반 추천 시스템

AI 기반 개인화 검색 및 그린닷, 딥러닝 기반의 ConA 및 시맨틱 태깅 등 자체 개발한 인공지능 기술을 기반으로 이용자 환경과 문맥(Context)을 고려한 맞춤형 검색 결과 제공

AiRS | AiTEMS | AiRSPACE



검색 광고

네이버 검색 이용자에게 판매자의 사이트나 상품, 콘텐츠를 정보로 제공하는 네이버의 검색 마케팅

8.7%↑

비즈 쿼리 성장과 상품 개선으로 전년 대비 8.7% 성장

디스플레이 광고

6.2%↑

신규 지면 및 프리미엄 소재 확장으로 전년 대비 6.2% 성장

성과형 디스플레이 광고

다양한 타겟팅 전략과 실시간 광고 운영으로 높은 광고 효율 실현이 가능한 디스플레이 광고

보장형 디스플레이 광고

정해진 기간 동안 네이버 지면에 다양한 소재와 기법을 활용하여 노출하는 디스플레이 광고

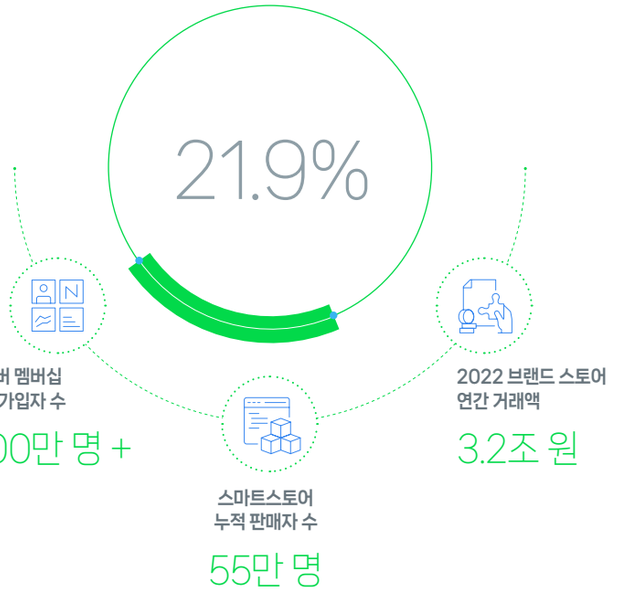
* 2022년 12월 기준

COMMERCE

네이버는 이용자와 SME, 브랜드가 건강한 관계를 형성하고 상생할 수 있도록 이커머스 생태계를 조성하고 있습니다. 네이버의 기술과 데이터를 기반으로 비즈니스를 위한 최적의 환경을 제공하는 한편, 커머스 플랫폼의 지속적인 혁신과 성장을 위해 꾸준히 노력할 것입니다.

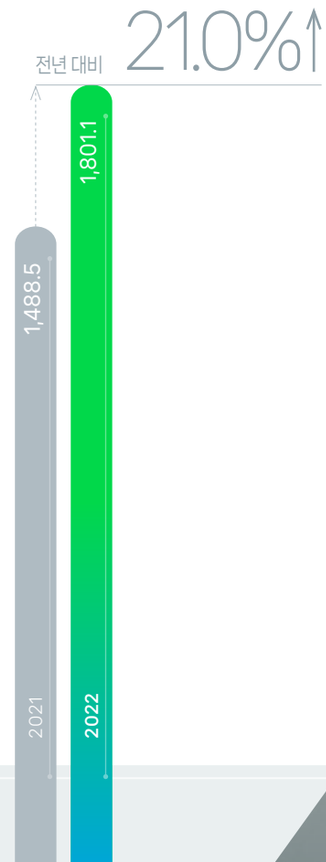
2022 네이버 커머스 사업부 주요 성과

2022 사업부문 매출 비중



커머스 사업부 매출액 및 연 성장률

(단위: 십억 원)



* 2022년 12월 기준

커머스는 브랜드, SME를 포함한 다양한 판매자들과 함께 성장하며, 이용자에게 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고 있습니다. 네이버는 커머스 생태계 조성에 역량을 모으고 있으며, 이를 위해 브랜드 스토어, 쇼핑라이브, 장보기, 그리고 C2C 플랫폼인 KREAM(크림) 등 신규 버티컬 커머스 서비스를 강화하고 있습니다. 또한 여행(항공, 호텔, 투어) 및 네이버 스마트플레이스 예약 서비스, 물류 파트너사와 공동 구축한 데이터 기반 풀필먼트 플랫폼을 통한 빠른배송 서비스 등을 제공하며 이용자와 판매자의 다양한 니즈에 대응하고 있습니다.

2022년 네이버는 쇼핑 서비스 혁신을 지속하여 판매자와 이용자 모두에게 새로운 가치를 제공함으로써 성장을 가속화하였습니다. 특히 엔데믹으로 인한 국내 온라인 커머스 시장의 둔화 속에서도 브랜드 스토어, 여행·예약 서비스, 크림 등의 다각화된 서비스를 기반으로 네이버 스마트스토어는 시장 성장률을 지속적으로 상회하며 2022년 커머스 매출은 전년 대비 21.0% 성장한 1조 8천 11억 원을 달성하였습니다.

2022년 10월 네이버는 미국의 패션분야 개인 간 거래(C2C) 플랫폼인 Poshmark(포쉬마크) 인수를 발표하고, 2023년 1월 인수절차를 완료했습니다. 포쉬마크는 고성장이 예상되는 미국 C2C 시장의 압도적 플레이어로, 네이버의 포쉬마크 인수는 '커뮤니티 커머스'라는 새로운 리테일 형식을 정립하고자 하는 의미 있는 발걸음입니다.

포쉬마크 인수를 통해 네이버는 북미 이커머스 시장의 교두보를 마련하고 MZ세대 기반의 마이크로 커뮤니티 네트워크를 확보하는 한편, 팀 네이버 이용자 베이스와 커뮤니티 영역을 확장하고자 하며, 네이버의 중장기적인 성장을 이끄는 미래 성장 동력의 한 축이 될 것으로 기대됩니다. 아울러 포쉬마크에 독보적 기술력을 자랑하는 네이버의 스마트렌즈·라이브커머스·검색·광고·셀러툴 등을 도입하여 포쉬마크의 성장을 촉진하고, 네이버 코어 사업들과도 시너지를 창출해 나갈 것입니다.

네이버 쇼핑

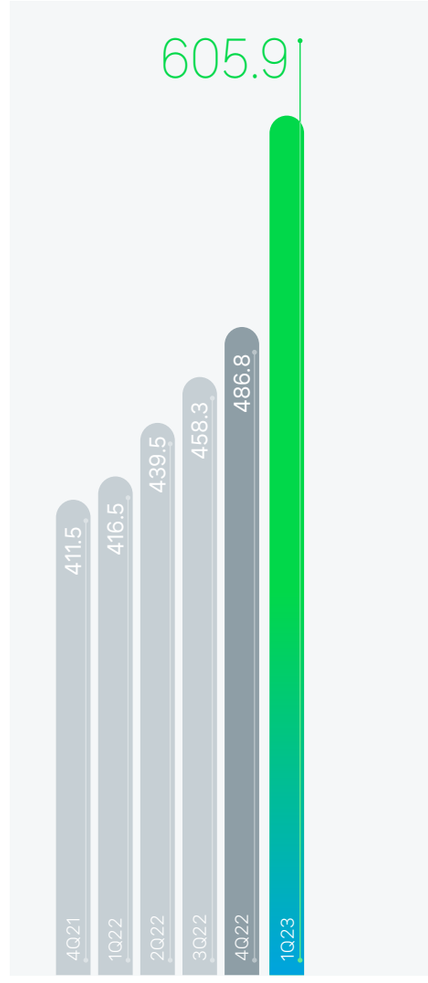
우수한 기술력 기반의 비대면 시대
대표 커머스 플랫폼

2022년 12월 기준으로 네이버 쇼핑에서는 55만 개의 스토어가 14억 개에 달하는 상품을 판매하고 있습니다. 이처럼 네이버 쇼핑은 국내 최대 규모의 온라인 상품을 보유하고 있으며, 글로벌 수준의 기술력과 축적된 데이터를 기반으로 검색은 물론, 추천, 가격비교 등 다양한 서비스를 제공합니다. 특히 네이버 브랜드 스토어의 경우 2022년 말 기준 가맹점 수는 전년 대비 2배 증가한 1,351개를 기록하고 있으며, 거래액 또한 크게 성장하여 전년 대비 73% 증가한 3.2조 원을 달성하였습니다. 네이버는 55만 개 스마트스토어를 꽃피운 기술력과 노하우로 네이버 브랜드 스토어를 D2C(Direct to Customer) 플랫폼으로 고도화하고자 합니다. 이를 위해 도착보장, 브랜드 검색 등 차별화된 솔루션을 통해 브랜드의 성장을 지원하고 서비스를 확대해 나갈 것이며, 이는 네이버가 주도하는 D2C 생태계 조성으로 이어질 것으로 기대됩니다.

2천만 명 +

2022 네이버 쇼핑 주간 방문자

분기별 매출
(단위: 십억 원)



COMMERCE

네이버플러스 멤버십

이용자 혜택 강화를 위한 구독형 서비스

2020년 네이버는 이용자 혜택 강화를 위해 '네이버플러스 멤버십'을 도입하였습니다. 네이버플러스 멤버십은 구독형 서비스로서 쇼핑·예약 결제 금액의 최대 5% 적립을 지급하고 다양한 디지털 콘텐츠 혜택을 제공하는 서비스입니다. 차별화된 혜택에 힘입어 서비스 론칭 1년 6개월 만에 누적가입자 수가 600만 명을 넘었으며, 2022년 기준 900만 명 이상의 가입자를 보유하고 있습니다. 멤버십 가입 이후 락인(Lock-in) 효과로 이용 규모에 관계없이 이용자들의 인당 결제금액과 활동성도 지속적으로 증가하는 추세입니다. 실제로 멤버십 회원의 네이버페이 인당 거래액은 일반 회원보다 약 2배 이상 높으며 쇼핑·페이·콘텐츠를 더욱 적극적으로 이용하는 경향을 보입니다. 또한 이용자들의 다양한 구매방식을 지원하기 위하여 출시된 정기구독 솔루션은 출시 6개월 만에 누적 이용자가 6배 이상 증가하며 이용자의 쇼핑 편의를 한층 향상시키고 있습니다.

2022년에는 MZ세대를 겨냥한 '네이버플러스 멤버십 스튜던트' 서비스를 출시하였습니다. 강력한 멤버십 적립 혜택 그대로 대학생 전용 혜택을 담고 있어 대학생활 필수 멤버십으로 자리잡고 있으며, 앞으로도 네이버는 디지털에 관심 많은 MZ세대 타깃으로 다양한 디지털 멤버십 실험을 확대해 나갈 계획입니다.

네이버 도착보장

기술과 데이터, NFA로 스토어의 배송 경쟁력을 높여주는 서비스

'네이버 도착보장 서비스'는 2022년 12월 네이버가 선보인 지정일 배송 서비스로서, 그동안 NFA 파트너사들과의 협업을 통해 제공하던 빠른배송 서비스가 한층 더 고도화된 버전입니다. 1여 년 간의 개발 기간을 거쳐 완성된 물류 데이터 플랫폼을 기반으로 이용자와 파트너사의 니즈를 모두 충족시켜주고 있습니다. 3P 파트너십을 기반으로 하며, 파트너사들의 인프라를 통해 판매자들에게 물류 솔루션을, 고객들에게는 빠른배송 및 도착보장 서비스를 제공합니다. 판매자는 네이버가 제공하는 데이터를 기반으로 직접 재고관리부터 판매관리, 마케팅 전략 수립이 가능하며, 특히 배송과 관련된 데이터 분석도 가능해 판매 과정 전반에서 판매자의 자율성이 높은 것이 특징입니다.

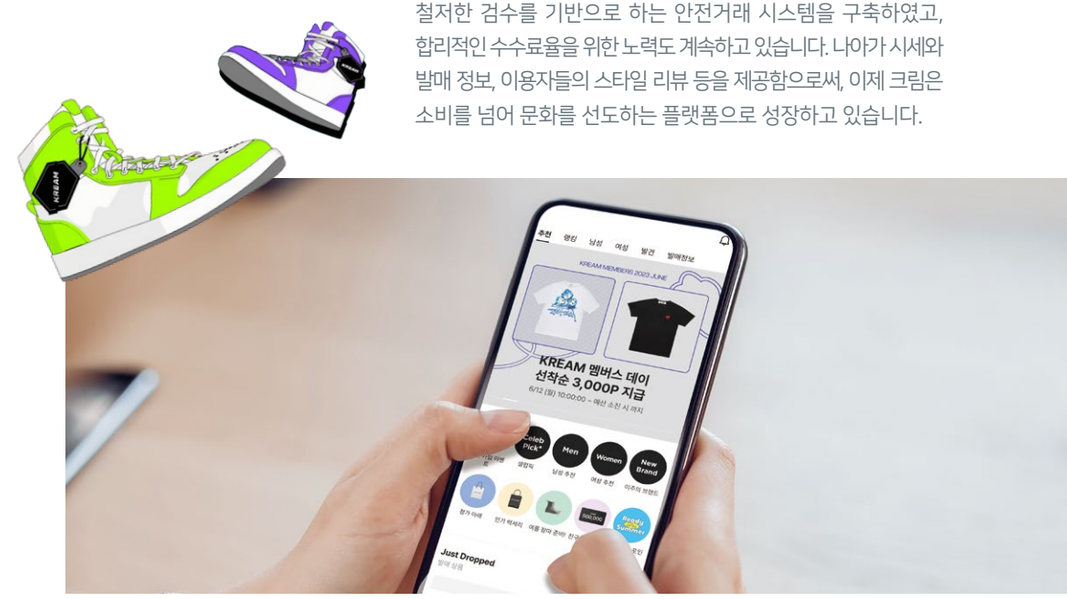
네이버 도착보장은 네이버가 구축한 물류데이터 플랫폼을 통해 네이버쇼핑 플랫폼, 풀필먼트 운영사(물류사), 배송 운영사(택배사), 그리고 이용자의 데이터를 연동하여 물류 프로세스를 중앙에서 연결하고, 연동된 데이터로 계산된 정확한 배송 도착일자를 이용자에게 보여주는 구조로 되어 있습니다. 구매자와 판매자 모두 예측 정확도를 신뢰할 수 있도록 네이버가 도착일을 보장하고, 도착완료일이 예정일보다 늦은 상품에 대해서는 네이버가 구매자에게 지연 보상금을 지급합니다. 이처럼 높은 자유도와 정확한 배송일이라는 차별화된 경쟁력을 앞세워 네이버 도착보장은 빠른 성장세를 보이고 있습니다.

2023년 3월 기준 네이버 도착보장을 이용하고 있는 브랜드 스토어는 약 300여 개에 달하며, 이는 전체 브랜드 스토어의 약 20%를 차지합니다. 향후 더 많은 브랜드들과 기술 기반의 실험적 시도를 통해 새로운 기회를 창출하고 D2C 브랜드 플랫폼으로서 입지를 강화해 나가겠습니다.

KREAM

상품과 콘텐츠를 기반으로 상호 소통하는 한정판 리셀 플랫폼

네이버는 2020년 3월 MZ세대를 중심으로 확산되고 있는 '리셀'이라는 새로운 소비 트렌드에 주목하고, 개인 간 한정판 거래 플랫폼 'KREAM(크림)'을 선보였습니다. 스니커즈 거래를 시작으로 럭셔리, 패션의류, 잡화 등으로 리셀 상품 카테고리를 확장해 나가고 있습니다. MZ세대들이 선호하는 다양한 브랜드가 크림 플랫폼에서 직접 이용자들과 만날 수 있도록 '브랜드관'을 론칭하였고, 입점 업체가 증가하며 거래액도 빠르게 성장하고 있습니다. 익명 거래와 철저한 검수를 기반으로 하는 안전거래 시스템을 구축하였고, 합리적인 수수료율을 위한 노력도 계속하고 있습니다. 나아가 시세와 발매 정보, 이용자들의 스타일 리뷰 등을 제공함으로써, 이제 크림은 소비를 넘어 문화를 선도하는 플랫폼으로 성장하고 있습니다.

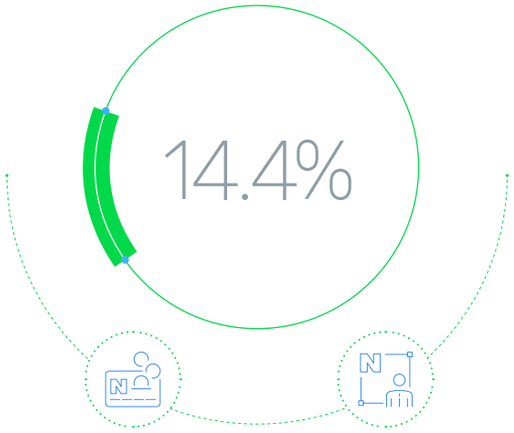


FINTECH

네이버는 간편결제 서비스 시장을 선도해 온 경험과 경쟁력을 기반으로 금융 전문 플랫폼으로 거듭나고 있습니다. 그 어떤 분야보다 유의미한 혁신과 새로운 성장이 기대되는 핀테크 시장에서 앞선 기술과 양질의 데이터 그리고 상생의 철학을 기반으로 디지털 금융의 새로운 장을 열겠습니다.

2022 네이버 핀테크 사업부 주요 성과

2022 사업부문 매출 비중



2022 네이버페이 결제액

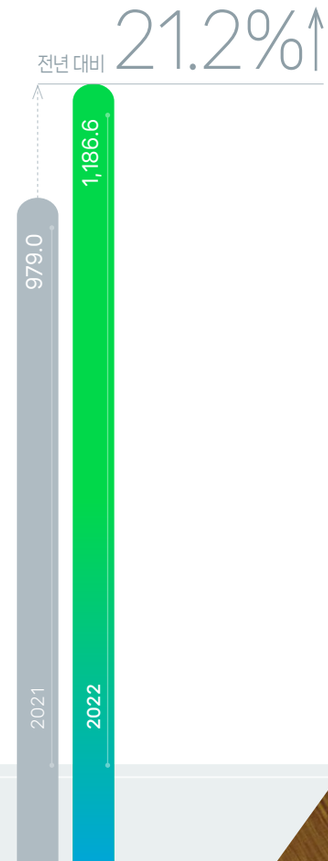
49조 원

2022 네이버페이 전체 회원 수

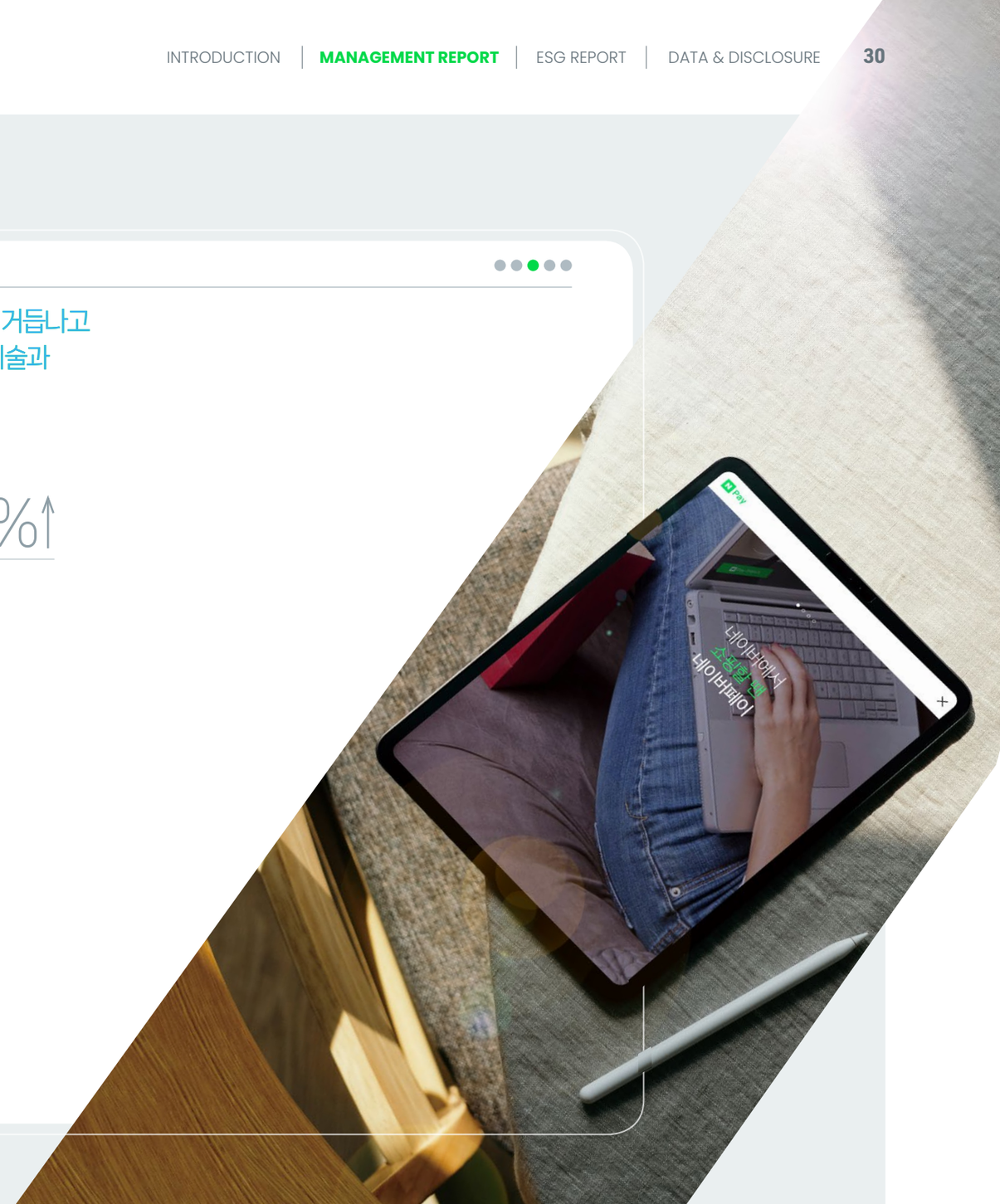
3천만 명 +

핀테크 사업부 매출액 및 연 성장률

(단위: 십억 원)



* 2022년 12월 기준



핀테크는 크게 네이버페이와 디지털금융 서비스로 구성되어 있으며, 그 중 결제사업은 내부 커머스 성장과 외부 가맹점 확대로 빠르게 성장 중입니다. 현장결제 및 예약·주문결제, 후불결제 서비스 등을 기반으로 온·오프라인에서 이용자 편의를 확대하고 있으며, 빠른 정산 서비스, 스마트스토어·스마트플레이스 판매자 대출, 그리고 대출비교 서비스 출시를 통해 SME와 이용자를 위한 핀테크를 본격적으로 제공하기 시작하였습니다. 앞으로도 네이버가 가진 기술과 데이터를 활용하여 네이버 생태계 내의 SME, 신파일러 그리고 이용자를 위한 금융 서비스에 집중하며 관련 기회를 모색해 나가고자 합니다.

2022년 네이버의 핀테크 사업은 전년 대비 21.2% 성장한 1조 1,866억 원의 매출을 기록하였습니다. 2021년 38조 원을 기록하였던 네이버페이 결제액은 2022년 49조 원으로 28.2% 증가하였으며, 이는 대형 글로벌 가맹점을 포함해 각종 온·오프라인 가맹점들이 지속적으로 추가되며 이용자들의 모든 결제 동선을 촘촘하게 연결한 결과입니다.

네이버페이의 월 결제자 수는 1,700만 명에 육박하고 있으며 포인트를 충전해 결제하는 규모는 전년보다 약 1.5배 성장하였고, 이는 충성 이용자가 확산되고 있음을 보여줍니다.

네이버파이낸셜

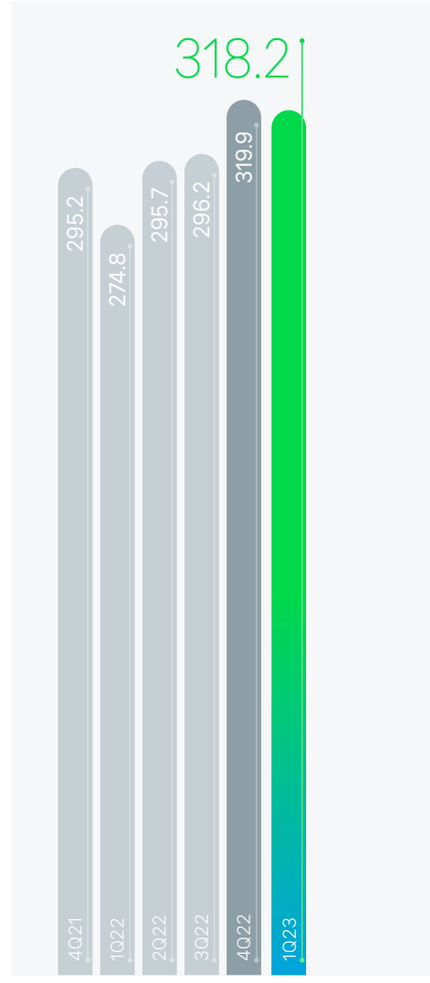
편리한 결제와 금융 서비스, 사업하기 좋은 환경을 제공하는 금융 플랫폼

네이버는 결제 사업뿐만 아니라 플랫폼 판매자들의 온라인 전환을 돕고 신파일러들을 지원하는 역할 또한 강화해오고 있습니다. 네이버 스마트스토어 판매자들은 전 세계에서 가장 빠른 정산을 받고 있으며, 1·2 금융권을 통한 스마트스토어 사업자대출은 2021년 상품 출시 이후, 2023년 1분기 기준 총 대출액이 2천억 원 가까이 달하며 소상공인들에게 큰 힘이 되고 있습니다. 2022년 6월에는 스마트플레이스 사업자대출을 출시하여 오프라인 판매자로 대출 서비스 대상을 확대하였고, 사업자와 개인을 위한 대출비교 서비스를 10월과 11월에 각각 출시하며 라인업을 강화해 나가고 있습니다. 11월에는 네이버페이 머니 하나통장을 출시하여 이용자들로 하여금 페이 포인트를 더욱 안전하게 보관할 뿐 아니라 이자도 수취할 수 있도록 서비스의 범위를 넓혔으며, 동시에 더 많은 네이버페이 충성 이용자를 확보하는 효과까지 거두었습니다. 앞으로도 네이버가 구축한 페이 생태계를 기반으로, 소상공인들과 이용자들이 꼭 필요로 하는 다양하고도 차별화된 금융서비스를 선보이겠습니다.

네이버파이낸셜은 그동안 쇼핑을 넘어 온·오프라인, 국내외 생활결제로 사업영역을 확장하며 압도적 1위의 간편결제 사업자로서 위치를 공고히 하는 데 집중해 왔고, 금융 파트너사들과 협력하여 사업자 대출, 네이버 통장 등 차별화된 상품을 선보였습니다. 향후의 주요 방향성 또한 파트너십 기반의 Asset-Light 모델로서 더욱 많은 금융사들과 협력하여 플랫폼 사업을 확대해 나가고자 합니다. 그 일환으로 2023년 1월 네이버의 증권 및 부동산 서비스가 네이버파이낸셜로 이관되었으며, 이로써 내 자산 서비스, 경제 서비스 등 금융과 자산 간의 연계가 강화되어 더욱 차별화된 서비스를 선보일 수 있을 것으로 기대됩니다.

→ 네이버파이낸셜 마일스톤

분기별 매출
(단위: 십억 원)



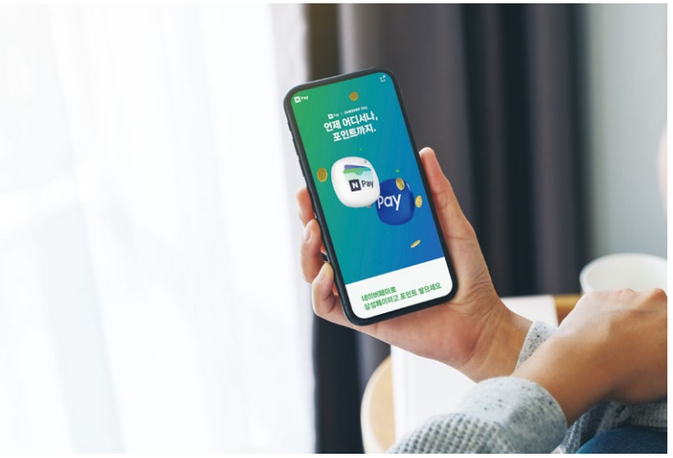
FINTECH

네이버페이 간편결제

검색, 쇼핑, 결제까지
끊김 없는 흐름을 제공하는 간편결제 서비스

2022년 네이버는 네이버페이 워치앱 카드결제를 출시하며 스마트워치에서 네이버페이 포인트뿐만 아니라 카드결제 기능을 추가하였고, 이로 인해 국내에서 최초로 스마트폰 없이 스마트워치만으로 간편결제를 이용할 수 있는 서비스를 선보였습니다.

아울러 하나은행과 함께 선불충전금에 대해 이자수익과 포인트 적립 혜택을 동시에 누릴 수 있는 네이버페이 머니 하나 통장을 출시했으며, 이는 금융위원회 혁신금융서비스로 지정받아 시작한 서비스로서 빠르게 사용자가 증가하고 있습니다.



네이버페이 내 자산

마이데이터 기반의
자산관리 서비스

네이버파이낸셜은 2021년 금융 당국으로부터 본인신용정보관리업(마이데이터) 본인가를 받아 은행과 증권, 카드, 대출 등의 자산 현황을 한눈에 파악하고, 신용관리 및 자산관리를 쉽게 할 수 있는 내 자산 서비스를 더욱 확장하여 제공하고 있습니다. 이 외에도 모바일 신분증 시대에 발맞춰 핀테크 업계 최초로 모바일 운전면허증을 송금 서비스 인증수단으로 도입하였고, 스마트플레이스 금융지원 메뉴를 오픈하며 네이버 생태계의 소상공인들이 사업에 필요한 금융 정보를 한번에 확인할 수 있는 환경을 조성, 강화해 나가고 있습니다.

금융플랫폼 서비스

믿을 수 있는 금융상품 비교 서비스

네이버파이낸셜은 '금융소비자 보호에 관한 법률'에 따라 금융감독원으로부터 대출상품판매대리중개업 1호 사업자로 등록 승인을 받았으며, 이를 바탕으로 네이버페이 신용대출비교 서비스, 대출안심케어 서비스 등을 선보이고 있습니다. 2022년 말 출시된 대출비교 서비스는 지속되는 금리인상으로 이용자들의 대출 실행여력이 제한된 상황에서도 우수한 초기 성과를 나타내었습니다. 특히 개인 신용대출 비교서비스는 출시한지 한 달여 만에 거래액과 조회수 기준 업계 4위에 안착하며 높은 성장 잠재력을 보이고 있습니다. 이와 더불어 축적된 데이터를 기반으로 더욱 정확한 한도 조회를 제공하고, 성실 상환 이벤트, 대출 안심케어 보험 등 차별화된 서비스를 제공함으로써 이용자는 물론 제휴 금융사로부터도 호평을 받고 있습니다. 앞으로도 금융사 제휴 네트워크를 더욱 확대하고, 서비스를 고도화해 나갈 예정입니다.

네이버페이 월간 결제자 수

1,700만 명

네이버페이 월간 결제 건수

1억 건

* 2022년 12월 기준

SPECIAL FEATURE

중소상공인과 신파일러를 위한 혁신적인 금융서비스

네이버는 세계에서 가장 빠른 정산 서비스인 '빠른정산'을 비롯하여 네이버와 함께하는 사업자를 위한 다양한 금융 서비스를 제공하고 있습니다. 2020년 12월 론칭한 빠른정산은 집화 완료 다음날, 결제 후 약 사흘이면 정산대금의 100%를 지급하는 무료 선(先)정산 서비스로, 2021년부터 2022년까지 지난 2년간 스마트스토어 빠른정산을 통해 소상공인에게 900억 원에 달하는 금융비용을 절감한 효과가 있었습니다. 네이버파이낸셜은 자체 구축한 위험탐지 시스템(FDS)을 활용해 8일 정도 소요되는 일반 정산 기간을 3일 정도로 단축했으며, 담보 없이도 3개월 연속 월 주문건수 20건 이상 등의 이용 요건을 충족한 스마트스토어 사업자라면 누구나 이용 가능하도록 했습니다. 그 결과 매월 스마트스토어 전체 거래액(GMV)의 약 41%가 빠른정산으로 지급되고 있으며, 그 중 영세·중소 사업자 지급 비중이 약 62%에 달할 만큼 빠른정산은 스마트스토어 자금회전을 위한 필수 서비스로 자리 잡았습니다.

빠른정산

배송 완료 다음날, 대금의 100% 무료 정산 서비스로 출시 후 2년간 빠른 정산 누적대금 17조 4천 억 원, 소상공인 이자 비용 절감 효과 896억 원 기록

스마트스토어 & 스마트플레이스 사업자 대출

금융이력·업력이 부족한 소상공인들의 대출 문턱을 낮추기 위해, 비금융 데이터를 활용한 1·2금융권 제휴 신용대출 서비스 제공

후불결제

신용 이력이 부족해 카드 이용이 제한적인 신파일러들이 먼저 구매하고 나중에 결제할 수 있는 서비스

네이버 비즈니스 금융센터

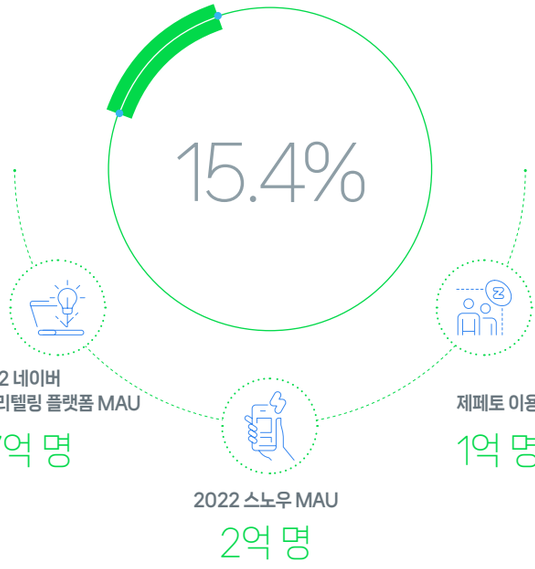
창업, 세무, 노무 가이드 등 사업에 꼭 필요한 정보를 한 곳에 모아 놓은 서비스

CONTENTS

콘텐츠는 창작자와 이용자가 자유롭게 창작하고 소비하는 생태계를 제공하는 사업으로,
네이버의 플랫폼과 기술을 토양으로 창작자의 혁신이 싹 틔우는 네이버의 소중한 자산입니다.
콘텐츠의 가치가 꽃을 피울 수 있도록 사업을 확장하며 글로벌로 도약하겠습니다.

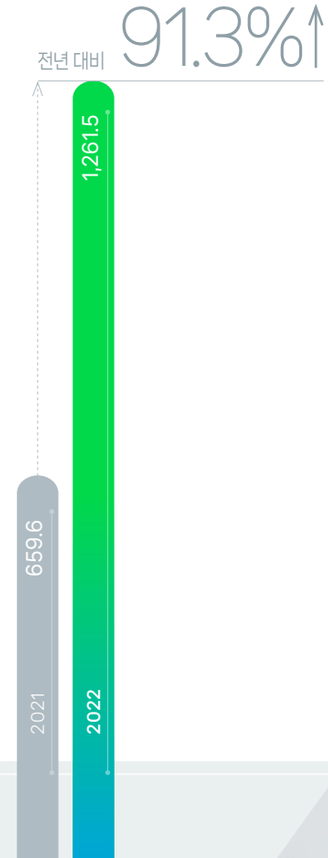
2022 네이버 콘텐츠 사업부 주요 성과

2022 사업부문 매출 비중

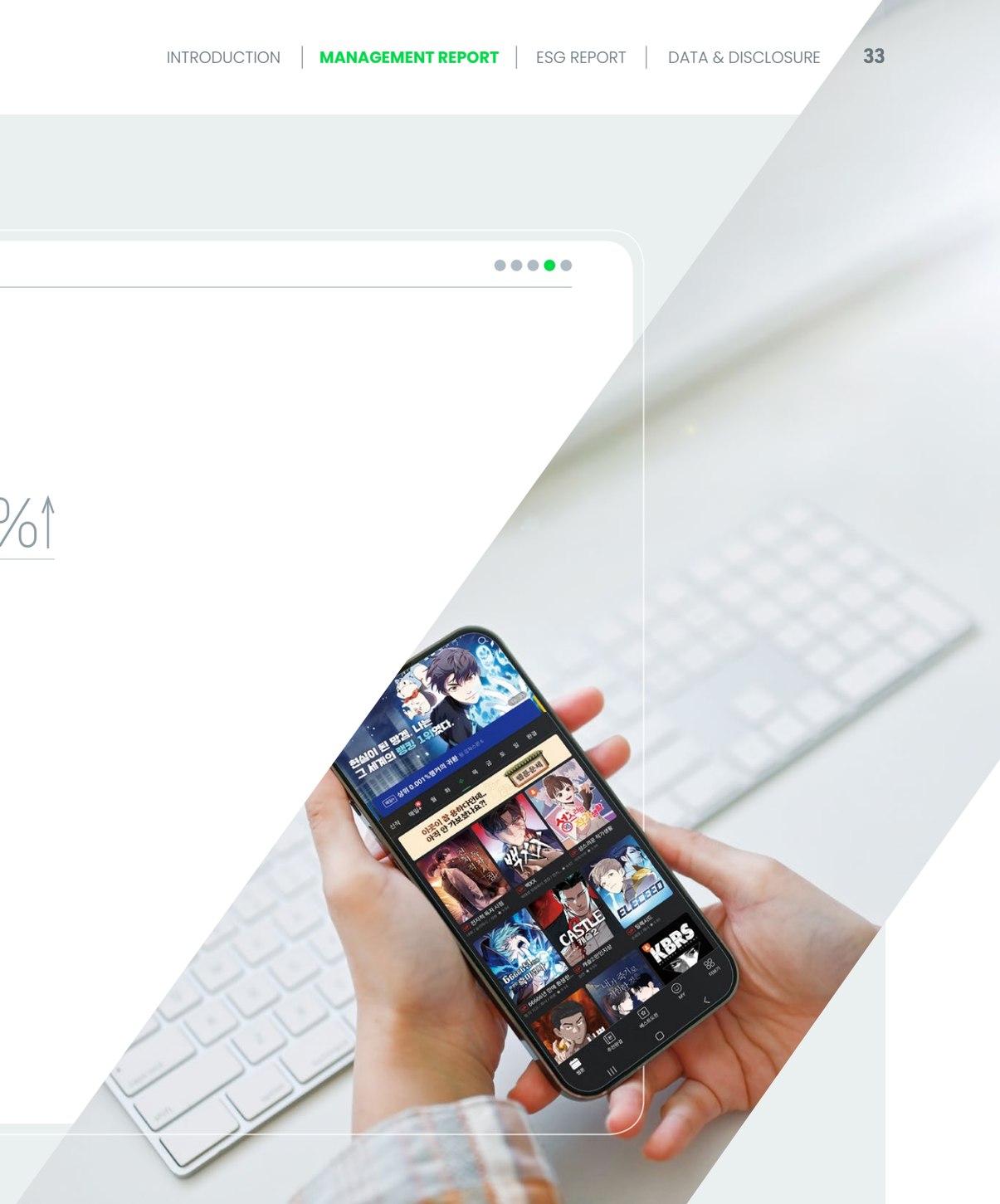


콘텐츠 사업부 매출액 및 연 성장률

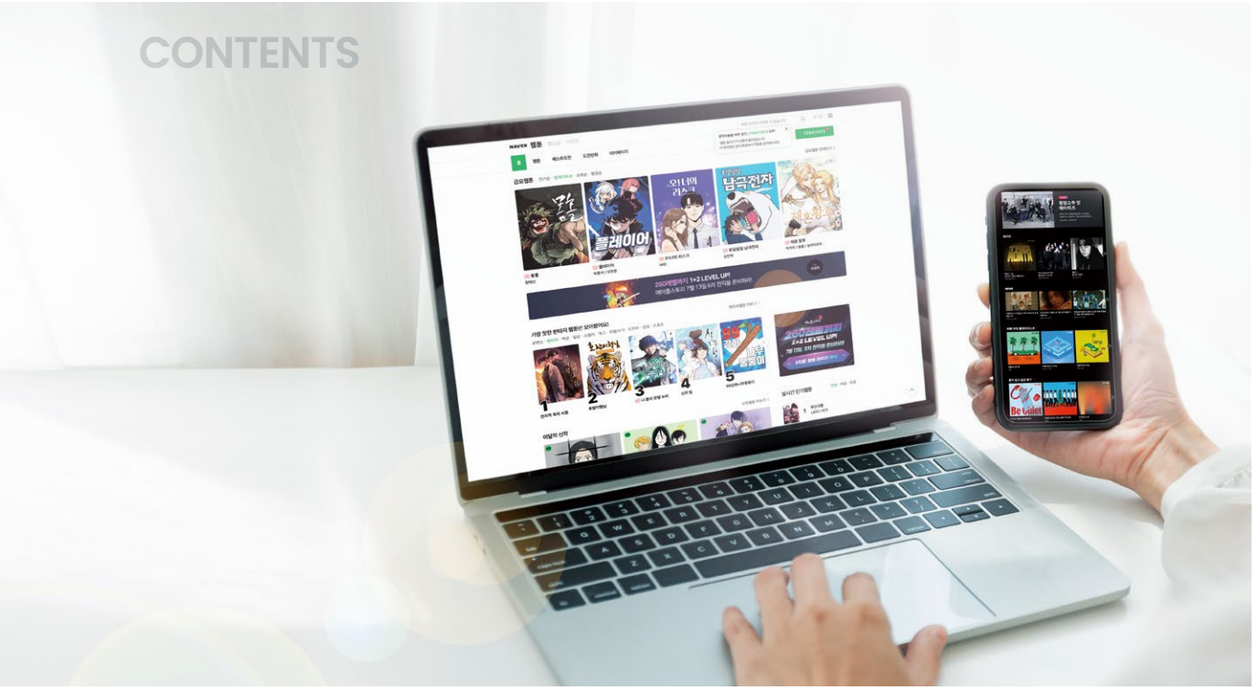
(단위: 십억 원)



* 2022년 12월 기준



CONTENTS



네이버는 웹툰, 웹소설, 뮤직, 스노우, 제페토 등의 다양한 콘텐츠 서비스를 운영하고 있습니다 이러한 서비스들은 우수한 기술을 바탕으로 매년 글로벌 이용자 수가 크게 증가하고 있으며, 다양한 수익모델 개발에도 힘쓰고 있습니다. 2022년 3월에는 네이버웹툰의 일본 계열사 라인 디지털 프론티어(LINE Digital Frontier)가 이북 이니셔티브 재팬을 인수하며 앱과 웹 서비스를 모두 갖추게 되었고, 이후 일본 디지털 만화 시장에서의 영향력 강화에 집중하고 있습니다. 또한 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼으로의 도약을 위해 2022년 7월 하이브의 자회사인 위버스 컴퍼니와 협력하여 V LIVE와 위버스의 통합 팬십 플랫폼을 출시하였습니다.

네이버의 2022년 콘텐츠 매출액은 전년 대비 91.3% 증가한 1조 2,615억 원을 기록하였습니다. 그 중 콘텐츠 사업의 글로벌 포트폴리오 강화에 앞장서고 있는 네이버의 웹툰 사업은 2021년 국내 웹소설 플랫폼 문피아를 인수한 데 이어, 2022년 일본 최대 규모 전자책 사업자인 이북재팬 인수를 완료함으로써 글로벌 스토리텔링 플랫폼 1위로서의 지위를 더욱 확고히 하였습니다.

2021년 인수한 세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드(Wattpad)의 플랫폼 및 비즈니스 모델 고도화를 진행하여 웹툰과 왓패드 간 시너지를 도모하고 있으며, 지난 10월 그 첫 사례로 북미시장에서 고도화된 선별 작업을 통해 엄선된 콘텐츠만을 제공하는 프리미엄 유료 콘텐츠 플랫폼인 '욘더(Yonder)'를 출시하였습니다. 왓패드를 통해서는 아마추어 창작자의 성장을 지원하기 위해 누구나 자신의 이야기와 만화를 기고할 수 있는 생태계를 제공하고, 욘더를 통해서는 프리미엄 웹툰·웹소설 콘텐츠의 큐레이션을 통해 고품질 작품을 제공합니다.

향후 왓패드 이용자가 욘더와 글로벌 웹툰으로 유입되고, 충성 이용자로 락인(Lock-in)되는 흐름이 만들어지기를 기대합니다. 나아가 그 과정에서 국내 웹소설 작가들의 작품을 왓패드를 통해 해외에 배급하거나, 왓패드에서 검증된 웹소설을 웹툰으로 제작하고 흥행성이 검증된 웹소설 및 웹툰을 영상화하는 등 원천 콘텐츠 확보 및 IP사업 다각화 능력을 강화하고자 합니다.

이처럼 네이버웹툰은 국내외 시장에서 창작자 확보, 콘텐츠 유통, IP 사업화로 이어지는 콘텐츠 밸류체인을 성공적으로 구축해 나감으로써 글로벌 최고 수준의 엔터테인먼트 기업에 한 발 더 다가서고 있습니다. 일본에서는 앱 경쟁력을 갖춘 라인망가(LINE Manga)와 웹에서 경쟁력을 발휘하는 이북재팬이 시너지를 창출함으로써 네이버 웹툰이 확보한 글로벌 IP의 일본 내 유통 및 일본 현지 크리에이터 발굴에서도 더욱 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 전망됩니다.

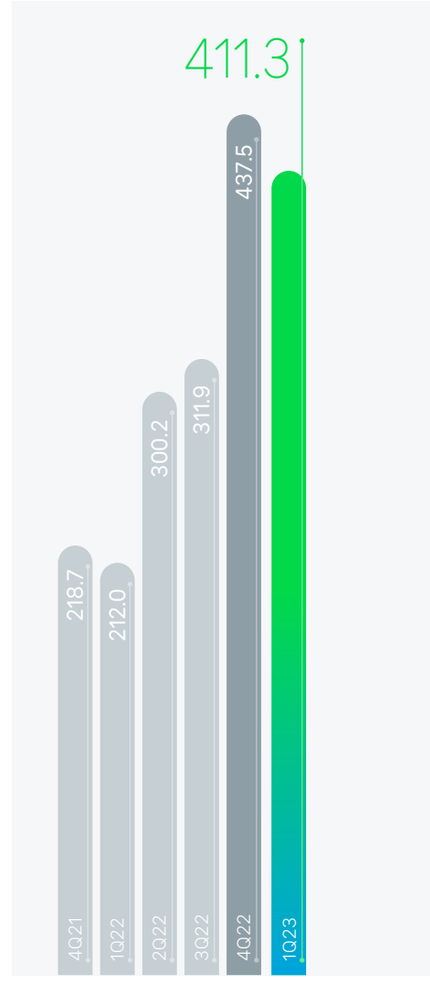
네이버웹툰

창작자들과 함께 성장하고 전 세계 이용자들과 소통하는 글로벌 No.1 스토리테크 플랫폼

네이버웹툰은 국내에서의 독보적인 지위를 바탕으로 글로벌 1위 스토리테크 플랫폼으로서의 리더십을 강화해 나가고 있습니다. 국내 최초 웹툰 창작자 플랫폼 '도전만화'와 글로벌 아마추어 창작자 플랫폼 'CANVAS'를 운영하고 있으며 이를 통해 국내외 아마추어 창작자의 발굴 및 육성을 도모하고, 전문적인 창작자로의 성장을 적극 지원하고 있습니다. 네이버웹툰과 왓패드를 포함한 네이버의 스토리텔링 플랫폼을 통해 매해 전 세계 600만 명의 창작자가 10억 편 이상의 작품을 선보이고 있습니다.

분기별 매출

(단위: 십억 원)



CONTENTS

연간 글로벌 거래액

1조 5,885억 원

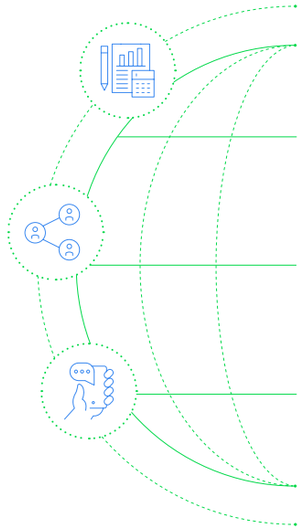
글로벌 창작자 수[1)]

600만 명

글로벌 웹툰·웹소설 작품[1)]

10억 편

* 2022년 12월 기준
1) 왓패드 포함



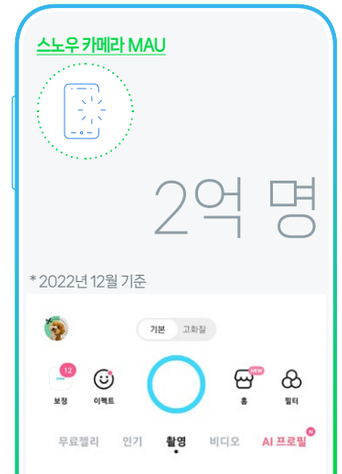
이 중에서도 'Lore Olympus', 'Unordinary', 'Let's Play' 등의 CANVAS 출신 작품은 미국 웹툰 매출 상위권을 유지하며 큰 수익을 창출함은 물론, 네이버웹툰의 글로벌 플랫폼을 통해 전 세계에 서비스되고 있어 창작자들의 롤모델이 되고 있습니다. 이와 같이 CANVAS는 창작자가 자신의 작품을 가장 발표하고 싶은 플랫폼으로 자리매김하고 있으며, 이는 양질의 콘텐츠 및 역량 있는 창작자의 발굴 및 확보가 필수적인 산업의 특성상 네이버웹툰만이 보유한 특별한 강점이라고 할 수 있습니다.

또한 네이버와 네이버웹툰은 글로벌 IP 플랫폼 기업 인수 및 신규 서비스 론칭을 통해 콘텐츠 밸류체인 경쟁력을 강화해 나가고 있습니다. 2021년 5월 왓패드 인수 후, 6월 네이버는 기존 웹툰 스튜디오와 왓패드 스튜디오를 통합하여 '왓패드 웹툰 스튜디오'를 설립했습니다. 왓패드 웹툰 스튜디오는 네이버웹툰과 왓패드가 보유한 IP의 영상화 및 사업화를 적극적으로 추진하고 있으며, 현재 10여개국에서 120건 이상의 프로젝트를 진행 중입니다.

스노우

글로벌 비주얼 커뮤니케이션 트렌드를 이끄는 카메라 기반 AR 플랫폼

스노우는 '컴퍼니 빌더'로서 2016년부터 다양한 모바일 서비스를 선보이며 콘텐츠, 커머스 사업을 추진하고 있습니다. 현재 스노우의 주요 사업포트폴리오는 스노우(카메라 기반 AR 플랫폼), 제페토(글로벌 메타버스 플랫폼), 케이크(글로벌 언어교육 플랫폼), 플레이리스트(K-Drama 플랫폼), 세미콜론 스튜디오(K-Movie 플랫폼), 슈퍼랩스(디지털 휴먼 제작 플랫폼), 스프링캠프(초기 스타트업 투자) 등을 포함합니다. 이 중 스노우의 카메라 서비스는 2억 명의 이용자를 보유한 글로벌 플랫폼으로, 대표적인 어플리케이션으로는 스노우, B612, Foodie 등이 있습니다. 스노우는 카메라 앱을 기반으로 전 세계 이용자와 만나며 스폰서 스티커, 스플래시 광고, AI 아바타 등 다양한 유형의 광고 서비스와 구독 및 유료 서비스를 제공하며 수익을 창출하고 있습니다.



제페토

나만의 새로운 세상을 만들어가는 글로벌 증강현실(AR) 아바타 서비스

제페토는 스노우에서 2018년 9월 론칭한 메타버스 서비스입니다. Z세대를 주요 이용자층으로 하며, 자신만의 아바타로 가상세계인 제페토에 구현된 다양한 월드에서 언제 어디서든 상상했던 모든 것을 만들어내는 플랫폼을 지향합니다. 전 세계 1억 명 이상의 이용자를 대상으로 서비스 중으로, 제페토 내의 인앱 결제를 통해 900만 개 이상의 각종 가상 아이템(의류, 제스처 등)을 구매할 수 있는 코인을 유료로 이용자에게 판매하여 수익을 창출하고 있습니다.

제페토 해외 이용자 비중

95%

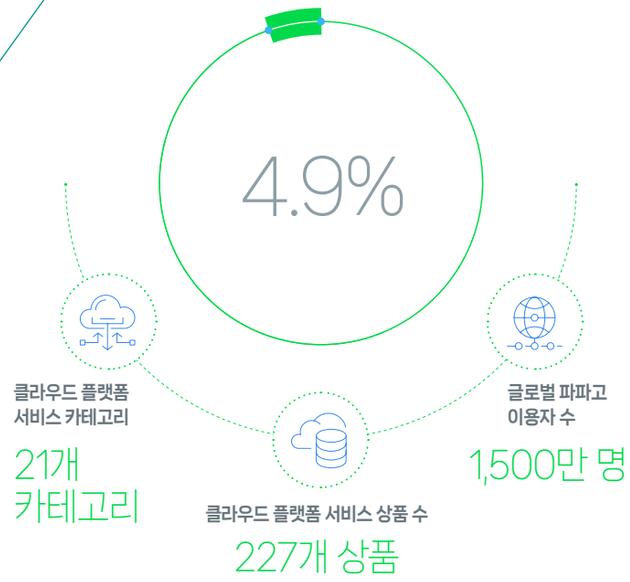
* 2022년 12월 기준

CLOUD

4차 산업혁명 시대, 클라우드를 통한 디지털 트랜스포메이션은 비즈니스 성공의 기반입니다.
네이버는 앞선 기술력과 방대한 데이터, 트래픽 처리 경험을 기반으로 기업고객의 성장을 지원하며
혁신적인 B2B 서비스의 지평을 열어가겠습니다.

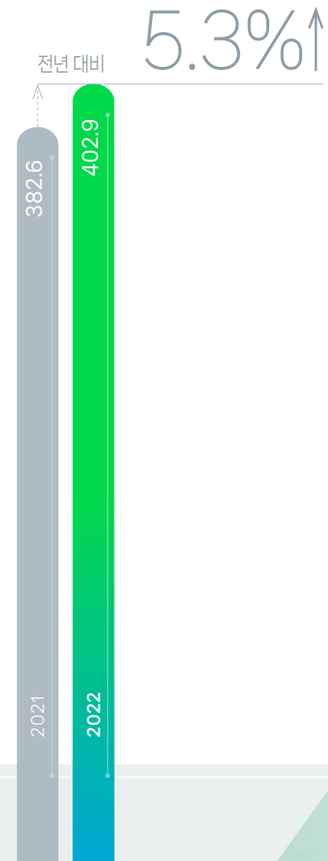
2022 네이버 클라우드 사업부 주요 성과

2022 사업부문 매출 비중

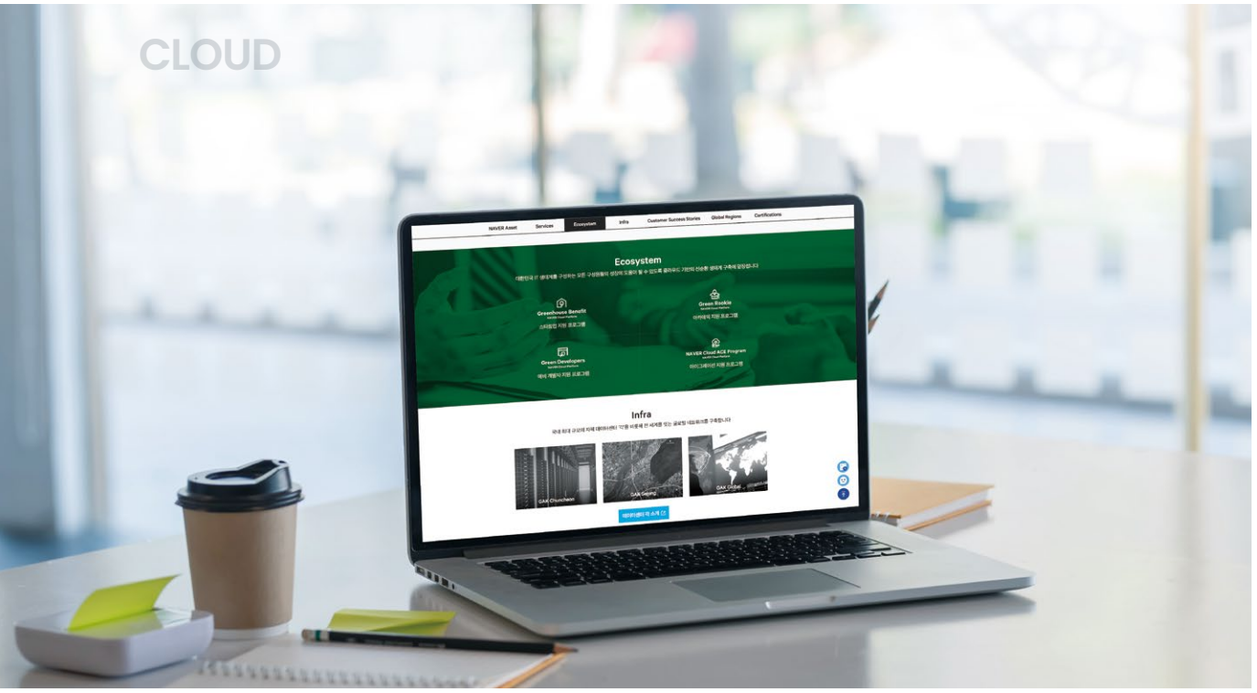


클라우드 사업부 매출액 및 연 성장률

(단위: 십억 원)



* 2022년 12월 기준



네이버클라우드에서는 네이버 클라우드 플랫폼과 웍스모바일, 클로바의 각종 소프트웨어와 하드웨어 판매 등 다양한 사업을 진행하고 있습니다. 2023년부터는 AI 기술조직과 B2B 사업조직들을 네이버클라우드 중심으로 통합하고자 하며, B2B 서비스 융합 추진체인 네이버클라우드 법인을 중심으로 웍스, 클로바 등 기존의 기업용 서비스뿐만 아니라 네이버랩스, 네이버 쇼핑, 웨일 등 네이버의 다양한 서비스를 B2B로 제공하기 위해 상호 간의 사업 협력 및 시너지 창출에 주력하고 있습니다.

네이버클라우드

검증된 역량과 기술을 바탕으로 하는 퍼블릭 클라우드 서비스

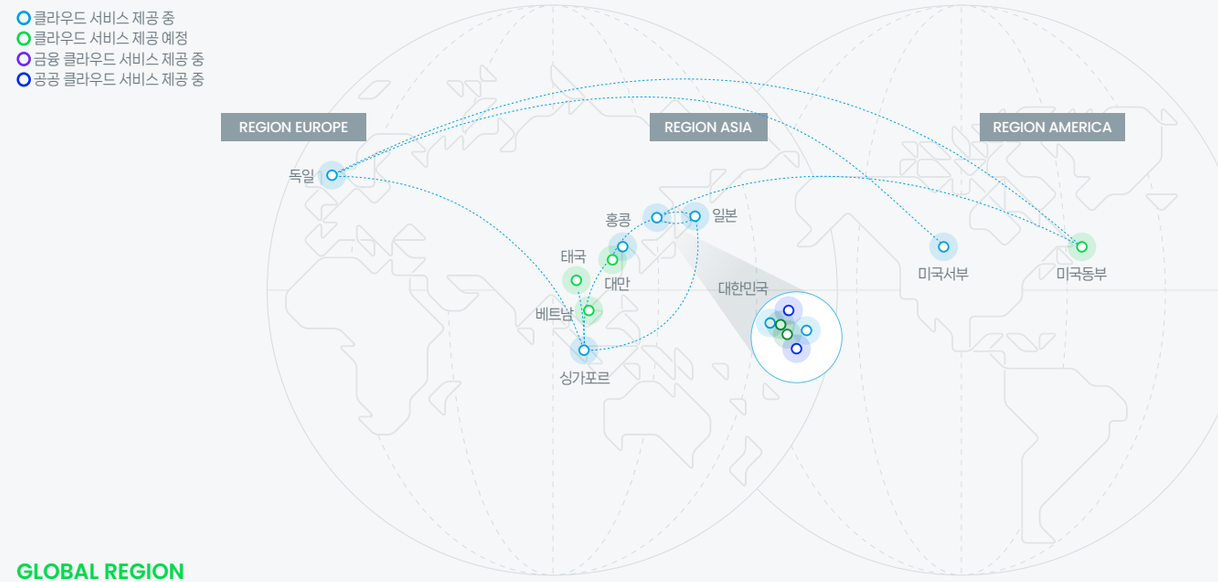
네이버클라우드 주식회사는 대한민국을 대표하는 클라우드, IT 서비스 제공 기업입니다. 네이버클라우드 플랫폼은 IaaS와 PaaS, SaaS 영역을 모두 아우르는 퍼블릭 클라우드로, 2022년 12월 기준 21개의 상품 카테고리에서 227개의 클라우드 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 글로벌 클라우드이자 인프라 빌더로서 클라우드 AI 기술 사업화 레퍼런스를 확장하는 등 데이터 플랫폼 라인업을 강화하며, Neurocloud와 같은 하이브리드 클라우드 구성을 위한 서비스까지 제공하고 있습니다.

2022년에는 각 산업별, 도입 유형별로 최적화된 맞춤 클라우드 서비스 패키지인 '버티컬 서비스'를 필두로 한 시장확대에 주력하였고, 이를 위해 국내외 경쟁력 있는 솔루션 파트너사들과의 협업을 강화하여 시너지를 높이는 전략을 취하고 있습니다.

네이버클라우드는 또한 동남아 시장을 시작으로 글로벌 진출을 위한 움직임을 본격화할 계획이며, 일본 협업 툴 시장 1위인 라인웍스(LINE WORKS)의 한국 버전인 네이버웍스의 국내 시장 확대에도 주력하고 있습니다.

네이버클라우드는 수백여 개에 달하는 네이버의 다양한 서비스를 안정적으로 운영하기 위해 대규모 컴퓨팅 자원을 유연하게 관리하고, 내부적으로 필요한 서비스 플랫폼 또는 기술을 직접 구축해 사용하면서 대외적으로도 클라우드 사업을 제공할 수 있는 역량을 키워왔습니다. 오랜 경험으로 쌓아온 온라인 비즈니스에 대한 이해와 이를 실현하는 IT 기술력을 바탕으로 네이버클라우드는 일반 기업뿐 아니라 공공, 금융, 의료, 교육 등 민감한 데이터를 다루는 산업 분야에서도 클라우드를 빠르게 도입할 수 있도록 최적화된 클라우드 서비스를 제공하며, 고객들의 서비스 운영 가시성을 높이는 데 도움을 주고 있습니다. 국내 클라우드 사업자 중 가장 많은 클라우드 상품을 배포해 온 네이버클라우드는 보안 부문에 대한 대규모 투자를 통해 CSA STAR (Security Trust Assurance and Risk) Gold 등급을 획득하는 등 세계 최고 수준의 보안 기술력을 보유하고 있습니다.

2023년부터는 네이버의 AI 기술력과 그간 쌓아온 기술 플랫폼 역량을 모두 결집하여 클라우드 서비스의 경쟁력을 강화할 뿐만 아니라 세계 최고 수준의 AI 기술 역량과 결합 시너지를 기반으로 글로벌 기술 플랫폼으로 거듭나고자 합니다.

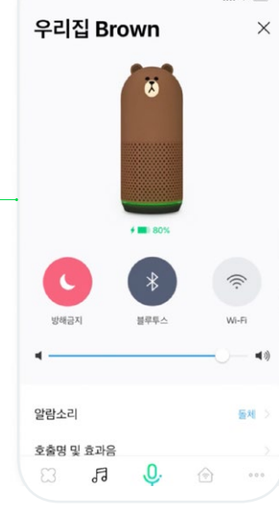


GLOBAL REGION

네이버클라우드는 해외 주요 거점에 글로벌 리전을 구축 및 운영하고 있으며 고객의 서비스가 전 세계 모든 곳에 빠르게 닿을 수 있도록 지속적으로 확대해 나가고 있습니다.

CLOUD

클로바노트 다운로드 수
320만



클로바

새로운 가치창출을 위해
기업의 AI 전환을 지원하는 AI 집합체

클로바는 음성·이미지 인식, 인공신경망 번역, 대화형 엔진 등 앞선 기술들이 집결된 통합 AI 집합체입니다. 더빙 상품과 AI Call 솔루션, 문서 감정 및 요약, 디지털 전환이 가능한 OCR, 챗봇 상품 등을 지속적으로 고도화하고 있으며, 얼굴인식으로 온·오프라인 신분인식을 돕는 Face Sign, 개인화 쇼핑 추천 서비스 AiTEMs 등의 클라우드 상품을 개발하였고, 국내 최초로 초대규모 AI 기술이 적용된 전화 돌봄 서비스인 클로바 케어콜(CLOVA CareCall), 전화를 통한 고객 만족도 조사 및 불완전 판매 모니터링 업무를 수행할 수 있는 클로바 해피콜(CLOVA HappyCall) 등을 제공하고 있습니다.

네이버가 국내 기업 최초로 자체 개발한 초대규모 AI인 하이퍼클로바(HyperCLOVA)[1]는 본격적으로 검색 서비스에 도입되어 기업을 대상으로 하는 AI 상품으로 확대해 나가고 있습니다. 하이퍼클로바 기반의 음성문자변환서비스(STT) 클로바 노트는 2022년 말 기준 320만 다운로드를 기록하며 높은 호응을 얻고 있으며, 개발 관련 전문지식이 없이도 AI의 적용 가능성을 탐색하고 실제 서비스에 적용해볼 수 있는 노코드 플랫폼인 클로바 스튜디오는 다양한 네이버 내외부 서비스에서 새로운 가치를 창출하며 AI 트랜스포메이션을 이끌고 있습니다.

나아가 2023년 여름 하이퍼클로바는 하이퍼클로바X(Hyper CLOVA X)로 진화할 예정입니다. 하이퍼클로바X는 기존 하이퍼클로바를 고도화한 초대규모 AI로, 고객이 자체 보유한 데이터를 하이퍼 클로바와 결합해 이용자의 전문분야를 훨씬 더 잘 이해하고 특화된 응답을 즉각 제공합니다. 하이퍼클로바X 출시와 함께 더욱 강력해진 Backbone과 AI 개발 도구가 탑재된 클로바 스튜디오도 선보일 예정이며, 이를 통해 커스텀 B2B 상품을 포함한 클라우드 서비스의 품질 및 포트폴리오를 강화하겠습니다. 이처럼 네이버는 최고 수준의 연구진들과 국내 최대 역량을 가진 클라우드 사업부의 결합을 통해 초거대 AI 분야 주요 연구들이 학회 채택을 넘어 '베스트 페이퍼(Best Paper)', '상위 25% 연구(Notable Top 25%)'에도 선정됐으며 2022년 1월 세계 최고 권위 머신러닝 학회 'ICLR(표현 학습 국제 학회) 2022'에서 네이버 클로바 논문 12개, 네이버랩스유럽과 라인 포함 시 총 17개의 논문이 채택되며, 국내 기업 최초로 두 자릿수 논문을 발표하였습니다. 이처럼 네이버는 네이버의 기술을 표준화된 상품으로 출시하고 기업 고객들을 유치하며, AI 자체로 사업이 되고 가치를 만들어 낼 수 있다는 점을 입증해 나가고 있습니다.

클로바노트 | 눈으로 보며 듣는 AI 음성기록

[1] AI 모델의 크기를 나타내는 파라미터의 수가 높아질수록 AI는 더욱 많은 문제를 해결할 수 있게 됨. 통상적으로 10~100B (100억~1,000억)개 파라미터수를 갖춘 모델을 초거대 내지는 초대규모로 지칭하며, 네이버 하이퍼클로바는 204B(2,040억개) 파라미터(매개변수) 규모로 개발됨

웍스모바일

일하는 방식을 바꾸는
글로벌 대표 기업용 협업 플랫폼

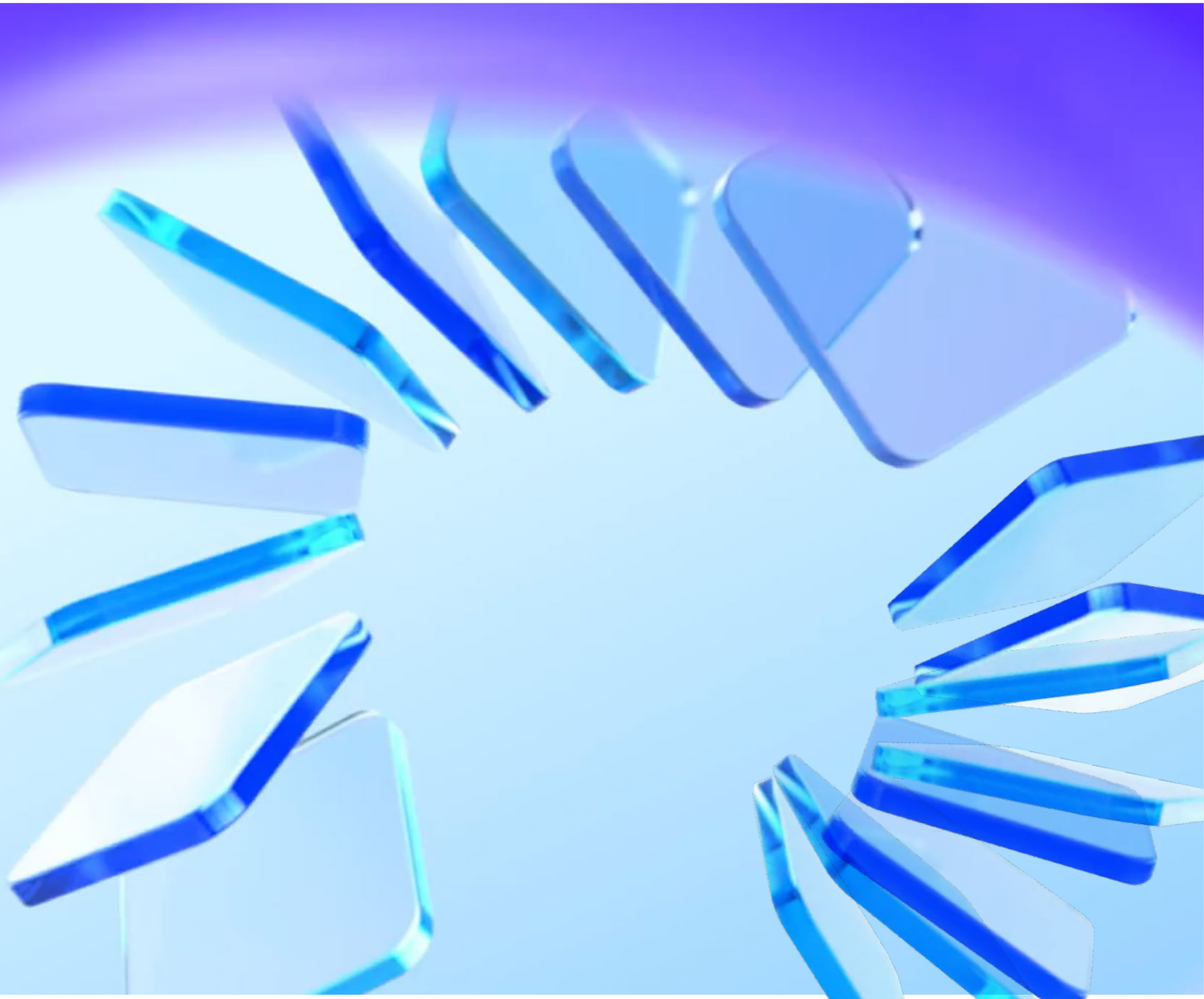
웍스모바일은 B2B 기업용 협업 솔루션인 라인웍스(국내 네이버 웍스)의 글로벌 서비스 제공사로서, 모바일 환경에서 메신저를 중심으로 메일, 캘린더, 드라이브, 주소록, 파일공유, 음성통화 및 화상회의 등의 기능을 통합 제공하는 협업 플랫폼 서비스 기업입니다. 라인웍스는 각 기업체의 업무 형태와 니즈에 맞춰 활용할 수 있는 연동 서비스를 제공하여 업무에 편리함을 더하고 있습니다. 이와 같은 차별화된 기능과 편의성에 힘입어 2022년 12월 기준 글로벌 라인웍스 도입 기업은 47만 개사, 이용자 수는 480만 명 이상을 기록하고 있습니다. 특히 일본 내 금융, 증권, 보험업 부문에서의 압도적인 점유율을 바탕으로 건설, 간호, 교육, 제조 등의 업종으로 영역을 확장하고 있으며, 지방 거점의 주요 파트너사와 협업을 통해 일본 전역으로 서비스의 범위를 넓혀가고 있습니다. 그 결과 2022년 웍스모바일은 해외시장에서 첫 연간 손익분기점을 기록하며 흑자 전환의 기점을 마련하였습니다.

라인웍스는 B2B 기업용 솔루션인 만큼 국제 기준 및 일본의 법령을 준수하고 있으며, 프라이버시 센터를 통해 다양한 보안 대책을 실시하고 있음을 대외적으로도 투명하게 공개하여 고객과 파트너도 이를 쉽게 확인할 수 있습니다. 한국에서는 2022년 4분기 네이버클라우드와 함께 공공기관용 네이버웍스 상품에 대한 SaaS 부문 클라우드 서비스 보안 인증(CSAP)을 획득함으로써 민간기업뿐만 아니라 공공기관에서도 보다 안전하고 간편한 네이버웍스 상품을 이용할 수 있게 되었습니다.

네이버 웨일

완전히 새로운 경험을 제공하는
누구나 쉽게 쓰는 브라우저

네이버 웨일은 브라우저 기반 웹서비스 통합플랫폼입니다. 쉽고 빠른 탐색은 물론 모든 기기를 연결하는 동기화, 위조 사이트 차단 등의 부가기능을 제공함으로써 새로운 경험을 만들어 가고 있습니다. 웨일 스페이스는 통합 계정으로 교육 서비스를 연결하고 학습 데이터를 수집하는 오픈형 플랫폼입니다. 관리자가 쉽고 편리하게 계정을 관리할 수 있으며, 학습도구 설치 및 불필요한 앱 차단 등을 학생들의 학습 환경에 일괄 적용할 수 있어 효율적인 수업 진행을 가능하게 합니다. 웨일 스페이스는 전국 교육청 17곳에서 사용 중입니다. 웨일 북은 대면 수업과 온라인 수업을 결합한 블렌디드 러닝에 최적화된 미래 교육 플랫폼 디바이스로 빠르고 안전한 웨일 OS를 기반으로 수업에 필수적인 다양한 수업도구와 서비스를 제공하고 있습니다. 웨일 온은 별도 애플리케이션 설치 없이 브라우저에서 바로 사용할 수 있는 무제한 온라인 화상회의 서비스입니다. 이와 같은 차별화된 경쟁력을 바탕으로 월간 120만 명의 이용자가 웨일 온을 사용하고 있습니다.



TEAM NAVER – TOMORROW

네이버는 인공지능, 로보틱스, 모빌리티 등 미래 기술에 대한 지속적인 연구개발과 투자를 통해 변화와 혁신을 추구합니다. 네이버의 다양한 기술들로 실험과 도전, 융합을 통해 새로운 기회와 가능성을 만들어 갑니다. 네이버의 실험실에서 가능성을 확인한 미래 기술이 글로벌 이용자들의 삶으로 들어갈 수 있도록 미래 역량의 새로운 마일스톤을 쌓아가고 있으며 미래 기술 혁신생태계 조성에 앞장서고 있습니다.

미래를 향한 긴 호흡의 로드맵과 투자는 2022년 세계 최초의 로봇친화형 건물인 1784, 세계 최고 수준의 디지털 트윈 솔루션인 ALIKE 등으로 구체화되었습니다. 아울러 기술 스타트업, 학계, 여러 IT기업의 개발자들과 협력의 범위를 넓히며 네이버가 기술로 준비하는 미래를 공유하였습니다.

미래 역량 개발과 기술 혁신

LEADING THE FUTURE OF TECHNOLOGY

네이버는 기술로 미래를 준비합니다. PC와 모바일에서 비롯된 다양한 서비스들이 물리 세계와
경계 없이 연결될 수 있도록 AI, 로보틱스, 자율주행, 디지털 트윈, AR 등을 연구하고 있습니다.
가장 독창적이며 앞선 기술력으로 사람, 머신, 공간, 정보를 연결하는 플랫폼의 미래를 만들어갑니다.

네이버 디지털 트윈 솔루션

ALIKE-3D
항공사진과 AI 기술로 도시 전체의 3D 모델을 제작합니다. 이 3D 모델은 다양한 도시문제를 해결하기 위한 시뮬레이터로 활용될 수 있으며, 스마트 시티 구축의 핵심 데이터입니다.

ALIKE-RD
도시 전체의 도로 정보를 정밀하게 생성합니다. 딥 러닝과 컴퓨터 비전 등의 AI 기술로 노면기호나 차선정보까지 자동으로 추출할 수 있습니다. 완성된 로드 레이아웃은 다양한 모빌리티 서비스나 도시 전체의 교통 시스템 연구 등에 활용됩니다.

ALIKE-HD
자율주행차를 위한 HD 맵을 제작합니다. ALIKE-3D로부터 추출한 진정사영상 (True Ortho)과 MMS(Mobile Mapping System)를 통해 획득한 데이터를 결합해 데이터의 후처리 과정을 크게 단축했습니다.

ALIKE-M
대규모 실내외 공간의 디지털 트윈을 제작합니다. 자체 제작한 매핑 로봇과 웨어러블 매핑 디바이스를 활용해 실내와 실외, 수직과 수평, 평지와 계단 등 복합적인 환경을 자연스럽게 연결할 수 있습니다.

공간 디지털 트윈 활용분야

AR 로봇 자율주행 스마트 빌딩 스마트 시티

오픈데이터셋

대학 연구소 스타트업

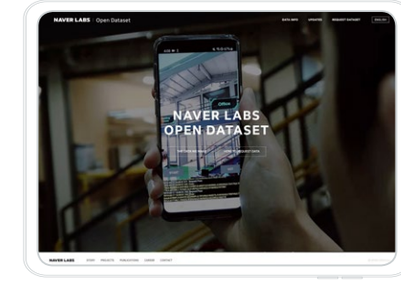
ALIKE – 메가시티 스케일 디지털 트윈 솔루션

네이버의 미래 기술을 책임지는 R&D 전문 자회사인 네이버랩스는 세계 최고 수준의 공간 디지털 트윈 제작 솔루션을 보유하고 있습니다. 디지털 트윈이란 현실 세계를 디지털에 복제하는 기술로서, 네이버랩스에서 자체 개발한 디지털 트윈 솔루션의 이름은 '어라이크(ALIKE)'입니다. AI, 로보틱스, 클라우드 기술 등을 융합하여 메가시티 단위의 방대한 3차원 공간을 있는 그대로 컴퓨터로 옮길 수 있는 솔루션입니다.

2022년 네이버는 네이버클라우드를 통해 완전 관리형 디지털 트윈 서비스 '아크아이(ARC eye)'를 출시하며 디지털 트윈 기술 시장의 주도권 경쟁을 본격화하였습니다. 아크아이는 대규모 공간을 고정밀 매핑하고 각종 공간 데이터 기반 서비스에 필요한 측위까지 가능하도록 핵심 기술과 매핑 디바이스, 클라우드 인프라까지 통합 제공하는 솔루션으로, 대형쇼핑몰·빌딩·공항 등 대규모 실내외 복합공간의 디지털 트윈을 구축하는 데 적합합니다. 로봇 친화형 빌딩으로 기술의 테스트베드 역할을 수행하고 있는 네이버 제2사옥 '1784'에서도 아크아이를 통해 약 100여대의 로봇들이 디지털 트윈 데이터를 사용하고 있습니다. 디지털 트윈을 통해 로봇들의 경로나 서비스를 계획하고 모니터링 될 뿐만 아니라 AR, 3D 비전, 자율주행, 시뮬레이션 등 새로운 디지털 트윈 실험들도 1784 곳곳에서 계속되고 있습니다.

또한 네이버는 2021년 5월부터 '네이버랩스 오픈데이터셋'을 공개하여 대학 및 연구소에 다양한 디지털 트윈 데이터를 무상으로 지원하는 공동의 기술성장을 지속적으로 추진하고 있습니다.

네이버랩스가 보유한 디지털 트윈 기술 수준은 독창성, 메가시티 스케일, 데이터의 높은 정확성과 확장성 측면에서 국내외 많은 파트너들에게 주목받고 있습니다. 특히 도시 디지털 트윈 데이터는 스마트 시티 인프라로서 다양한 도시 문제를 해결하거나, 도시 곳곳을 연결할 혁신적 모빌리티 서비스 등으로 이어질 수 있는 미래 도시를 위한 네이버의 핵심 기술입니다.



네이버랩스 오픈데이터셋

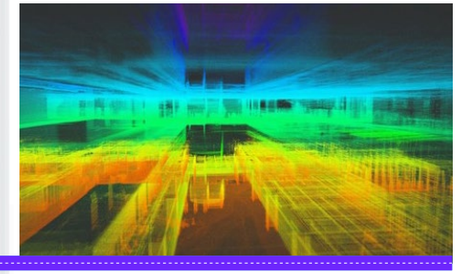
1784 – 테크 컨버전스 빌딩

네이버의 새로운 사옥 '1784'에는 약 100대의 로봇이 빌딩 전 층을 오가며 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 공장이 아닌 일상 공간에서 이러한 규모의 서비스 로봇이 복수의 서비스를 상시 제공하는 곳은 전 세계적으로 유례를 찾기 어렵습니다. 로봇이 안전하고 빠르게 이동할 수 있도록 모든 공간에 단차를 없앴으며, 고층 빌딩의 수직이동 문제를 해결하기 위해 로봇 전용 엘리베이터 '로보포트(Roboport)'를 개발했습니다. 로봇들은 공간 인프라와 모두 연결되어 있기 때문에 회의실 문을 비롯해 모든 출입구를 자유롭게 드나들 수 있고, 사람들은 앱 하나로 다양한 로봇 서비스를 쉽게 이용할 수 있습니다. 여기에는 로봇 기술 외에도, 네이버가 그간에 축적해 온 플랫폼 엔지니어링 기술, AI 기술 그리고 서비스 개발과 운영 노하우가 전부 녹아져 있습니다. 네이버 로봇 기술의 핵심은 클라우드 로보틱스이며, 이 기술을 네이버 클라우드 플랫폼을 통해 상용화한 시스템이 '아크(ARC)'입니다. 아크 시스템은 모든 로봇의 두뇌가 되는 '아크브레인(ARC brain)', 디지털 트윈 데이터와 측위 AI 기술을 사용해 모든 로봇들의 눈이 되는 '아크아이(ARC eye)'로 구성되어 있습니다. 현재 1784의 모든 로봇들은 아크 시스템에 연결되어 서비스를 제공하고 있습니다.

1784에는 전 세계의 유력 기업인과 정부 인사들이 모이고 있습니다. 동시대 다른 곳에서 볼 수 없었던 스케일의 로봇 시스템과 인프라, 서비스를 확인할 수 있는 테크 컨버전스 빌딩이기 때문입니다. 이에 발맞춰 네이버는 로봇과 디지털 트윈 기술을 포함한 스마트 빌딩 솔루션의 글로벌 비즈니스 협력을 가속하고 있습니다. 1784에 이어 네이버에서 건설 중인 하이퍼스케일 데이터센터 '각 세종' 또한 차세대 기술을 위한 테스트베드 역할을 할 예정으로, 서버 관리자를 돕는 로봇, 자율주행 셔틀버스 등의 새로운 실험이 진행 중입니다.

Multi-Robot Intelligence System, ARC

Digital Twin



Data

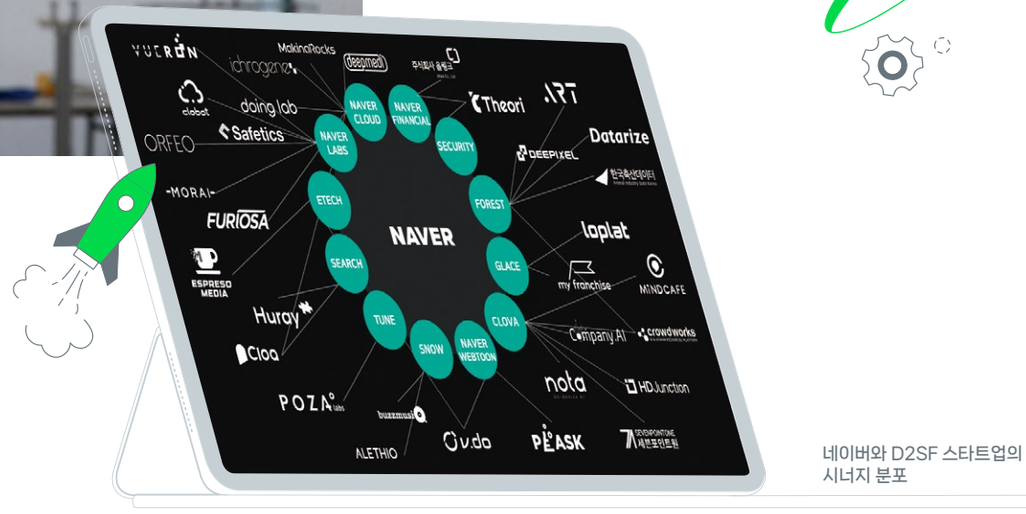
Robot, AR, etc.

좌: 태평양도서 5개 국가 장·차관 등 주요관계자, 1784 방문
우: UAE 샤르자 왕실 고위대표단 일행, 1784 방문

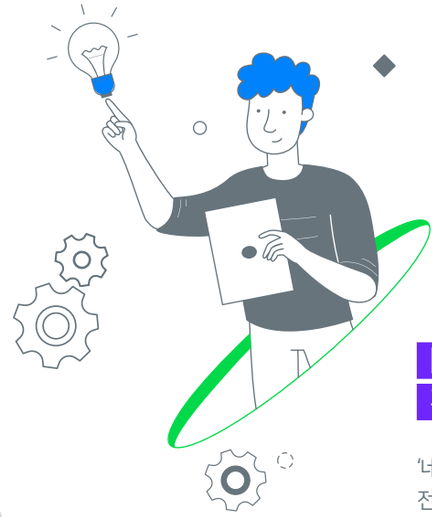
미래 기술 투자 및 협력 생태계

INVESTING IN THE FUTURE TECHNOLOGY

네이버는 더 나은 미래를 위해 기술에 투자합니다. 기술 스타트업의 가능성이 혁신으로 이어질 수 있도록 지원하며, 학술계와 힘을 모아 미래 기술의 새로운 장을 열어갑니다. 아울러 네이버가 주도하는 협력 생태계에서 최고의 기술과 경험, 노하우를 나눌 수 있는 장을 마련함으로써 함께 성장을 이어가고 있습니다.

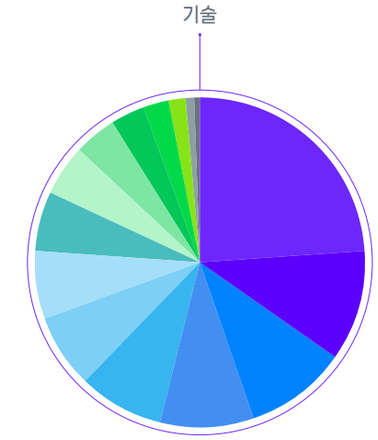


네이버와 D2SF 스타트업의 시너지 분포



D2SF – 스타트업 투자를 통한 전략적 시너지 창출

'네이버 D2 Startup Factory(D2SF)'는 네이버가 스타트업 전략 투자를 위해 2015년 5월 론칭한 CVC(Corporate Venture Capital)입니다. 기술 스타트업 생태계 저변 확대를 위해 잠재력 있는 초기 스타트업에 투자해 성장을 도우며, 네이버와의 전략적 시너지를 추구합니다. 2022년 말 기준 네이버 D2SF는 기술 스타트업 102팀에 투자하였고, 네이버의 여러 기술·사업 조직과 스타트업 1,415팀을 연결해 협업을 위한 접점을 모색하였으며, 이 과정에서 154건의 협업 아젠다를 발굴했습니다. 협업 유형은 신사업 발굴, 기술·서비스 고도화, 파트너십 확장, 마켓 센싱 등으로 나눌 수 있으며, 3팀은 네이버 및 관계사의 인수로 이어졌습니다. 스타트업 성장을 위해 투자 자금 외에도 전용 업무공간, 클라우드 인프라, 홍보·마케팅, 후속투자 유치, 오피스 아워 등을 지원하고 네이버 기술·사업 조직과의 협업 기회도 다각도로 마련합니다.



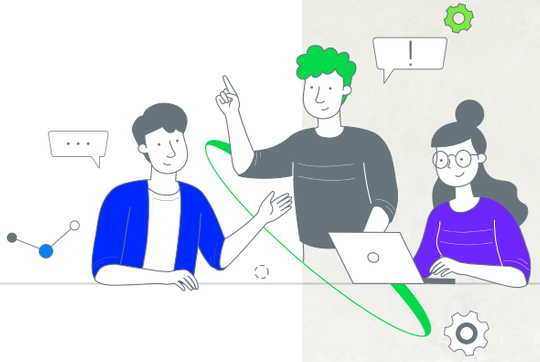
네이버 D2SF 스타트업의 기술·산업 분포

서울 강남역 인근과 제2사옥에 스타트업 전용 공간을 마련하였으며, 이 중 제2사옥 내 공간은 네이버와 스타트업이 함께 실험하고 협업하며 성장하는 공간으로 운영하고 있습니다. 2016년부터는 매 학기 캠퍼스 기술 창업 공모전을 열어 잠재력 있는 학생 창업팀 발굴 및 투자도 적극적으로 추진하고 있습니다.

CASE STORY

MORAI –
Welcome Onboard Team NAVER

D2SF를 통한 네이버와 기술 스타트업의 시너지 사례 네이버 D2SF의 특징이자 차별성은 초기 스타트업과 네이버가 전략적 시너지를 만들 수 있도록 다양한 협업기회를 추진한다는 점입니다. 특히 팀 네이버의 기술 조직과 스타트업을 이어주는 역할을 수행하며 기술로 새로운 미래를 함께 열어가고 있습니다. 자율주행 시뮬레이션 기술 스타트업 '모라이(MORAI)'가 대표적 케이스입니다. 네이버 D2SF는 2018년 모라이의 첫 기관투자자로서 시드 투자를 단행하였고, 2020년 시리즈A 투자에 이어 2022년 250억 원 규모의 후속 투자를 진행하며 모라이의 가능성에 투자하였습니다. 아울러 네이버랩스가 자체 구축한 고정밀 지도와 자율주행 기술을 모라이의 시뮬레이터에서 테스트하며 고도화하는 등 시너지 성과를 창출하고 있습니다. 뿐만 아니라 2022년 6월 네이버랩스와 네이버클라우드는 팀 네이버가 갖춘 다양한 분야의 기술력을 성공적으로 융합해 협업 시너지를 극대화하는 전략의 일환으로, 모라이와 스마트 모빌리티 자율주행 및 디지털 트윈 서비스 분야 전략적 협업을 위한 업무협약(MOU)를 체결하고 공공분야 자율주행 시뮬레이션 사업 공략에 힘을 모으고 있습니다. 이와 같은 지원과 협력을 기반으로 모라이는 시장에 성공적으로 안착할 수 있었으며, 나아가 팀 네이버와 함께 새로운 성장을 도모하고 있습니다.



Nuvi Lab –
Going Global with Team NAVER

D2SF를 통한 ESG 가치 확산 및 글로벌 진출 사례 2023년 1월 미국 라스베이거스에서 열린 글로벌 최대 규모의 가전·IT 박람회인 CES 2023에 네이버 D2SF의 투자를 받은 스타트업 18곳이 참가하였습니다. 그 중 음식물 데이터 분석 ESG 스타트업 누비랩(Nuvi Lab)을 포함하여 8개 회사가 CES 2023에서 혁신상을 수상하면서 글로벌 이목을 집중시켰습니다. 네이버 D2SF는 2021년 누비랩이 창출하는 ESG 가치에 주목하고 초기 투자를 집행하였으며, 2023년 CES 참가를 지원하며 함께 이루는 지속가능한 성장을 도모하고 있습니다. 누비랩은 AI 푸드스캔 기술을 통해 매일 소비하는 음식에서 ESG를 실천할 수 있는 방안을 제시합니다. 밥을 먹기 전 스캐너로 식판을 비추고 먹은 후 다시 비추면 AI가 섭취한 음식과 남긴 음식을 파악해 수치화하며, 이를 탄소 저감 수치 등으로 환산해 단순히 음식을 덜 남기는 것만으로도 탄소 발자국을 줄일 수 있음을 인지시켜 일상에서의 ESG 실천을 독려합니다. 전국 22개 단체 급식소에 솔루션을 적용해 식자재 비용 및 쓰레기 처리 비용을 절감하고 메뉴 선호도 분석을 통해 급식의 질을 개선한 바 있으며, CES 2023에서 누비랩 솔루션의 가치를 글로벌 시장에 알림으로써 팀 네이버와 함께 지속가능한 성장을 도모하고 있습니다.

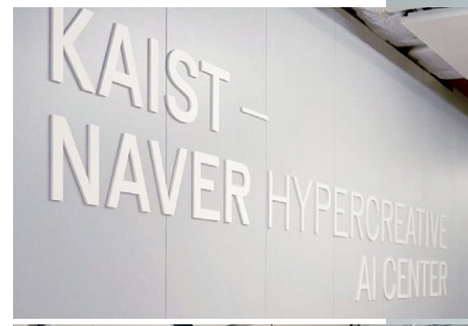
AI 산학협력 – 미래 기술의 창출·공유·확산을 위한 파트너십

네이버는 2021년 6월 서울대학교와 초대규모 AI 연구센터를 설립한 데 이어, 7월 카이스트(KAIST)와 초창의적 AI 연구센터를 위한 전용공간을 마련하고 초거대 생성 AI 원천기술 연구개발을 위해 긴밀히 협력하고 있습니다. 서울대학교와의 협업을 통해 네이버 초거대 AI인 하이퍼클로바의 신뢰성을 강화하여 서비스에 적용하였으며, 텍스트와 이미지·음성 등을 종합적으로 다루는 멀티모달 AI 부문에서 의미 있는 연구성과를 창출하여 그 결과에 대해 NeurIPS, ICLR, CVPR, EMNLP 등 세계 최고 권위 AI 학회에서 10여 편 이상의 논문을 발표하였습니다.

네이버의 신기술 집약체인 제2사옥 '1784'에 2022년 마련된 카이스트-네이버 초창의적 AI 연구센터에서는 카이스트 교수진 10여 명과 네이버와 카이스트의 AI 연구원 100여 명이 새롭고 도전적인 분야인 초창의적 AI와 관련한 공동연구를 진행하고 있습니다. 네이버 연구원들이 카이스트 교수진 및 학생들과 긴밀히 협업하여 생성 AI가 만든 콘텐츠의 품질을 평가하고, 이를 이용자들이 더 쉽고 효과적으로 활용할 수 있도록 하는 연구 및 멀티모달 데이터 콘텐츠를 이해하는 연구 등을 진행하고 있으며, ICML, ECCV, NeurIPS, CHI 등 세계적 권위의 학회에서 10편 이상 논문을 발표하는 성과를 거두었습니다.

이 외에도 네이버는 AI 분야 세계적인 석학인 NYU(뉴욕대학교) 조경현 교수와의 협업을 통해 초거대 언어 AI에서 데이터를 효과적으로 사전훈련하는 기법을 제안했고, University of Washington(워싱턴 대학교) 최예진 교수와의 협업을 통해 더욱 안전한 AI를 만들기 위한 기법을 연구하였습니다. 더불어 SAPI(서울대학교 인공지능정책 이니셔티브)와 카이스트 오혜연 교수, 차미영 교수 등과 함께 자체 AI 윤리포럼을 구성하여 사회적 민감이슈 및 초거대 AI의 한계로 지적되는 편향성 이슈를 해결한 초거대 AI를 만들기 위한 데이터셋을 구축하여 공개할 예정입니다.

10월에는 캐나다 토론토 대학교와 초거대 AI 기반의 이용자 참여형 콘텐츠 플랫폼 기술 공동 연구개발을 위한 협약(MOU)을 맺고 연구센터를 설립하였으며, 향후 5년간 50억 원을 투자하여 ChatGPT 시대 글로벌 초거대 AI 경쟁력을 확보하기 위해 힘을 모을 것입니다. 뿐만 아니라 네이버는 서비스에 AI 기술을 적용하기 위해 국내외 여러 대학들과 2022년 기준 55건 이상의 산학 협력을 진행하고 있으며, 베트남 우정통신정보대학(PTIT), 하노이 공과대학(HUST), 독일 튀빙겐 대학교(University of Tübingen) 등과 산학협력 파트너십을 체결하고 아시아-유럽-북미를 아우르는 AI R&D 협력을 활발히 추진 중입니다.



KAIST-NAVER Hypercreative AI Center

DEVIEW – 내일을 향한 개발자들의 시선이 담긴 개발자 컨퍼런스

DEVIEW는 2008년 네이버의 사내 기술행사로 시작해 국내 최대 규모의 개발자들을 위한 행사로 성장한 네이버의 대표적인 개발자 컨퍼런스입니다. 2019년 행사 이후 COVID-19 확산방지를 위해 2020년과 2021년 온라인으로 진행되었으나, 2023년 2월 '소통과 공유를 통한 기술 성장'의 취지를 살려 4년 만에 오프라인으로 개최되었고 역대 가장 많은 인원인 3,845명이 현장에 참석하였습니다. DEVIEW 2023에서는 총 42개 기술발표가 진행되어 네이버를 비롯한 다양한 IT기업들이 깊이 있는 경험을 서로 공유하였고, 기술 분야별로 연사와 참가자가 함께 토론할 수 있는 8개의 워크숍을 통하여 더 확장된 기술 교류가 이루어질 수 있었습니다. 또한 올해는 115명의 대학생이 참석하는 DEVIEW CAMPUS를 처음으로 개최하여, 학생들의 눈높이에 맞는 경험을 공유하고 토론하는 의미 있는 시간을 가졌습니다. 기조연설에서는 누구나 초대규모 AI를 활용할 수 있는 세상을 열어 줄 하이퍼클로바X와 네이버의 차세대 검색 기술 프로젝트 SearchGPT가 소개되었습니다.

ESG REPORT

3.1 ESG FRAMEWORK
3.2 이해관계자 참여 및 소통
3.3 2022 네이버 중요 주제
3.4 ESG COMMITMENT

ESG FRAMEWORK

ESG 추진 체계 및 전략

네이버 7대 ESG 전략 방향 2022년 네이버는 ESG 전략 고도화를 위해 빠르게 변화하는 사업 환경과 ESG 규제 강화 동향을 파악하고, 지속가능성 내재화에 수반되는 기회와 리스크 분석을 실시하였습니다. 이를 기반으로 2020년 수립한 기존의 ESG 추진전략 체계를 새롭게 개편·고도화하여 더욱 다양하고 세밀한 중장기 ESG 추진전략을 도출하였습니다. 이에 네이버가 ESG 경영으로 달성하고자 하는 중장기 목표 및 Action Plan을 수립하였으며, 앞으로도 ESG 목표를 지속적으로 점검해 고도화하고 목표 대비 달성 현황을 투명하게 소통하겠습니다.

MAXIMIZING BUSINESS VALUE

7대 전략	Risks & Opportunities	전략 방향성	2022년 네이버 성과	단·중장기 목표	Action Plan	보고 위치
ESG 가치창출 플랫폼 구축	• Risks 이커머스 산업 환경 영향 관리 규제 및 요구 강화 • Opportunities 이용자 대상 친환경 제품/서비스 선호에 따른 친환경 이커머스 시장성 증가	• ESG 서비스·사업 기회 모색 • 친환경 이커머스 생태계 확대	• 2022년도 네이버쇼핑 친환경 활동 성과를 담은 '그린 커머스 보고서' 발간 (2023.06) • 친환경 풀필먼트 서비스 기반 도착보장 서비스 론칭 • 네이버 전자문서 서비스를 통해 종이 문서 누적 7억1천만 장 대체 • 전기차 이용자를 위한 네이버 지도 전기차 충전소 정보 검색 서비스 개선 • 환경기념일 관련 스페셜로고 공개 7회	• **단기 목표 (~2023년)** - 소비자 친환경 접근성 향상을 위한 상품·패키징 친환경 인증 정보 제공 - 커머스 플랫폼 내 SME 그린 셀러 역량 강화 • **중장기 목표 (~2026년)** - 커머스 ESG 생태계 선순환 구조 마련	• **친환경 상품 접근성 향상** - 국내 인증 정보 외 상품 및 패키지 관련 친환경 및 ESG 인증 정보 10가지 추가 제공 • **SME 그린 셀러 역량 강화** - SME 대상 교육 및 친환경 패키지 지원	P.57
구성원 성장 및 만족	• Risks 시장 내 우수 인재 영입 경쟁 과열로 인한 우수인재 확보 및 유출 위험 • Opportunities 빠른 기술 다변화 주기에 따른 지속적 인재 양성 필요	• 우수인재 유치 및 양성 • 사람 중심 경영 • 구성원 만족도 향상 • 구성원 다양성 존중	• 구성원 조직문화 만족도 조사 긍정 응답률 2021년 대비 평균 10%p 증가 • 네이버 인권 고충처리채널 접수 이슈 대응률 100% • 새로운 근무 제도인 'Connected Work' 2022년도 시행 결과, '개인 업무 생산성 증가' 응답률 45% • 사내 커뮤니티 제도 '클럽 그리니' 누적 클럽 180개 운영 • 리더클래스 신임리더 지원 프로그램 신설 및 연 4회 개최 • 기술직군 분야별 성장 로드맵 제공 및 초급 과정 성장 로드맵 90% 이상 활용	• **단기 목표 (~2023년)** - 구성원 역량강화를 위한 리뷰 대상자 중 리뷰 완료 비율 100% 달성 • **중장기 목표 (~2025년)** - 여성 직책리더 비중 국내 평균 대비 10% 이상 상회 - 출산 후 복귀율 100% 유지 - 중대재해 ZERO(0%) 사업장 구현 - 네이버 인권 고충처리채널 접수 이슈 대응률 100% 유지	• **구성원 역량개발 강화** - 직군별 성장 로드맵 이행 - 직군별 역량 강화 교육 효과성 모니터링 - 글로벌 경쟁력을 갖춘 HR관리/육성 체계 구축 • **일하기 좋은 기업문화 구축** - 조직 효과성 진단, 인권영향평가 연 1회 실시 후 결과 기반 과제 도출 - 정기 진단 기반 조직문화 개선활동 추진 • **인권경영체계 고도화** - 인권경영정책 개정 및 연 1회 인권영향평가 수행 - 다양한 고충처리 채널을 통한 실질적 인권 리스크 개선	P.62
파트너 성장 지원 및 지역사회 상생	• Risks 공급망 내 법규 위반, 고객정보 유출, 불공정 거래 등 공급망 내 ESG 리스크 다수 • Opportunities SME 규모 확대에 따른 SME-플랫폼 간의 선순환 성장성 강화 지역사회 내 이미지 제고를 통한 인지도 상승	• 지속가능한 공급망 생태계 구축 • SME 역량 증진 기여 • 지역사회 상생	• ESG 경영 확산을 위한 공급망 ESG 리스크 관리 체계 도입 • 국내 플랫폼 기업 최초로 구매 파트너(협력사) 위한 '온라인 ESG 자가진단' 개시 • 동반성장지수 평가 6년 연속 '최우수' 등급 달성 • 약 988억 원 규모 분수펀드 조성을 통한 SME 및 창작자 지원	• **단기 목표(~2023년)** - SME 역량 증진을 위한 네이버 비즈니스 스쿨 회원 수 80만 명 달성 • **중장기 목표(~2025년)** - 동반성장지수 평가 '최우수' 등급 유지 - 공급망 ESG 리스크 관리 범위 확장 - 지역사회 포함 전국 소외계층 지원공익단체 온라인모금교육 연 4회 실시 - 지역사회 착한가게 소개 가게 수 지속 확대 및 로컬기업 판로지원 확대	• **공급망 ESG 리스크 관리 강화** - 공급망 ESG 관리체계 내 인권 리스크 식별, 반영 - 정기 ESG 리스크 평가 수행 및 개선 • **SME 역량 강화 및 성장 지원 확대** - 지역기반 SME의 로컬브랜드 및 디지털 리터러시 강화 위한 '로컬브랜드스쿨'의 4개 지자체 대상 진행 - 스몰브랜드의 브랜드 자산 확보와 지속 성장 지원 위한 'SME브랜드런처'의 30개 브랜드 대상 진행	P.76

ESG FRAMEWORK

Minimizing Operational Risk

7대 전략	Risks & Opportunities	전략 방향성	2022년 네이버 성과	단·중장기 목표	Action Plan	보고 위치
지배구조 투명성 유지 및 선진화	• Risks 회사의 경영 부진 및 리더십 저하로 인한 부정적 여론 및 대외 이미지 약화 • Opportunities 투명한 지배구조 공개 기반 기업가치 향상	• 주주가치 극대화 • ESG 경영체계 고도화 • 건전한 이사회 운영	• 2022년 총 현금 배당 1,371억 원 • 지배구조 모범규준 15개 중 14개 준수 • 2022년 MSCI 기업 지배구조 영역 Leader 등급 획득	• **단기 목표 (~2023년)** - 중장기 배당정책 기반 배당규모 검토 및 공시 • **중장기 목표 (~2025년)** - 이사회 평가체계 고도화 - 고도화된 ESG 거버넌스 구축	• **고도화된 ESG 거버넌스 구축** - ESG 데이터 관리 시스템 구축 및 계열사 확대 - 주요 계열사 ESG 경영활동 체계 구축 지원	P.88
2040 Carbon Negative 달성	• Risks 탄소중립 등 온실가스 감축에 대한 국내외 규제 강화 • Opportunities 친환경 관심 증가로 인한 내/외부 사업 기회 확대	• 탄소배출량 저감 노력 • 친환경 사업장 조성	• 에너지 절약형 친환경 사옥 '1784' 첫 공개 • 글로벌 수준의 재생에너지 전환을 위한 국내 인터넷 기업 최초 RE100 가입 • 국내 인터넷 기업 최초 친환경 차량 전환 이니셔티브 EV100 가입 • '1784' 국내 오피스 빌딩 최초 제3자PPA를 통한 사옥 내 재생에너지 도입 • Scope 3 배출 및 사회적 감축량 포함 환경 데이터 관리 범위 확장	• **단기 목표 (~2023년)** - 전사 재생에너지 사용량 7GWh 달성 • **중장기 목표 (~2025년)** - 업무차량의 30% 전기차 전환 - 글로벌 ESG 공시 대응 주요 계열법인 기후변화 공시체계 구축 지원 - 네이버 친환경 서비스 발굴 및 사회적 탄소감축 기여도 공개	• **탄소배출 저감 노력** - 사옥 및 DC 운영상의 환경영향 저감 활동 강화 - 친환경 제품 및 서비스 솔루션 개발 - 내외부 파트너십 확대를 통한 환경 인게이지먼트 활동 확대 • **내부탄소가격제 도입** - 자발적 내부 탄소 감축 전략 수립 - 저탄소기술 적용 기기 사용 촉진	P.99
프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화	• Risks 데이터 보안 관련 규제 및 DDos 공격, 해킹 등 보안 이슈 증가 • Opportunities 플랫폼 기능 확장에 따른 이용자 정보 수집 증가로 프라이버시 보안 특화 서비스 선호 추세	• 프라이버시 권리보장 확대 • 안전한 테크 생태계 조성을 위한 기여의 확대	• 국내 기업 최초 APEC '국경 간 프라이버시 규칙(CBPR)' 인증 취득 • 프라이버시 강화 보상 제도(PER) 전년 대비 보상금액 176% 상승 • SME 대상 고객 개인정보보호 캠페인 연 3회 실시 • 네이버 이용자 계정 유출 탐지 및 피싱 데이터 확보를 위한 'Threat Intelligence 시스템' 구축	• **단기 목표 (~2023년)** - 이용자 권리 보장 확대를 위한 정보 통제권 및 접근성 강화 • **중장기 목표 (~2025년)** - Security IT 생태계의 보안성 향상	• **권리 보장 확대를 위한 정보 통제권 및 접근성 향상** - 아동 서비스 이용 현황, 아동이 등록한 개인정보 열람 등이 가능한 웹 도구 구축 • **Security IT 생태계의 보안성 향상** - Security 자체 운영 솔루션의 커버리지 확장 및 기능 고도화 3건 이상 달성 목표 - Security 자체 운영 솔루션을 외부에 오픈소스 툴로 공개	P.109
책임 있는 비즈니스 운영	• Risks 플랫폼 기업 대상 국내 공정거래 규제 강화 추세 기업 Controversy 이슈에 따른 전사 차원의 대응 필요 • Opportunities 안전한 서비스 제공을 통한 이해관계자 신뢰도 제고 및 만족	• 반부패·컴플라이언스 관리 강화 및 윤리경영 체계 고도화 • 전사 리스크 관리체계 고도화 • 이용자 보호 및 서비스 사회적 책임 강화	• 반부패경영시스템(ISO 37001) 사후인증심사 통과 • 네이버 서비스 대상 AI 윤리 자문 프로세스(CHEC) 구축 • 방송통신위원회 주관 '이용자보호업무평가' '우수' 등급 획득	• **단기 목표(~2023년)** - 네이버 내 이용자 보호 프로그램 통합체계 구축 및 리브랜딩 시행 - 이용자 보호 관련 업무 관리체계 강화 • **중장기 목표(~2030년)** - 내부감사 및 리스크 관리 체계 고도화 - 이용자 피해예방 활동 강화 및 고도화 - 이용자 불편·클레임 개선 및 셀프 해결 지원 확대 - 방송통신위원회 주관 '이용자보호업무평가' '우수' 등급 유지	• **이용자 보호관련 업무 관리체계 강화** - 네이버 내 이용자 보호 프로그램 통합체계 구축 및 리브랜딩 시행 - 서비스 출시·변경 시 사전점검 프로세스를 통한 이용자 영향도 검토 및 예방·보완 조치 시행 - UGC 전반에 걸친 상시 모니터링 체계 가동 • **내부감사 및 리스크 관리 체계 고도화** - 대내외 경영환경 변화 Risk Pool 기반 연간·중장기 내부감사 계획 수립 및 달성 • **이용자 피해 예방 및 불편 해소 강화** - AI 기반 유해게시물 차단 프로그램 X-eye 2.0 자동 탐지 영역 확대 - 이용자 불편사항 자동 센싱 로직 구현을 통한 실시간 감지·점검 - 메일 봇, 보이는 ARS 등 새로운 기술시도 기반 이용자 Voice 채널 확대	P.120

ESG FRAMEWORK

네이버 ESG 추진 조직

ESG 관리 체계

ESG 평가

한국ESG기준원(KCGS) 평가등급	MSCI 평가등급	SUSTAINALYTICS
A	AAA	상위 12%

* 2022년 기준

ESG 전담조직

네이버 대외/ESG 정책 조직 산하 Green Impact팀은 네이버 ESG 경영 추진의 핵심 부서로서 전사적 ESG 전략과 방향을 설정하고, 이를 실행하기 위한 개선과제의 성과를 관리합니다. 또한 내외부 이해관계자의 ESG 관련 요구사항을 수렴하고 대응하며, 과제 추진 현황을 기반으로 이사회 산하 ESG위원회에 안건을 상정하는 역할을 담당하고 있습니다. 이 외에도 ESG Working Group 및 ESG위원회에서 중요하게 다루어야 할 아젠다를 제시하는 역할을 담당합니다.

2020년 네이버의 지속가능경영 7대 전략이 수립된 이후 Green Impact에서는 매년 전략별 내부 이행 현황 점검 및 외부 이해관계자 요구사항을 확인하여 이사회에 보고하였습니다. 또한 7대 전략의 개편방향을 설정하고 고도화하여 2022년 새롭게 출범한 팀 네이버의 지속가능경영 방향성을 제시하였습니다. Green Impact는 ESG 전담 조직으로서 7대 전략의 성공적인 이행을 위해 네이버 ESG Working Group과 함께 주기적으로 현황을 상호 점검하고 논의하며, 과제 방향성을 조율하는 역할을 수행하였습니다.

이러한 네이버의 노력은 MSCI와 KCGS, Sustainalytics 등의 외부 ESG 평가기관에 의해 공인되었습니다. 2022년 기준 네이버는 한국ESG기준원(KCGS) 평가등급 A, MSCI 평가등급 AAA, Sustainalytics 상위 12%를 기록하는 성과를 보였습니다.

ESG Working Group

ESG 경영을 위해서는 전사의 각 조직이 밀접하게 협력하고 대응해야 합니다. 네이버는 2021년부터 전사적인 ESG 경영 수준 향상을 위해 ESG Working Group을 수립하여 유관부서 간 보다 원활한 소통과 협력을 촉진하고 인권경영 정책 수립, 복리후생제도 논의 등 다양한 ESG 경영 성과를 만들어왔습니다. 2022년에는 네이버의 ESG 7대 전략 개편을 통한 지속가능경영 고도화를 위해 ESG Working Group을 확대 개편하고, 리더급으로 구성된 Working Group 멤버들과 각 부서의 ESG 전략과제 및 목표를 수립하였습니다.

ESG Working Group은 상시 운영되며, ESG 연간과제 달성을 위해 각 부서 간 협업을 촉진하고 추진 경과를 모니터링하게 됩니다. 뿐만 아니라 지속가능한 경영 및 서비스를 통한 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 추가 과제를 사전 발굴해내는 역할을 수행합니다.

ESG FRAMEWORK

이사회 내 ESG위원회

네이버의 ESG위원회는 전사 ESG 리스크 관리와 비즈니스 기회 확대를 추진하는 최고 협의체입니다. 지난 2020년 10월 이사회 결의를 통해 이사회 산하에 ESG위원회가 설치된 이후 활발하게 활동하며 ESG 이슈 관련 의사결정을 담당하고 있습니다.

2022년 기준 사외이사 2명(위원장 포함), 기타비상무이사 1명, 사내이사 1명의 총 4인으로 구성되었던 ESG위원회는 2023년 3월 제4차 정기 이사회에서 위원회 구성 변경안이 결의됨에 따라 3인으로 변경되었습니다. 지배구조 및 커뮤니케이션 전문성이 높은 이건혁 사외이사가 새로운 위원장으로 선임되었으며, 2022년부터 ESG위원회를 구성해 온 채선주 대외/ESG 정책 대표와 노혁준 위원이 계속해서 네이버 지속가능경영 전문성 및 7대 전략에 대한 이해도를 바탕으로 다양한 경영환경에서 발생하는 환경, 사회, 지배구조 영역의 리스크와 기회를 관리해 나가고 있습니다.

2022년 한 해 동안 ESG위원회는 총 5회 개최되었습니다. 이 중 총 4회의 위원회에서 네이버 ESG 7대 전략에 기반한 이행 현황을 보고 받고, 글로벌 수준의 동종업계 지속가능경영 벤치마크에 대해 의견을 나누었으며, 네이버 현황 및 글로벌 동향에 기반한 향후 추진계획 및 고도화 방안에 대해 논의하였습니다. 특히 환경 영역에서는 'Carbon Negative 2040' 달성 목표 선언 이후 실질적 이행을 위한 재생에너지 도입과 관련한 계약 건을 결의하고, 환경 이니셔티브 가입을 결의하여 네이버의 환경경영을 글로벌 수준으로 높이기 위한 기반 마련에 주요한 의사결정을 수행하였습니다. 사회 영역에서는 2022년 고충처리 메커니즘 개편을 포함한 네이버의 인권경영 현황 및 성과를 모니터링하고, 조직문화 개선을 위한 노력을 검토하였습니다. 뿐만 아니라 건전한 공급망 생태계 구축을 위해 ESG 리스크 관리 고도화 방안에 대한 검토가 이루어졌습니다. 또한 4분기에는 2023년도 네이버 지속가능경영 방향성을 설정하고 구체화하고자 중대성 평가 결과를 토대로 개선과제를 논의했습니다.

2022년 ESG위원회 활동

개최일자 (월)	내용	구분	참석률 (4인)
1차 (03)	2021년 ESG보고서 발행 및 2022년 1분기 과제 추진 현황	보고	100%
	에너지 확보 진행 상황	보고	100%
	산불피해복구를 위한 성금 출연 사후 보고	보고	100%
2차 (08)	글로벌 환경 이니셔티브 가입 및 공개	가결	100%
	2022년 과제 이행 현황 및 추진계획	보고	100%
	중부지방 호우 피해복구를 위한 성금 출연	보고	100%
3차 (10)	1784 재생에너지 도입 계약	가결	100%
	EV100 환경 이니셔티브 가입	가결	100%
	재생플라스틱 생태계 구축 MOU	가결	100%
	2022년 ESG 개선과제 현황 및 향후 계획	보고	100%
4차 (12)	RE100 이행과 ESG 가치확산을 위한 MOU 체결	가결	100%
	지역사회 생태계 복원활동을 위한 MOU 체결	보고	100%
5차 (12)	2023년 네이버 7대 ESG전략 고도화 추진 계획	보고	100%
	인권경영 현황 및 계획	보고	100%

ESG위원회 구성 현황

위원회 명	구성	소속이사 명	설치목적 및 권한사항
ESG위원회	사외이사 2명 사내이사 1명	이건혁 (위원장) 노혁준 채선주	**설치목적** - 회사 경영 의사결정 내 지속가능성(Sustainability) 내재화 - 주요 환경, 사회, 지배구조 리스크와 기회 관리 **권한사항** - 전사 ESG 추진 사항에 대한 최고의사결정 수행 - 환경·사회적 지속가능성 기반의 비즈니스 아이템 발굴, 관련 투자의사 결정 - 기후변화 대응 전략 및 방향성 수립, ESG 정보공시 및 대외 커뮤니케이션 관리 - 사회공헌 집행 등

* 2023년 3월 기준

네이버 ESG 평가등급 현황 (종합등급)

구분	2020	2021	2022
KCGS	A	A+	A
MSCI	A	AAA	AAA
Sustainalytics	상위 18%	상위 11%	상위 12%

이해관계자 참여 및 소통

네이버는 이해관계자를 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 정의하고 있습니다. 네이버는 이해관계자의 참여로 보다 나은 서비스를 제공하고 기업 안과 밖에 경제적·사회적·환경적 가치를 확산하며 긍정적 임팩트를 창출할 수 있다고 믿습니다.

네이버 6대 이해관계자

네이버는 다양한 이해관계자와의 양방향 소통을 지향하며, 소통 채널에 원활하게 접근할 수 있도록 다양한 소통 창구를 상시 운영하고 있습니다. 또한 이해관계자별 주요 관심사를 기반으로 네이버 사업 운영 상의 리스크와 기회를 파악해 관리하고, 투명한 정보 공시를 이행하여 이해관계자들에게 소통과 참여의 성과를 공유하고 있습니다.

	이용자	구성원	투자자 및 주주
참여·소통	• 네이버 공식 홈페이지, 블로그, 카페 • 네이버 고객센터 • 프라이버시 센터 • 프라이버시 강화 보상 제도(PER, Privacy Enhancement Reward) • 투명성보고서, 프라이버시 백서, 개인정보보호 리포트 • NAVER-SAPI AI Report • 통합보고서	• 사내 포털 'CONNECT' • 고충처리 채널 'With U', 'kNock', 'NVO 고충상담', '인권경영실 핫라인' • 회사 전반의 제도, 기준을 문의할 수 있는 통합 채널 '2580' • 네이버 노사협의회 'NAVER Valuable Opinion' • 회사의 철학 및 가치에 대한 이해도 제고 및 논의의 장 'Code Day' • 리더직급의 조직관리 역량 향상을 위한 'Leader Class' • 신규 입사자 대상 적응도 설문 'Welcome Survey' • 전 구성원 대상 몰입도·만족도 조사인 연간 조직 효과성 진단	• 주주총회 • Analyst Day • NDR(Non-Deal Roadshow) • 실적발표 컨퍼런스콜 • 1:1 미팅 • 주주관여 활동 • 사업보고서 • 감사보고서 • 통합보고서 • 기업지배구조보고서
주요 관심사	• 개인정보 유출 방지 • 기술윤리 및 유해성 컨텐츠 관리 • 서비스 안정성 확보, 서비스 품질 개선 • 신규 서비스 론칭 • 서비스·정책에 관한 투명한 정보 공유 • 원활하고 신속한 커뮤니케이션 • 기업의 사회·환경적 책임 • 신기술 접근성 확보	• 공정한 성과평가와 합리적 보상 • 성장 및 자기계발 기회 • 안전하고 쾌적한 근무환경 • 차별화된 복리후생 프로그램 • 인권 존중 조직문화	• 미래 성장동력 확보를 위한 신사업 추진 • 글로벌 시장 점유 확대를 위한 해외 사업 전략 • 재무 성과 • 배당 성향 • 투명한 사업정보 공시 및 지배구조 • 서비스 환경 영향 관리 및 사회적 책임 이행
대응 활동	• 네이버 고객센터 등 커뮤니케이션 채널 다수 운영 • 비즈니스 연속성 계획(BCP) 운영 • 개인정보보호 리포트, 투명성 보고서 등 관련 정보 공시 • 이용자 개인정보 자기통제권 보장 강화 • 유해성 콘텐츠 모니터링 체계 강화 • ESG 및 친환경적 서비스 제공 • 널리프로젝트를 통한 디지털 접근성 확대	• 컴패니언 데이, HR Share, CONNECT 공지 등 경영진-직원, 직원-직원 간의 소통기회 마련 • 구성원 역량 개발을 위한 직군별 교육 프로그램, Engineering Day 운영, KAIST, 서울대 등 협업 • 구성원 정서지원, 건강관리 및 다양한 복리후생 프로그램 운영 • 구성원 인권 고충처리 채널 개편 • 새 근무제 'Connected Work' 도입 및 효과성 조사	• 주주서한 발송, IR 미팅, 실적 발표 등을 통한 주주 소통 및 성과 공개 • 3개년 주주 환원 정책 수립 및 이행 • 사업보고서, 통합보고서, 기업지배구조보고서 발간을 통한 성과 및 거버넌스 투명 공시
7대 전략	• ESG 가치창출 플랫폼 구축 • 프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화 • 책임 있는 비즈니스 운영	• 구성원 성장 및 만족 • 책임 있는 비즈니스 운영	• 지배구조 투명성 유지 및 선진화 • 2040 Carbon Negative 달성

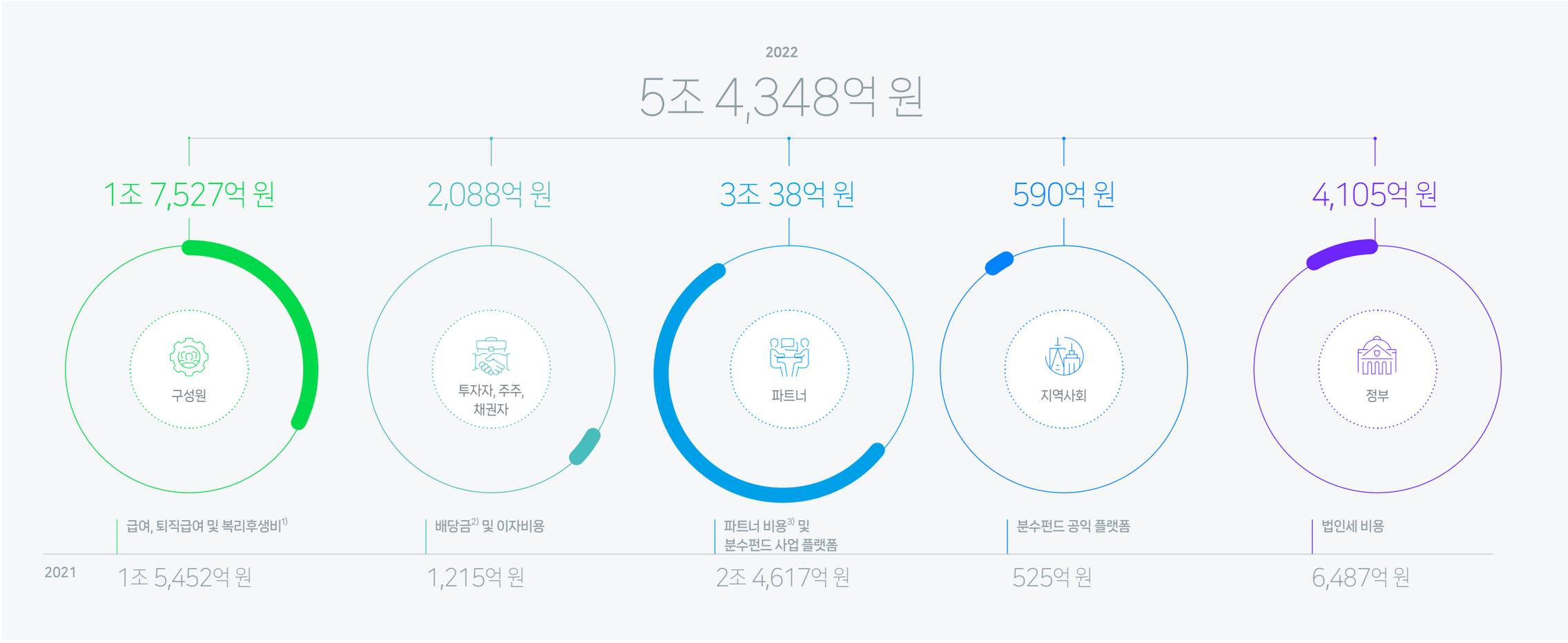
이해관계자 참여 및 소통

	파트너	지역사회	정부
참여·소통	• Voice of Partners(VoP) 제도 • 상생협력 제안 창구 '파트너스 라인' • 분쟁조정 신청 제도 • 기업 윤리 상담 센터 • 소상공인의 온라인 창업 성장을 위한 다양한 자금 지원 및 디지털 기술적 지원 제도인 'D-커머스 프로그램' • 온·오프라인 SME와 창작자의 디지털 전환과 성장을 돕는 온라인 교육 전문 서비스인 '네이버 비즈니스 스쿨' • D-커머스 리포트 • 프로젝트 꽃 리포트 • 개발자 컨퍼런스 DEVIEW • 디자인 콜로키움 • 검색 콜로키움 • 국내외 산학협력	• 네이버 커넥트재단 디지털 교육 프로그램 • 지역 소상공인 지원 '프로젝트 꽃' • 네이버 고객센터 및 윤리 상담 센터 운영 • 전국 네이버 파트너스퀘어 운영 (스퀘어 서울(역삼, 종로, 홍대), 스퀘어 부산, 스퀘어 광주 운영) • 해피빈 플랫폼	• 사업보고서 • 감사보고서 • 통합보고서 • 기업지배구조보고서 • NAVER 포털 • 산학연 기술협력, 스타트업 육성 프로그램 • 부처별 SME 지원 프로그램 등 사업 참여 • 공공서비스 지원 활동 • 협회 가입 및 활동 참여
주요 관심사	• SME·스타트업 대상 교육 및 인프라 제공 • 신규 사업 진출 등 성장 기회 지원 • 파트너 ESG 리스크 관리 지원	• 기술취약계층 디지털 기술 접근성 강화 • 지역경제 활성화, 지역 소상공인 및 창작자 지원 • 지역 및 계층 간 기술 접근성 격차 축소	• 반부패 및 규제 준수 • 공정거래 확립 • 투명한 조세 납부 및 정보 공시 • 민관 협력 강화 • IT 산업 첨단기술 성장 지원 • 기술 스타트업 및 IT 인재 육성
대응 활동	• ISO 37001 인증 사후 심사 통과(2022), ISO 37301 인증 획득(2023) • 내부통제시스템 강화 및 규제 준수 • 전사 구성원 대상 윤리실천협약서 수령 • 파트너 지원을 위한 프로젝트 꽃 분수펀드 조성 • D-커머스 프로그램을 통한 다양한 파트너 성장 지원 프로그램 지원 • 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트 및 컨설팅, 교육 지원 • 네이버 비즈니스 스쿨 커리큘럼 확대 및 교육 이수에 따른 혜택 지원 • 개인정보보호 관련 파트너사 교육	• 커넥트재단을 통한 연령별 맞춤 소프트웨어 교육 프로그램 및 디지털 접근성 교육 제공 • 클로버 케어콜 등 IT 기술 활용 돌봄 서비스 개발 및 제공 • 널리 프로젝트를 통한 디지털 접근성 확대 • 로컬 SME 및 창작자 지원을 위한 성장 거점 네이버 파트너스퀘어 전국 무료 개방 • 동네시장 장보기, 스마트플레이스 등 로컬 SME를 위한 프로그램 및 소프트웨어 지원	• ISO 37001 인증 사후 심사 통과(2022), ISO 37301 인증 획득(2023) • 내부통제시스템 강화 및 규제 준수 • 재해, 재난 상황 시 원활한 커뮤니케이션 지원을 위한 협력 • 지자체 및 의료복지기관 대상 IT 기술(클로바케어콜 등) 활용 협약 체결 • 공공기관 클라우드 플랫폼 제공 • 지속적인 우수인재 양성 지원 및 채용규모 확대
7대 전략	• 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생 • 책임 있는 비즈니스 운영	• 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생 • 책임 있는 비즈니스 운영	• 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생 • 책임 있는 비즈니스 운영 • 지배구조 투명성 유지 및 선진화

이해관계자 참여 및 소통

이해관계자별 가치 분배

네이버는 2022년 연결기준 창출된 경제적 가치 중 5조 4,348억 원을 분배하여, 분배한 경제적 가치의 총액이 2021년 4조 8,296억 원 대비 13% 증가하였습니다. 네이버는 계속해서 이해관계자들과 경제적 가치를 나누며 기업의 사회적 책임 실현 또한 확대해 나가겠습니다.



1) 2022년 연결재무제표 주석 중 영업비용 참고

2) 2022년 11월 2일 이사회 결의를 통해 지급 결정된 보통주 분기배당금 1,370억 원

3) 판매수수료, 결제수수료, 페이적립금, 콘텐츠수수료, 매출원가 등

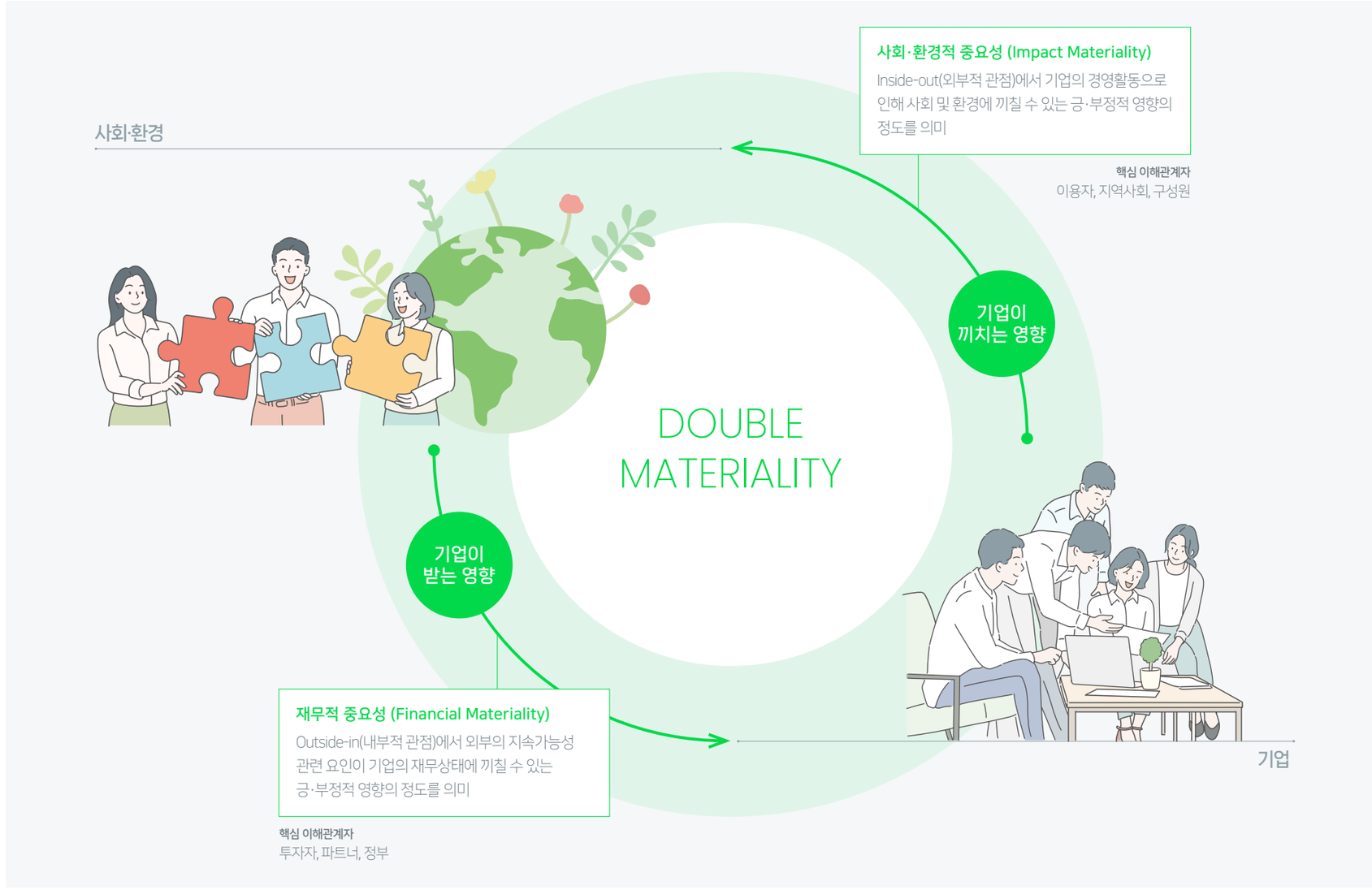
2022 네이버 중요 주제

이중 중대성 평가

네이버는 2022 통합보고서의 보고 내용을 결정하고 향후 중점적인 관리가 필요한 경제, 사회, 환경, 거버넌스 영역의 이슈를 식별 및 선정하기 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 지속가능성 관련 외부 평가, 정책 및 규제, 산업계 선진 사례와 동향을 종합적으로 분석하였으며, 미디어에서 인식하는 네이버의 현황을 조사하여 반영하였습니다. 특히 중대성 평가를 진행하는 과정에서 네이버의 투자자와 사내 ESG 관련 부서 담당자를 대상으로 설문조사를 실시하여 네이버가 우선적으로 대응해야 하는 이슈들에 대한 의견과 제언을 수렴하였습니다.

2022년 중요 주제 선정에 앞서 이슈 Pool 도출을 통해 추려진 잠정적 이슈와 2021년 통합보고서 보고 이슈를 비교 검토하여 보고 이슈를 수정하였습니다. 최신 ESG 보고 동향을 반영하고 이해관계자 커뮤니케이션에 용이하도록 중첩적인 이슈는 통합하거나 수정하였으며, 늘어나고 있는 친환경 플랫폼 비즈니스에 대한 관심도를 반영하여 '서비스 환경영향 관리' 이슈를 신규 추가하였습니다. 이후 확정된 보고 이슈 20개에 대해 비즈니스 영향도와 이해관계자 영향도를 평가하였으며, 외부 환경과 기업 활동 간의 상관관계를 반영하는 사회·환경적 영향 분석을 함께 시행하였습니다. 외부 환경이 기업 활동에 미치는 사회·환경 영향과 기업 활동이 기업 외부에 미치는 사회 환경 영향, 두 가지 관점을 모두 고려한 '이중 중대성 평가'를 통해 중요 주제를 선정하였습니다.

네이버의 비즈니스 및 운영에 기업의 사회적 책임과 지속가능성에 대한 고려가 결부되며 기업 차원에서 모든 ESG 이슈의 중요도가 전반적으로 상승하는 것을 반영하여, 기존 세 단계로 구분하던 Tier를 'Tier 1'과 'Tier 2'로 구분하였습니다. 상대적으로 중요성이 큰 Tier 1 이슈의 경우, 2022년 중대성 평가 결과 총 6개가 선정되며 2021년 대비 1개 이슈가 추가되었습니다.



2022 네이버 중요 주제

2022 중대성 평가 프로세스

STEP 1. Stakeholders

이해관계자 의견 수렴

네이버 주요 이해관계자 소통

- 상시 소통 채널 운영을 통해 중요 주제 의견 수렴
  - 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부
- 소통 기반 중대성 평가 설문 및 인터뷰 대상 선정
  - 구성원, 투자자, 전문가 등

STEP 2. Identification

이슈 식별 및 Pool 구성

이슈 Pool 구성

- 정보공시 요구사항 조사: 글로벌 ESG 공시 인덱스 (GRI Standards, SASB, TCFD, CDP, WDI) 및 국내외 규제사항
- 벤치마킹 분석: 글로벌 동종사 및 ESG 선진사 선정 중요 주제 검토

이슈 Pool 검토

- 미디어 분석: 네이버 ESG 관련 기사, 내부 보도자료 분석 (2022년 1월~2022년 10월)
- ESG 동향 조사: 국내외 정책/이니셔티브 발표자료, 발간물 조사 (2022년 1월~2022년 10월)
- 보고 이슈 도출: 신규 이슈 추가, 중복 이슈 통합 및 표현 수정하여 잠정적 보고 이슈 20개 선정

STEP 3. Assessment & Valuation

평가 및 우선 순위화

비즈니스 중요도 (x축)

- 네이버의 매출, 비용, 명성, 규제 대응에 미치는 영향 평가
- 네이버 비즈니스 및 ESG 추진 방향성 연계

이해관계자 중요도 (y축)

- 미디어 노출도 분석 및 외부에서 인입된 문의사항
- 내부 구성원 인터뷰, 설문 결과 기반 관심도 분석

사회 환경적 영향 (버블 크기)

- 외부 환경이 기업 활동에 미치는 사회·환경 영향도 Inward로 평가
- 기업 활동이 기업 외부에 미치는 사회·환경 영향도 Outward로 평가

STEP 4. Approval & Reporting

중요 주제 선정 및 보고 방향성 협의

- ESG 담당부서 및 외부 전문가 리뷰
- 투자자 및 네이버 구성원 대상 설문 실시
- 최종 보고 이슈 20개 및 Tier 1 이슈 6개 선정
- 이사회 검토 (ESG위원회)

STEP 5. Disclosure & Feedback

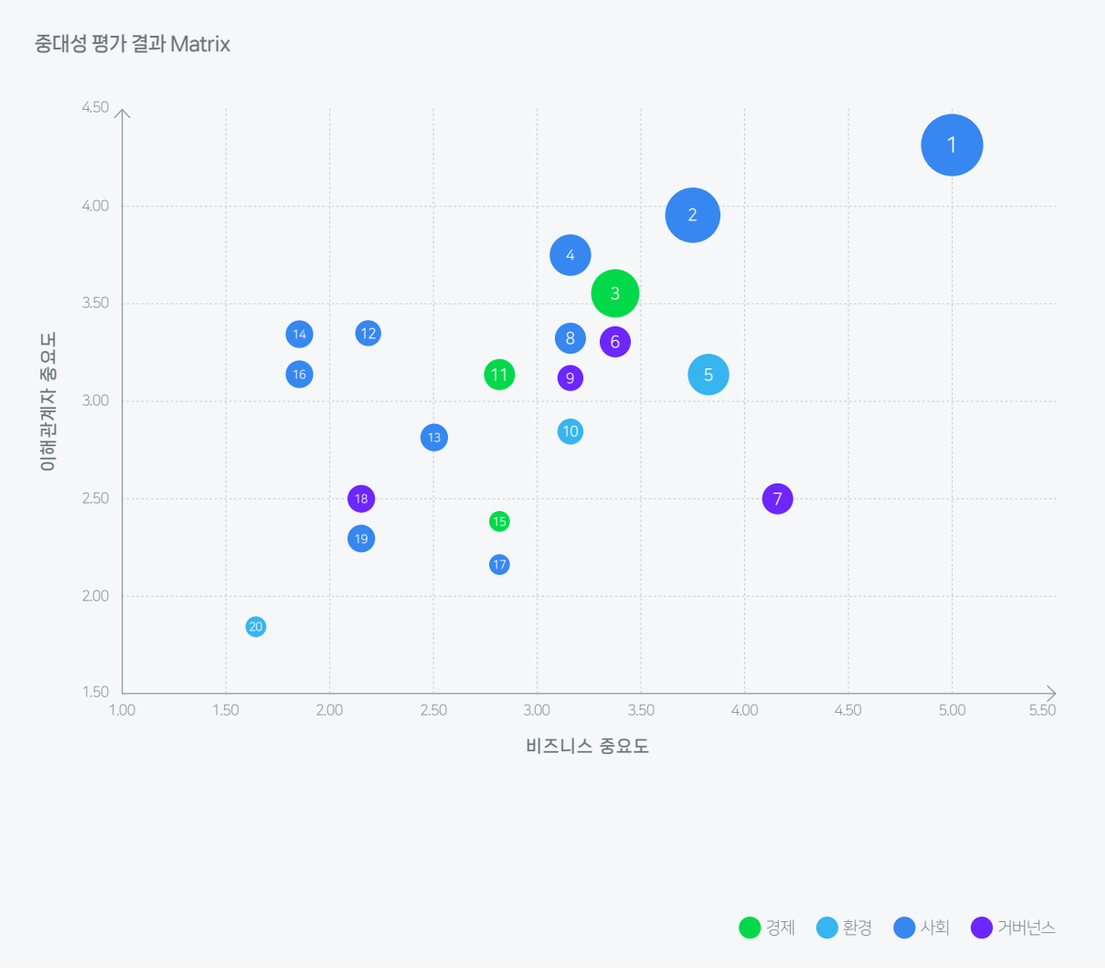
정보공시 및 커뮤니케이션

- 통합보고서, TCFD 보고서 공시
- 정보공시 내용에 대한 이해관계자 커뮤니케이션 (보고서 문의, 투자자 1:1 미팅 등)
- 국내외 이니셔티브 및 평가 대응

2022 네이버 중요 주제

2022 중요 주제

2022 중대성 평가 결과



중요 주제 순위

● Very High | ○ High

중요도		2022 중요 주제 순위	비즈니스 중요도	이해관계자 중요도						사회·환경적 영향		총합
				이용자	구성원	투자자 및 주주	파트너	지역사회	정부	Inward	Outward	
Tier 1	1	정보보안 및 프라이버시	5.00	●	●	●	○		●	●	●	
	2	이용자 보호 및 서비스 책임	3.75	●	●	○	○		○	○	○	
	3	글로벌 경쟁력 강화	3.44	○	●	○			○	○	○	
	4	인권 존중	3.14	○	○	○	○		●		○	
	5	기후변화 대응	3.75		○	○		○	○	○	○	
	6	비즈니스 윤리 및 컴플라이언스	3.44	○		○	○		●	○	○	
Tier 2	7	통합적 리스크 관리	4.06	○	○				○	●		
	8	인재 유치 및 역량 개발	3.13		●	●		○	○	○	○	
	9	건전한 기업 지배구조	3.13		○	●			○		○	
	10	서비스 환경영향 관리	3.13	○			○				○	
	11	R&D 및 기술혁신	2.81		○	○			○	○	○	
	12	SME 파트너 상생 협력	2.19		○		●		○		○	
	13	다양성 및 포용성	2.50					●				
	14	디지털 활용능력 및 접근성	1.88	○		○		●	○		○	
	15	스타트업 육성 및 투자	2.81						○			
	16	지역사회 참여와 소통	1.88	○				●	○		○	
	17	구성원 보건안전 및 복지	2.81						○			
	18	투명한 ESG 정보공시	2.19			○			●			
	19	공급망 ESG 관리	2.19				●					
	20	사업장 폐기물 & 수자원	1.56					○				

2022 네이버 중요 주제

중요 주제 대응

2022년 네이버의 비즈니스와 이해관계자에게 중요성이 가장 높게 평가된 이슈는 '정보보안 및 프라이버시'이며, '이용자 보호 및 서비스 책임', '글로벌 경쟁력 강화', '인권 존중', '기후변화 대응', 그리고 '비즈니스 윤리 및 컴플라이언스' 순으로 확인되었습니다. '정보보안 및 프라이버시', '이용자 보호 및 서비스 책임', '글로벌 경쟁력 강화'는 중요성 순위가 전년도와 동일하게 최상위에 위치하여 네이버에게 지속적으로 가장 중요한 이슈임이 확인되었으며, '인권 존중', '기후변화 대응' 이슈는 중요도가 상승하여 2022년 신규 중요 주제로 선정되었습니다. 2022년에는 산업 트렌드 및 이해관계자 요구사항을 반영하여 경제, 환경, 사회, 거버넌스 영역의 이슈들이 중요 주제로 고르게 선정되었고, 이를 통해 기업의 지속가능성을 위해 ESG 리스크 관리 및 기업의 비재무·재무적 가치 증진이 전 영역에서 다각도로 추진되어야 함을 확인하였습니다.

이에 네이버는 중대성 평가 결과를 이사회 산하의 ESG위원회에 보고하고, 위원회 검토를 통해 Tier1 중요 주제에 적극적으로 대응하고자, 중요 주제에 대한 중장기 목표 및 계획을 반영하여 네이버 ESG 7대 추진 전략을 고도화하였습니다. 또한 네이버는 Tier1 으로 선정되지 않은 Tier2 주제에 대해서도 중요하게 다루고 있으며, Tier2 주제를 포함한 세부 개선과제를 도출하여 관련 대응 활동 및 성과를 관리하고 있습니다.

Tier 1 중요 주제 대응 및 성과

Tier 1 중요 주제	심화 분석	대응 활동	활동 성과	7대 ESG 추진 전략
정보보안 및 프라이버시	• 개인정보 영향평가 • 보안 취약점 진단 • 보안 버그 바운티	정보보안과 개인정보 보호는 네이버가 IT 플랫폼 비즈니스를 영위하는 데 있어 최우선적으로 관리해야 하는 이슈임에 따라, 네이버는 서비스의 보안 기능을 강화하고 국내외 개인정보보호 법규에 대응하는 등 이용자의 정보 및 프라이버시 권리 보호에 최선을 다하고 있습니다. 지속적으로 정보보호 관리체계를 개선하고 관련 콘텐츠를 적극적으로 공개하여, 투명하고 포용적인 '모두를 위한 정보보호'를 위해 노력하고 있습니다.	p.109-119	• 프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화
이용자 보호 및 서비스 책임	• 이용자 만족도 조사 • 이용자 VOC 분석 • 이용자 보호 업무평가	네이버는 '그린인터넷 캠페인'을 통해 인터넷 전반의 불법 게시물 근절에 앞장서고 있으며, 이용자 표현의 자유와 지식재산권을 보장하는 한편, 유해 콘텐츠를 제한하여 디지털 안전을 확보함으로써 이용자가 안전하게 네이버 플랫폼을 이용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 아울러 문제 발생 시에는 신속한 대응을 통해 네이버 이용자 보호를 최우선 가치로 두고 있습니다. 또한 이용자 소통채널을 통해 서비스 불편사항 최소화하기 위해 다각도로 노력하고 있습니다.	p.120-126	• 책임 있는 비즈니스 운영
글로벌 경쟁력 강화	• 공급망 ESG 리스크 평가	네이버의 글로벌 경쟁력을 강화를 위해 네이버는 2022년 10월 포쉬마크 인수로 북미 커머스 시장 진출을 본격화하였습니다. 또한 글로벌 시장 확대뿐 아니라 국내외 네이버 서비스 생태계 강화를 위해 다양한 파트너들과 함께 협력과 상생을 지속하고 있습니다. 특히 네이버의 공급망을 구성하고 있는 구매 파트너(협력사)를 대상으로 ESG 경영의 가치를 전파하고, 이들의 지속가능한 경영을 다각적으로 지원하고 있습니다.	p.23-44, p.60-61, p.76-83	• ESG 가치창출 플랫폼 구축 • 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생
인권 존중	• 조직 효과성 진단 • 인권영향평가 • 고충처리채널	네이버는 네이버와 연결된 모두의 인권을 존중하고 보호하기 위해 노력합니다. 최근 인권정책기본법에 대한 논의가 활발히 진행되는 등 기업의 인권경영에 대한 제도적·사회적 요구가 높아지고 있는 상황에서, 신임 경영진을 필두로 네이버는 모두가 존중받는 조직문화의 중요성을 인식하며 구성원 간 소통을 활성화하고 있습니다. 특히 인권 관련 이슈에 선제적으로 대응하고 구성원 만족도를 높이기 위해 다방면으로 노력하고 있습니다.	p.62-63, p.69-75	• 구성원 성장 및 만족
기후변화 대응	• 환경영향평가	네이버는 기후변화 대응을 위해 탄소 순배출을 제로로 만들겠다는 'Green 계획'을 세웠으며, 탄소 발자국을 줄이는 것에서부터 계획을 실행에 옮기고 있습니다. 2040 Carbon Negative, 2030 RE100, 2030 EV100 목표를 설정하고, 이를 달성하기 위해 PPA 계약 체결, 데이터 센터 운영 효율화를 통한 유휴 전력 저감 등 다양한 노력을 추진하고 있습니다.	p.99-108	• 2040 Carbon Negative 달성
비즈니스 윤리 및 컴플라이언스	• 부패 리스크 평가 • 기업윤리 상담센터	네이버는 IT 플랫폼 안과 밖으로 다양한 정보를 제공하고 또 제공받는 이해관계자들로부터 공정한 경쟁이 이루어지고 모든 서비스가 투명하게 운영되길 기대 받고 있습니다. 이에 국내외 규제 기관의 온라인 시장 및 공정경쟁 관련 법규를 준수하고, 기업윤리규범(Integrity Code) 제정을 통해 투명한 비즈니스를 운영하고 있습니다.	p.130-133	• 책임 있는 비즈니스 운영

ESG COMMITMENT 1

ESG 가치창출 플랫폼 구축

2022 KEY HIGHLIGHTS

친환경 커머스 성과 보고서 발간
(2023.6.5)

그린 커머스 리포트 발간

친환경 풀필먼트 서비스 기반 서비스 론칭
(2022.11)

도착보장 서비스 론칭

2022년까지 네이버 전자문서 서비스를 통해
종이 문서 누적 7억 1천만 장 대체

7억 1천만 장 +

전기차 이용자를 위한 네이버 지도 서비스 개선

네이버 지도
전기차 충전소 정보 검색

Maximizing ESG Value Creation

서치플랫폼에서 진화한 IT 플랫폼 기업 네이버는 검색 서비스로 확보한 이용자 검색 데이터를 기반으로 커머스, 금융 결제, 위치 기반 정보 제공 등 다양한 서비스 영역으로 사업의 영역을 확장하고 있습니다. 특히 네이버의 서비스는 각 산업의 전통적인 형태에서 벗어나 불필요한 프로세스를 과감히 생략하고 이용자 개개인의 기호와 편의를 반영하여 시장에서 빠르게 영향력을 확장하고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

글로벌 ICT 기업으로서 네이버의 영향력이 확대될수록 산업 규제와 이해관계자 요구 또한 심화되고 있어 네이버는 시장 영향력이 가장 큰 커머스 사업부터 선제적으로 이에 대응하고 있습니다. 커머스 산업에서 수요가 빠르게 증가하고 있는 친환경 제품 판매, 친환경 포장재 및 친환경 물류 등의 영역에서 더 나은 방향으로 변화할 수 있는 영역을 찾고 있으며, 대·중소기업 파트너와의 전략적 협력을 통해 실질적인 개선 노력을 이행하고 있습니다. 커머스 사업의 ESG 전략 고도화 경험을 토대로 향후 파이낸셜, 콘텐츠, 클라우드 등 네이버 및 계열사가 속한 산업 분야의 지속가능한 가치 창출을 위해 잠재적 리스크와 기회를 발굴하고 선제적으로 대응하겠습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

커머스 플랫폼 내 상품·패키징 친환경 인증 제공

- 커머스 플랫폼 푸드·뷰티 카테고리 상품 및 패키징에 대한 해외 친환경 인증 추가 제공

커머스 플랫폼 내 SME 그린 셀러 역량 강화

- 커머스 플랫폼 참여 SME 대상 그린 셀러 역량 강화 프로그램 개발 및 론칭

친환경 이커머스 생태계 확대

네이버는 55만 이상의 판매자 파트너와
2,000만 이상의 소비자가 연결되는
네이버 쇼핑을 통해 환경 친화적인 제품의
생산과 소비가 활성화되도록 지원하고 있습니다.
아울러 그린 브랜드와 그린슈머를 위한
플랫폼을 제공하며 이커머스 ESG 생태계를
확장하고 있습니다.

네이버 그린 커머스 보고서 2022

네이버 그린 커머스 전략

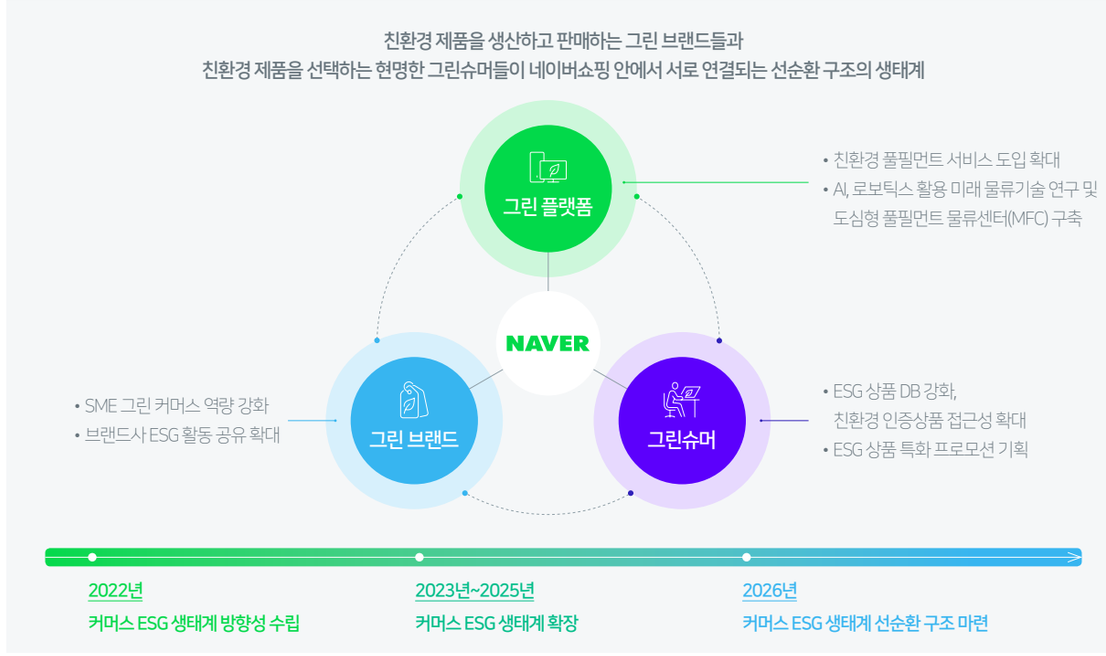
네이버는 2022년 '그린 플랫폼, 그린 브랜드, 그린슈머' 세 가지 축으로 환경을 위한 그린 커머스 전략을 수립하고 각 영역에서 구체적인 실행안을 추진하고 있습니다. '그린 플랫폼'은 친환경 물류 플랫폼 도입 및 확대에 초점을 맞추고 있으며, '그린 브랜드'는 SME(중소상공인)의 ESG 활동과 친환경 상품을 알리고 관련 역량을 강화하는 것에 집중합니다. '그린슈머'는 구매자가 더욱 편리하게 친환경 및 ESG 연관 상품을 찾고 선택할 수 있도록 지원합니다.

브랜드와 이용자를 잇는 친환경 커머스 플랫폼

소비자의 친환경 상품에 대한 접근성 향상

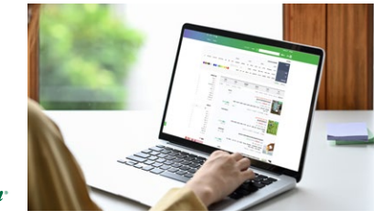
네이버는 소비자가 네이버 쇼핑에서 친환경 상품 정보를 더 잘 인지할 수 있도록 돕고, 판매자는 친환경 인증 정보를 상품 판매의 경쟁력으로 활용할 수 있도록 스마트스토어센터의 상품 관리 기능과 상품 상세 페이지를 통해 친환경 관련 인증 정보를 제공하고 있습니다.

그린 커머스 추진 방향성



네이버 스마트스토어에서 확인할 수 있는 인증 정보 중 하나인 한국환경산업기술원(KEITI)의 '환경표지인증'은 같은 용도의 다른 제품에 비해 환경성을 현저히 개선한 제품에 대해 인증 로고를 표시함으로써 소비자에게 관련 정보를 제공하고, 기업이 친환경 제품을 개발·생산하도록 인센티브를 제공하여 자발적 환경개선을 유도하는 대표적인 친환경 인증입니다. 또다른 친환경 인증인 '저탄소인증'은 대상제품의 환경성적표지 환경성 정보 중 탄소발자국 값이 최대허용탄소배출량 이하이거나 최소탄소감축률 이상인 제품에 부여되는 인증으로, 최근 중요성이 더 높아지고 있습니다. 이 외에도 식품, 화장품 분야에서 동물성 성분을 포함하지 않은 비건 제품을 찾는 소비자들의 니즈를 반영하여 국내 최초 비건 인증기관인 한국비건인증원의 '비건인증' 정보를 추가로 제공하고 있습니다.

향후에는 국내 친환경 인증 정보 외에도 공신력을 확보한 해외 친환경 인증 정보도 함께 상품 정보에 제공될 수 있도록 관련 기능을 지원할 예정입니다.



제공 시기	ESG 연관 인증	인증 구분	인증 기관	인증 정보 등록 상품 수
2021년	환경표지인증	국가인증	환경산업기술원	3,741
2022년	저탄소인증	국가인증	환경산업기술원	154
	비건인증	민간인증	한국비건인증원	642
합계				4,537

친환경 이커머스 생태계 확대

네이버는 환경의 날, 지구의 날 등 기념일과 연계한 기획전을 연중 10회 이상 진행하며 그린 브랜드의 ESG 메시지와 상품들이 네이버 쇼핑 이용자들에게 알려지고 구매자가 친환경 쇼핑을 경험할 수 있도록 연결했습니다. 2022년 4월에는 식목일을 맞아 친환경 포장재 적용 풀필먼트를 이용 중인 8개 브랜드의 총 312개 상품이 참여한 '친환경 배송위크'를 진행했으며, 구매자에게는 구매액의 총 13%의 적립 혜택을 제공했습니다. 아울러 총 거래액의 1%를 2022년 1월 발생한 동해안 산불 피해지역에 기부하였고, 해피빈 캠페인과도 연계하여 '당신의 쇼핑이 한 그루의 나무가 된다'는 메시지를 전달하였습니다. 그 결과 48,000건 이상의 주문과 11.7억 원 이상의 거래액이 발생하여 쇼핑을 통해 2,320만 원이 동해안 산불 피해지역 조림사업에 기부되었으며, 6.6만 명의 이용자가 친환경배송위크 구매 및 해피빈 캠페인에 함께 했습니다.

나아가 친환경 쇼핑이 일회성으로 그치지 않도록 2022년 6월에는 매월 네 번째 금요일을 친환경 쇼핑의 날로 정하고 관련 행사를 진행하는 '그린프라이데이' 캠페인을 론칭하였습니다. 그린프라이데이에는 매달 1개의 그린 브랜드를 선정하여 소개하고 있으며, 브랜드사에게는 기업의 친환경 노력과 관련 상품을 효과적으로 알릴 수 있는 기회를, 이용자에게는 친환경 소비에 동참할 수 있는 기회를 제공함으로써 좋은 반응을 얻고 있습니다. 이 외에도 MZ 소비자들의 관심이 높은 동물권과 연계한 '러빙펫캠페인'을 펫 브랜드사들과 진행하여 구매 건당 100원을 브랜드사와 네이버가 각각 매칭하여 해피빈 내에 개설된 동물권 향상을 위한 사업 모금함에 기부하였습니다. 2022년 말 기준 관련 모금함에는 약 5만 4천 명의 참여로 1억 9천만 원 이상의 기부금이 모였으며, 유기동물 보호 지원 등을 위해 사용되었습니다.

브랜드 ESG 활동 지원 및 SME의 ESG 역량 강화

더 많은 그린 브랜드가 생겨날수록 그린 커머스 생태계는 더 나은 방향으로 확장될 수 있습니다. 따라서 네이버는 SME(중소상공인)의 그린 브랜드 전환을 지원하며 그린 커머스 생태계의 건강한 성장을 도모하고 있습니다. 특히 전 세계적인 과제인 기후변화 대응은 각 이해관계자의 노력이 필요할 뿐만 아니라 이를 통한 다양한 기회 창출이 가능한 만큼, 네이버는 스마트스토어의 소상공인에게 ESG 이슈를 전파하고 친환경적 노력을 통해 기회를 발굴할 수 있도록 다방면으로 지원하고 있습니다.

2022년 9월 네이버 비즈니스 스쿨을 통해 '소상공인의 ESG 필요성과 실천 방법'이라는 과정을 개발하여 온라인 교육을 제공하고 있으며, 해당 과정을 통해 수강자는 ESG가 왜 필요한지, 어떻게 사업에 적용할 수 있는지 등에 대해 교육받고, 정부 및 기관의 ESG 관련 지원 혜택 정보와 친환경 포장 방법 등을 접할 수 있습니다. 나아가 실제 상품 판매 시 친환경 포장을 적용해 볼 수 있도록 접착제까지 물에 녹아 그대로 재활용이 가능한 100% 친환경 종이 테이프 1만 개를 주문제작하여 1,000명의 교육 이수자를 대상으로 지원하였습니다.

또한 네이버는 2019년 1월부터 '동네시장 장보기' 서비스를 운영하고 있습니다. 동네시장 장보기는 동네 전통시장의 신선한 식재료와 반찬, 간식 등을 온라인으로 주문해 2시간 내 또는 당일 배달하는 서비스로, 네이버는 다양한 기관과 함께 네이버의 동네시장 장보기에 입점해 있는 가게들을 대상으로 100% 생분해성 수지로 제작된 친환경 봉투를 지원하며 친환경 패키지 확산에도 힘써 왔습니다. 2020년부터 2022년까지 111개 시장에 친환경 포장재 102만 건(봉투 86만 장, 아이스 팩 16만 개)을 배포함으로써 동네시장은 소비자의 신뢰뿐만 아니라 탄소배출을 줄일 수 있는 근거리 쇼핑 거점으로서의 친환경 마케팅 효과도 얻을 수 있었습니다. 이와 같이 네이버는 네이버 플랫폼 안의 브랜드사와 경쟁력 있는 제조기업부터 전국 방방곡곡의 동네시장 소상공인까지 다양한 파트너의 ESG 활동을 지원하고 ESG 역량 강화를 도움으로써 함께 이루는 ESG 혁신을 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다.

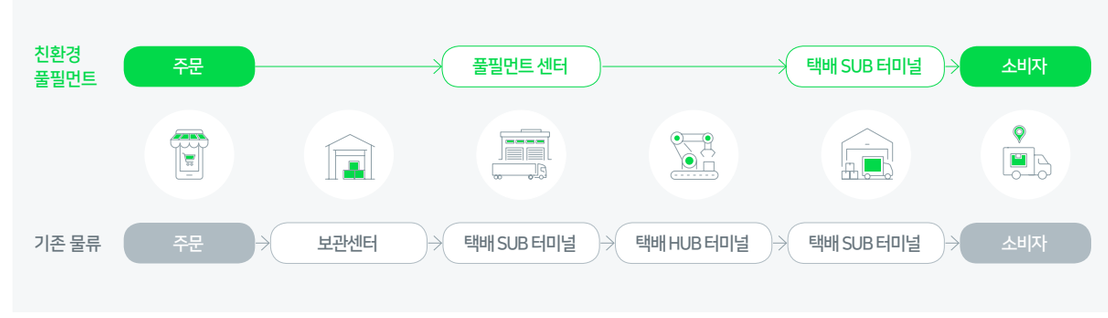
온라인 교육 - 소상공인의 ESG 필요성과 실천 방법

그린임파워링 프로그램

네이버는 2022년 10월 친환경 소재 개발 선도 기업인 SK케미칼과 'SME의 ESG 역량 강화를 위한 협력 모델 구축' MOU를 체결하고 SME의 친환경 소재 전환을 지원하는 '그린임파워링 프로그램'을 론칭했습니다. 네이버 스마트스토어 셀러 대상으로 12월부터 1월까지 참여 신청을 받은 결과 500여 곳이 넘는 SME에서 높은 관심을 보였으며, 그 중 칫솔 전문 제조기업인 KNK가 첫 사업자로 선정되어 지난 4월 3일 1호 상품인 '6도씨 에코 칫솔'이 네이버 쇼핑을 통해 첫 출시되었습니다. 6도씨 에코 칫솔은 칫솔모와 칫솔대 모두 GRS(Global Recycled Standard, 국제재생표준인증) 인증을 받은 재활용 소재를 사용하여 석유원료 플라스틱 사용량을 32% 줄였고, 공인 인증기관인 SGS(Societe Generale de Surveillance)를 통해 유해성분 테스트를 완료하여 안전성을 확보한 국내 최초의 리사이클 소재 칫솔 입니다. 그뿐만 아니라 칫솔 포장재는 FSC(Forest Stewardship Council, 국제산림협회)의 인증을 받은 친환경 종이에 식물성 잉크를 사용하여 제작함으로써 상품은 물론 패키지까지 모두 환경을 고려한 친환경 상품으로 개발되었습니다. 출시 후 3주 만에 100건 이상 구매자들의 긍정적인 리뷰가 쌓이며 좋은 반응을 얻고 있습니다. 네이버는 6도씨 에코 칫솔이 더 많은 그린슈머들을 만날 수 있도록 ESG 기획전 및 장보기판 코너 소개 등을 통해 적극적으로 프로모션을 지원하고 있으며, 그린임파워링 프로그램을 통해 2023년 3개의 SME 상품을 추가로 출시할 예정입니다.

친환경 물류 플랫폼 확산 노력

네이버는 2021년부터 CJ대한통운을 포함한 파스토, 품고 등 4PL 물류사들과 제휴하여 친환경 풀필먼트 서비스를 제공하고 있습니다. 풀필먼트 물류는 일반 물류 대비 판매자 창고에서 집하까지의 과정이 생략되므로 관련 이동에 따른 탄소배출이 저감되는 효과가 있으며, 배송 속도도 단축되어 구매자 입장에서는 더 빠르게 상품을 받아볼 수 있는 장점이 있습니다. 나아가 2022년 11월 구매자의 주소지를 기반으로 도착일을 예측하고 상품이 보장일에 도착하지 않을 경우 구매자에게 네이버페이 포인트로 보상하는 '도착보장' 서비스를 도입하였습니다. 브랜드사는 물론 스마트스토어 셀러들까지 배송 경쟁력을 강화하기 위해 풀필먼트 물류 서비스를 이용하고 있으며, 네이버 쇼핑 내 풀필먼트 물동량의 지속적인 확대를 통해 탄소배출 저감에 기여할 수 있을 것으로 기대됩니다. 또한 중장기적인 친환경 물류 플랫폼 구축을 위해 SK에너지, 한진택배와 업무 협약을 맺고, 도심 내 유휴 부지에 네이버의 AI, 로보틱스 기술과 클라우드를 활용한 미래 물류 기술이 접목된 도심형 풀필먼트 센터(MFC) 구축을 추진 중에 있으며, 이를 통해 라스트마일까지 친환경 물류 플랫폼을 구현하고자 합니다.



ESG 서비스·사업 기회 모색

네이버는 제공 중인 모든 서비스에서 친환경성을 제고할 수 있는 방안을 고민하며, 친환경 가치를 창출할 수 있는 새로운 사업기회를 모색하고 있습니다. 사업을 추진함에 있어 지속적인 친환경 혁신을 통해 이용자에게 새로운 가치를 제공하고 회사는 ESG 기반의 성장동력을 마련할 수 있도록 다방면으로 노력할 것입니다.

네이버 환경 페이지 네이버 전자문서

네이버 지도

전기차 충전소 정보 편의성 강화

전기차를 이용하거나 고려 중인 이용자가 증가하며 네이버 지도 이용자들의 전기차 관련 정보에 대한 니즈가 증가하고 있습니다. 이에 네이버 지도는 2022년 전기차 관련 정보를 대대적으로 개선하였습니다. 이를 통해 전기차 충전소 검색 시 충전소의 실시간 이용가능 여부, 개방 여부, 주차요금, 운영시간 등 상세한 관련 정보를 확인할 수 있도록 지원함으로써 전기차 이용자의 편의성을 크게 제고하였습니다. 네이버 지도는 앞으로도 네이버 지도 이용자들이 더 편리한 전기차 라이프를 누릴 수 있도록 지속적인 개선을 해 나갈 계획입니다.

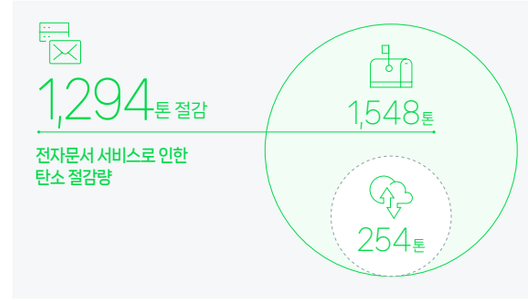
부동산원 협업을 통한 도서지역 친환경 기부

2022년 네이버는 한국부동산원과 'ESG 경영 활성화를 위한 공간정보 제공 협약'을 맺었습니다. 협약의 주요 내용은 한국부동산원이 구축한 도서산간지역의 공간정보를 네이버지도에서 제공받고, 이에 대한 화답으로 네이버는 해당 지방자치단체(지차체)에 환경 보호기금을 조성해 전달하는 것입니다. 업무 협약의 첫 번째 지자체는 경상북도 울릉군으로 네이버는 한국부동산원의 공간정보를 통해 울릉군 일대 거리뷰 정보를 업데이트하였으며, 이에 따라 해양보호사업비 1천만 원을 조성해 울릉군청에 전달하였습니다. 앞으로도 부동산원과의 지속적인 협약을 통해 도서산간지역의 공간정보 전달과 더불어 환경보호를 통한 ESG 가치 실천을 지속해 나갈 계획입니다.

전자문서

네이버는 과학기술정보통신부에서 인증한 공인전자문서중계자로서 안정적이고 친환경적인 전자문서 서비스 제공을 위해 노력하고 있습니다. 네이버 전자문서 서비스는 종이로 송달되던 고지서 및 통지서를 모바일 전자고지서로 대체하여 이용자에게 편리함을 제공하고 있으며, 우편 제작 및 발송에 따른 사회적 비용과 탄소배출을 감소시키는 데 중요한 역할을 하고 있습니다. 네이버 전자문서 서비스는 2019년부터 2022년까지 약 7억 1천 만장의 종이 문서를 대체하였으며, 이를 통해 나무 8만 5천 그루를 보호하였습니다.

뿐만 아니라 네이버는 전자문서로 인한 탄소 감축량을 산정하는 방법을 개발하고, 산정 방법에 대한 3자 검증을 진행하였습니다. 이를 위해 우선 전자문서 서비스에서 제공되는 모든 문서들이 우편배송서비스를 통해 종이 형태로 수신자에게 전달되고 폐기되었을 경우를 가정하여 종이 생산, 우편 배송, 폐지 재활용 단계를 고려한 베이스라인 배출량을 산정하였습니다.



또한 전자문서와 관련된 데이터를 보관·처리하는 데 필요한 네이버 데이터센터 '각 춘천'의 전력 소모량과 이용자가 전자문서를 조회하는 데 발생하는 탄소배출량을 더하여 전자문서 사용 시의 탄소배출량을 산정하였습니다. 각 춘천에서는 서버 1대 당 연간 1,600만 장의 전자문서를 처리하고 있으며, 서버 사용 및 전자문서 조회에 따른 2022년 탄소배출량은 254톤입니다. 반면 동일한 양의 전자문서를 우편물로 제작하고 배송, 폐기하였을 때 발생하는 탄소배출량은 1,548톤임에 따라 전자문서 서비스로 인한 탄소 절감량은 1,294톤으로 도출되었습니다. 이 산정결과는 한국표준협회의 제3자 검증을 받았으며, 이를 기반으로 전자문서 서비스를 활용하는 행정·공공 기관에 기관별 탄소 저감량을 제공할 수 있습니다.

네이버 스페셜로고

네이버는 스페셜로고를 통해 환경보호와 기후변화 등 사회적 공감대 형성과 가치 확산을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 2022년에는 총 7회의 환경기념일에 관련 스페셜로고를 공개하였고, 친환경 정보를 담은 블로그 콘텐츠와 관련 기관 등을 소개·연결하였으며, 친환경 제품 쇼핑 등 네이버의 이용자가 환경보호와 기후변화 완화를 위한 활동에 동참할 수 있도록 정보를 제공하였습니다.

CASE STORY

탄소중립녹색성장위원회 협력사례

네이버는 2022년 10월 8일, 세계 철새의 날을 맞아2050 탄소중립녹색성장위원회와 함께 기후변화가 철새의 삶에 미치는 영향을 다룬 네이버 블로그 콘텐츠를 개발하여 네이버 이용자와 공유하였습니다. 아울러 PC용 공익배너를 게시하여 '우리를 위한 아름다운 선택, 2050 탄소중립녹색성장' 캠페인 홍보를 지원하였고, 이와 같은 협력을 통해 네이버 이용자가 환경보호와 기후변화 완화를 위한 국가적 노력에 동참할 수 있도록 독려하였습니다.

탄소중립녹색성장위원회
경제의 새로운 발견!
환경도 경제도 살리는
우리 위한 우리 다운 선택

2022년 친환경 스페셜로고

03.26 어스아워(Earth Hour)
04.22 지구의 날
06.05 환경의 날
07.03 일회용 비닐봉투 없는 날
09.16 오존층 보호의 날
09.22 세계 차 없는 날
10.08 세계 철새의 날

06.05 환경의 날 X 윤예지 작가

07.03 일회용 비닐봉투 없는 날 X 김다예 작가

09.16 오존층 보호의 날

ESG COMMITMENT 2

구성원 성장 및 만족

2022 KEY HIGHLIGHTS

구성원 대상 조직 효과성 진단 긍정응답률 전년 대비 증가

긍정응답률
평균 10%p 증가

새로운 근무 제도인 'Connected Work' 2022년도 시행 결과

'개인 업무 생산성 증가'
응답률 45%

사내 커뮤니티 제도 '클럽 그리니' 운영

클럽 그리니 180개

리더클래스 신임리더 지원 프로그램 신설 및 개최

리더클래스 연 4회

기술직군 분야별 성장 로드맵 제공 및
초급 과정 성장 로드맵 90% 이상 활용

성장 로드맵 제공

Maximizing Employee Value Proposition

기업과 함께 성장하는 구성원의 만족과 행복은 네이버의 지속가능한 가치에 있어서 중요한 핵심 요소입니다. 이에 네이버는 구성원들이 각자의 능력과 역량을 충분히 발휘하며 성장하고, 서로를 신뢰하고 존중하는 기업문화를 조성하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

빠르게 변화하는 IT산업 특성상 우수 인재 영입은 기업의 중요한 성장 요인입니다. 따라서 네이버는 우수 인재의 영입 및 유지, 나아가 혁신인재 개발에 역량을 집중하고 있습니다. 특히 2022년에는 네이버 기업 경쟁력의 근간인 구성원 중심의 가치가 인사교육 제도와 조직문화에 내재화될 수 있도록 인권경영 전담부서를 중심으로 인권경영 체계를 개선하고, 조직문화 진단을 정례화하여 조직의 이상 징후를 빠르게 파악할 수 있도록 하였으며, 직군별 역량 증진을 위한 인재교육 설계 고도화를 추진하였습니다. 네이버는 앞으로도 구성원과 적극적으로 소통하며 함께 성장할 수 있는 방향을 다방면으로 모색하겠습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

구성원 역량개발 강화

- 당해년도 리뷰 대상자 중 리뷰 완료 비율 100% 달성
- 직군별 성장 로드맵 이행의 내부 역량 강화
- 직군별 역량 강화 교육 효과성 모니터링

가장 일하기 좋은 기업문화 구축

- 조직 효과성 진단 및 인권영향평가 연 1회 실시 후 결과 기반 과제 도출
- 중대재해 ZERO(0%) 사업장 구현
- 정기 진단 기반 조직문화 개선활동 추진
- 글로벌 경쟁력을 갖춘 HR관리/육성 체계 구축

조직문화 관련 구성원 의견 모니터링 및 개선 반영

- 네이버 인권 고충처리채널 접수 이슈 대응률 100% 유지
- 조직문화 관련 구성원 소통 확대

사내 다양성 증진

- 국내 평균 여성 관리자(직책리더)[1] 비율 대비 10%p 이상 상회

[1] 통계청 고용통계 기준, '관리자'의 정의는 '한국표준직업분류 I. 관리자'에 해당함

다양성 관련 교육/지원 확대

- 2025년까지 출산 후 복귀율 100% 유지

우수인재 유치 및 양성

네이버는 시장 환경 변화에 보다 기민하게 대처하기 위해 고정적이고 정형화된 인재상을 정의하지 않습니다. 다만 이용자를 가장 중요한 기준이자 가치로 삼아 내 일에 대해 치열하게 고민하여 남들과는 다른 가치를 만들어 낼 수 있는 동료, 내 일에 의미를 찾고 내 이름을 건다는 마음으로 함께 할 수 있는 동료를 영입하고 있습니다. 또한 네이버는 우리의 구성원이 역량과 태도를 바탕으로 자율적이고 책임감 있게 일하며, 이용자 중심의 사고를 통해 성장할 수 있도록 디딤돌을 마련하고 있습니다.

우수인재 영입 노력

회사의 미래를 견인하는 가장 큰 자산은 구성원입니다. 따라서 네이버는 회사의 지속적인 성장에 맞춰 직군별 특성에 부합하는 다양한 파이프라인을 통해 우수인재를 영입하고 있습니다. 2022년에는 COVID-19으로 인한 불확실성 속에서도 각 직군별 인턴십과 신입 공채, 경력 개발자 월간영입 등의 맞춤형 파이프라인을 통해 다양한 인재들이 네이버에 합류할 수 있는 기회를 마련하였고, 이를 통해 599명의 새로운 인재를 영입할 수 있었습니다. 이와 더불어 글로벌 인재 유치를 장려하고 긍정적인 영입 경험을 제공하기 위하여 새로운 글로벌 커리어 페이지를 구축하였고, 채용 전형 전체를 온라인으로 진행함으로써 지원자의 편의를 도모하였습니다.

연간 인재 고용 수요·예측 프로세스

네이버는 인재에 대한 수요를 연간 단위로 예측하고, 그에 적정한 인재를 고용하는 프로세스를 갖추고 있습니다. 각 사업부는 매년 초 사업 목표와 전략을 바탕으로 사업의 성공적인 수행을 위해 필요한 리소스를 산출하여 경영진에 보고하며, 이 과정에서 팀 네이버의 사업 목표와 인사·재무 등 정량 지표를 기반으로 적정 리소스를 검토하여 각 사업부의 연간 인력 계획을 확정하고 있습니다.

인재 풀 확보와 인재 양성

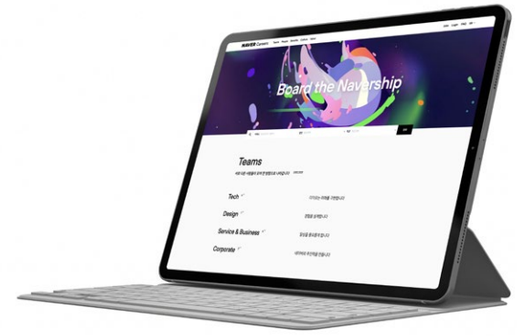
네이버는 매해 온라인 인재영입 설명회, 개발자 Meetup 행사(DEVIEW), 디자인 콜로키움, 인턴십, 공모전 및 해커톤, 학회 교류 등의 다양한 채널을 통해 학부생 및 졸업예정자, 그리고 현직자 등을 만납니다. 이와 같은 적극적이고 다양한 프로그램을 통해 네이버는 회사와 함께 성장할 글로벌 인재 풀을 확보하고 우수인재를 유치하고 있습니다.

또한 소프트웨어 인재의 양성을 위해 정부 기관 및 네이버 커넥트재단, 대학교 등 교육 기관과 연계된 커리큘럼을 통하여 전공에 관계없이 소프트웨어 개발에 관심 있는 인재들을 예비 개발자로 양성할 수 있는 다양한 기회를 제공하고 있습니다.

구성원 성과평가와 보상

네이버 리뷰 제도

네이버는 구성원 평가에 있어 앞으로의 성장을 위한 피드백에 초점을 두고 있습니다. 이에 네이버는 단순한 성과평가가 아닌 '리뷰' 제도를 운영하여 구성원들이 각자의 일하는 모습을 입체적으로 인식하고 건설적으로 발전해 나갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 한 해의 성과 및 협업에 대한 종합적인 결과에 대해 동료, 리더 등 함께 일한 모든 구성원들의 피드백을 취합하여 구성원 평가 기준으로 활용하며, 다양한 피드백이 각자의 주관적 관점으로만 남지 않도록 최종 리뷰등급 산정 프로세스를 운영하고 있습니다. 리뷰 결과는 보상과 리더 선임 등 다른 인사제도들과 연계돼 있으며, 그 기준과 결과에 대해 구성원에 안내하여 이해를 돕고 있습니다.



네이버 글로벌 커리어 페이지

인재 풀 확보 행사 참여자 수

직군별 온라인 인재영입 설명회
Tech: 4,721명
Service&Business: 1,698명
Design: 1,414명
Corporate: 1,417명

개발자 컨퍼런스
DEVIEW 2023[1]: 약 4,000명

공모전/해커톤
CLOVA AI RUSH 2022: 604명

[1] 2023년 2월 개최

부스트캠프[2] 과정 수료자 대상 인턴십 진행
2017~2021년 누적 참가자: 105명
↳ 채용 연결 참가자: 49명

외부기관[3] 및 산학[4] 연계 인턴십 진행
2018~2022년 누적 참가자: 200명
↳ 채용 연결 참가자: 35명

[2] 네이버 커넥트재단 주관 개발자 양성 프로그램
[3] SW마에스트로, 코드스쿼드, 코드스테이츠, FAST CAMPUS 등
[4] 대학교 수업연계, 학점인정 인턴십

지역사회 상생 - 부스트캠프

우수인재 유치 및 양성

네이버 리뷰는 성장을 위한 내실있는 피드백을 전하기 위해 한 해 동안 함께 일했던 동료, 상위 리더, 하위 구성원 모두가 참여합니다. 첫 단계로 리뷰 대상자는 한 해의 성과와 주변인들로부터 피드백 받고 싶은 사항을 작성하고, 함께 일한 구성원들은 대상자의 강점과 보완점, 그리고 응원의 메시지를 전달합니다.

이후 종합리뷰 단계에서는 소속조직의 리더가 본인, 동료, 구성원의 의견을 바탕으로 성과·협업 수준에 대해 1차적으로 종합리뷰를 진행하며, 다음 단계로 차상위 조직의 리더가 1차 리더의 눈높이 편차를 조율하는 2차 종합리뷰(Calibration Session)를 진행합니다.

이러한 프로세스를 통해 한 사람의 주관에 의해 리뷰 등급이 결정되는 것을 방지하고 합리적인 평가 결과가 이루어질 수 있도록 하며, 사전에 안내된 리뷰 기준이 잘 적용되었는지를 점검합니다. 또한 피드백 이후에도 리뷰 대상자의 수용성을 최대한 높이기 위해 이의신청 절차를 운영하고 있습니다.

아울러 리뷰는 성과와 성장의 의미를 보다 명확히 정의하고, 올바른 동기부여가 가능하도록 사업별·조직별 핵심역량과 성과 결과를 담고 있는 특화된 문항으로 구성되어 있으며, 보상과 연계되는 기준 또한 각 조직에서 인정하는 수준과 동기부여 기조에 따라 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 이러한 과정이 보다 효율적이고 유연하게 운영될 수 있도록 교육과 시스템을 통한 수시 피드백 환경을 제공하고 있습니다.

2022년 리뷰 시행 이후 진행된 설문에서 설문 참여자의 88%가 리뷰등급 산정 근거에 대한 명확한 피드백을 받았다고 응답했고, 앞으로의 성장을 위한 피드백이 제공되었다는 의견 또한 95% 수준으로 높은 긍정적 결과를 보였습니다. 네이버는 앞으로도 리뷰 제도가 구성원의 성장을 돕는 제도로 자리매김할 수 있도록 효과성과 만족도를 지속적으로 모니터링하여 꾸준히 발전시켜 나갈 것입니다.

주식보상 프로그램

네이버는 다양한 주식보상 제도를 운영하고 있습니다. 이를 통해 회사와 구성원의 성장이 연결되는 계기를 제공하고, 구성원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치와 성장을 바라보도록 성장방향을 제시하고 있습니다.

네이버 리뷰 제도 프로세스

네이버 주식보상제도

1. 스톡옵션 (2019~2021)
2019년부터 3년간 1년 이상 재직한 직원에게 1,000만 원 상당의 스톡옵션을 매년 부여해왔으며, 2021년 첫 행사를 통해 그 동안의 회사성장의 결실과 보람을 공유한 바 있습니다.

2. 주식매입리워드 (2020~)
직원 주주 확대를 통한 회사의 미래 성장 가치 공유를 위해 직원이 회사 주식을 매입한 후 6개월간 보유 시 매입금액의 10%를 현금 리워드로 지급하고 있습니다.

3. 스톡그랜트 (2021~)
직원들의 이탈방지(Retention)와 보상경쟁력 강화를 위해 매년 1,000만 원 상당의 회사 주식을 구성원에게 지급하는 보상 프로그램입니다. 특별한 매도제한 조건이 없어 즉시 현금화도 가능하여 보상으로서의 매력도 큽니다.

우수인재 유치 및 양성

구성원 역량 개발과 인재 육성

네이버는 구성원들이 빠르게 변하는 비즈니스 환경에 능동적으로 대응하고, 지속적으로 서비스를 혁신할 수 있도록 지원합니다. 이를 위해 현장 요구에 기반한 교육 프로그램을 신설하고, 구성원들이 스스로 필요한 교육을 적기에 받을 수 있는 자기주도 성장지원 프로그램을 지원하고 있습니다.

Phase 특화 교육

네이버는 커리어의 시작을 네이버와 함께 하는 신입사원을 위한 입문교육에서부터 경력직 신규 입사자들을 위한 온보딩 제도까지, 네이버의 새로운 구성원들이 필요로 하는 교육 프로그램을 단계별로 제공하여 빠른 적응과 지속적인 성장을 돕습니다. 나아가 리더로 성장한 구성원을 위해 리더에게 요구되는 다양한 역할과 책임을 기반으로 직책에 따른 리더십 지원체계를 구축하여 조직을 이끌기 위한 기본 리더십 교육부터 임원급 리더를 위한 교육까지 리더십 니즈에 따라 특화된 프로그램을 제공하고 있습니다.

신입사원 입문교육 구성

- 신입 온보딩 프로그램
- 조직 소개
- 공통 Soft Skill
- 직군 특화 Soft Skill
- 직군별 직무 기초
- 멘토링 프로그램

신입사원 입문교육

네이버는 신입사원의 원활한 적응과 성장의 밑거름이 되는 입문교육을 제공합니다. 입문교육은 회사·조직·제도 전반에 대해 소개하는 HR 온보딩, 팀워크 형성을 위한 팀 빌딩 프로그램과 현업에 투입되기 전 기본기를 익히는 Soft Skill 교육 및 직군별 직무 기초교육으로 구성되어 있습니다. 또한 현업 배치 이후에는 회사생활과 핵심인재로의 성장을 밀착 지원하는 멘토링 프로그램을 운영하고 있습니다. HR 온보딩 프로그램에서는 지난 공채 선배와의 대화, 각 조직 및 직무 소개 시간을 통해 앞으로 본격적으로 일하게 될 부서와 직무에 대한 이해도를 넓히고, 생생한 기대감을 불어넣습니다.

Soft Skill 교육은 예년 신입사원의 피드백과 현업 리더들의 니즈를 기반으로 본격적으로 일하기에 앞서 꼭 알아야 할 비즈니스 매너, 커뮤니케이션 스킬, 협업을 위한 직군 간의 이해 등을 다루고 있습니다. 뿐만 아니라 직군별로 기본적이면서도 핵심적인 지식을 담은 직무기초 교육이 이루어지며, 교육 이후에는 약 8주 간의 멘토링 프로그램을 통해 종합적인 적응과 코칭을 지원하고 있습니다. 일부 교육 과정의 경우 신입사원 교육을 통해 확인된 교육의 필요성과 효과성에 기반하여 전사 공통 교육으로 확대하는 것에 대해서도 검토하고 있으며, 여러 차례 긍정적인 평가를 받은 강연들은 온라인 콘텐츠로 제작하여 모든 구성원에게 상시 제공할 계획입니다.

신규 입사자를 위한 온보딩 제도

네이버는 신규 입사자들이 새로운 환경에 잘 적응하고 본연의 역량을 편안하게 발휘할 수 있도록 입사 첫날부터 90일 동안 다각도로 밀착 지원합니다. 입사 첫날에는 웰컴 키트, 사옥 투어, HR 오리엔테이션 등 촘촘하게 짜인 프로그램을 통해 앞으로 네이버에서 일하게 된 것에 대한 기대감을 높이고, 버디와 멘토가 1대 1로 매칭되는 멘토 제도를 운영하여 회사생활 적응 및 업무 진행에 도움받을 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한 격주로 신규 입사자와 버디를 대상으로 온보딩에 중요한 요소들로 구성된 온보딩 서베이를 통해 입사자의 현 상태와 필요한 지원 사항들을 확인하고, 서베이 결과를 리더 면담 시 참고할 수 있게 자료로 제공해 개개인의 적응 상태에 맞게 실질적인 도움을 줄 수 있도록 지원하고 있습니다. 이 밖에도 신규 입사자의 적응을 도와줄 정보들을 한 곳에 모아둔 온보딩 가이드(Wiki)를 마련하여 수시로 확인할 수 있게 하고, 3개월 간 매주 그 시기에 필요한 정보를 메일로 전달하는 주간 온보딩 레터를 정기적으로 발송하고 있습니다. 아울러 입사 초반 유대감 형성을 높이기 위해 비슷한 시기에 입사한 다양한 직군의 동료들과 교류할 수 있는 시간을 마련하고 있으며, 팀 네이버의 철학과 사업, 비전 등을 소개하는 Code Day를 통해 팀 네이버와 신규 입사자의 코드를 맞춰 나가고 있습니다. 이렇듯 네이버의 온보딩 프로그램은 신규 입사자들이 네이버를 잘 이해하고 빠르게 적응하여 짧은 시간 안에 주도적으로 일하며 역량을 펼칠 수 있도록 지원하고 있습니다.

리더십 지원 프로그램

신규 선임된 리더를 대상으로 자기 인식 기반의 리더 역할인식 및 팀원과 서로의 업무성향을 알아봄으로써 시너지가 나는 팀 구축에 대한 지원을 하고 있습니다.

이 외에도 조직운영 시 리스크를 관리하기 위해 '리더라면 필수로 알아야 하는 인사제도 및 근로기준법'에 대한 교육을 매년 전체 리더(임원 포함)에게 진행하고 있습니다. 또한 효과적인 리더십 향상을 위해 선배 및 동료 리더의 조직운영, 성과관리 등의 리더십 노하우를 공유할 수 있는 사내 리더십 세션을 운영하여 현장의 특성 및 상황에 맞는 리더십을 개발할 수 있도록 지원합니다. 리더에게 요구되는 또 하나의 중요한 역할인 성과관리 측면에서는, 성과창출 뿐 아니라 구성원 성장 피드백을 원활히 수행할 수 있도록 연초 목표설정, 연중 1on1, 연말 종합리뷰와 피드백 과정을 운영하고 있습니다.

임원 리더십 강화 프로그램

임원으로 성장한 리더에 대해서는 각 분야 Key Leader로서 역할이 중요해짐에 따라 전사 관점에서 서비스 및 구성원의 성장을 견인할 수 있도록 리더십 프로그램을 강화하였습니다. 특히 2022년에는 임원이 이끌고 있는 조직의 특수성을 고려하고, 객관적으로 현 상태를 체크할 수 있는 리더십 진단을 기반으로 하여 임원별로 맞춤별 코칭 프로그램을 진행하였으며, 사외 전문코치 및 사내 임원들과의 네트워킹을 통해 리더로서의 역할을 강화할 수 있는 방안을 모색하였습니다.

우수인재 유치 및 양성

직군 특화 교육

네이버는 보다 거시적 관점에서 네이버 구성원의 성장을 고민하고 지원할 수 있도록 2022년 사내교육을 전담하는 조직(교육센터)을 신설하고, 각 직군별 성장위원회와 긴밀하게 협업하고 있습니다. 나아가 2023년에는 새로운 사내교육 플랫폼을 론칭하여 구성원들에게 도움이 되는 모든 콘텐츠를 공유함으로써 더욱 적극적으로 성장을 지원할 예정입니다. 또한 그동안 각 직군별로 구분하여 제공되던 교육 프로그램들을 재정비하고, 직군 공통으로 모든 구성원에게 필요한 스킬, 태도, 지식과 정보 등도 공유함으로써 조직과 직군 간 유기적인 협업을 지원할 것이며, 이를 통해 궁극적으로 하나된 팀 네이버로 시너지를 창출하고자 합니다.

기술 직군 교육·공유 프로그램

네이버 전체 구성원의 60% 이상을 차지하는 기술 직군의 성장을 돕고자 Front-end, iOS, Android, Back-end, Data Engineering, AI/Machine Learning 등의 분야별로 초급 수준의 성장 로드맵을 제공하고, 기술교육과 더불어 사내 플랫폼, 개발환경, 보안과 같은 공통 기술교육을 운영하고 있으며, 각자가 자유롭게 선택하여 수강할 수 있는 다양한 분야와 주제의 교육을 제공하고 있습니다. 2022년 처음 소개된 초급자를 위한 성장 로드맵은 경력 3년 미만의 개발자 503명 중 90% 이상이 활용하면서 체계적인 기술 기본기 학습자료로 자리매김하였으며, 기존에 산재되어 있던 기술요소의 정리, 기술 마인드맵 제공, 기술 문의채널 제공 등에서 구성원들의 좋은 반응을 이끌어 냄으로써 이용자 만족도 조사에서 4.5점(5점 만점)을 받았습니다. 특히 신규 입사자의 경우 성장 로드맵을 활용한 후 기존 2주 이상 걸리던 온보딩 시간이 평균 4일로 단축되면서 업무에 빠르게 적응할 수 있었다는 만족도 조사 결과가 있었습니다.

개발자 교육 성과

항목	2017	2018	2019	2020	2021	2022
이수자 수 (명)	2,102	3,441	4,674	1,875	6,021	10,140[1)]
과정 수 (개)	94	101	44	75	207	338

[1)] COVID-19로 인해 전면 온라인으로 개발자 교육 진행, 과정당 평균 인원 30명 가정 시 (팬데믹 이전 오프라인 교육 평균 참여 인원) 10,140명 참여

더불어 네이버는 기술의 습득만큼이나 공유의 가치를 중요하게 생각하고 있습니다. 따라서 엔지니어링 데이(Engineering Day), Tech Talk, Meetup 등의 지식·경험 공유 프로그램을 통해 변화가 빠른 개발 환경에서도 시행착오 없이 새로운 기술을 습득할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2022년에는 총 374개의 지식·경험 공유 세션이 운영되었으며, 연간 순방문자는 14,779명을 기록하였습니다.

사내 개발자 컨퍼런스인 'Engineering Day'는 네이버 개발자들의 성장을 돕기 위해 2016년 시작한 사내 기술발표 행사로서, 실무에서의 기술 적용 경험과 노하우를 공유하여 새로운 기술과 플랫폼 도입 시에 유용하게 활용될 수 있도록 돕습니다. 네이버 개발자라면 누구나 발표와 시청이 가능하며, 2022년에는 전년 대비 40%가량 증가한 230건의 기술 공유가 이루어졌습니다. 또한 기술 Meetup을 통해 같은 기술을 개발하는 사람들이 모여 업무 효율성을 높이는 노하우와 새로 도입한 기술의 테스트 결과 등을 공유하며 각자가 쌓아온 다양한 경험을 나누고 있습니다. 네이버 구성원들은 이렇게 기술과 노하우를 공유하는 문화를 통해 모두 함께 성장하고 있습니다.

Service&Business 직군 특화 프로그램

서비스&비즈니스(Service&Business) 직군 구성원의 성장에는 경험이 가장 중요하다는 철학 하에 선배 및 동료들의 비전과 경험, 인사이트를 공유하는 'S&B 경험 공유 프로그램'을 2022년부터 진행하고 있습니다. 계열법인 및 CIC(Company-in-Company)의 대표가 직접 구성원과 라이브로 소통하며 사업의 비전을 공유하는 'Visioning Session'과 팀 네이버 선배들의 노하우 공유를 통해 성장의 영감을 얻을 수 있는 'Insight Share'를 중심으로 프로그램이 운영되고 있습니다. 프로그램 시행 첫 해인 2022년에는 8월부터 연말까지 총 3번의 Visioning Session과 12번의 Insight Share가 진행되었습니다. 전체 누적 참가자 수는 4,887명을 기록하였고, 주 타겟인 Service&Business 직군에서는 전체 타겟 인원의 46.5%에 해당하는 952명이 참여하였습니다. 사후 설문 결과 응답자의 98%가 경험 공유 프로그램을 추천한다고 응답하였으며, 강연에 대한 만족도는 4.59점(5점 만점)으로 높은 만족도를 기록했습니다. 2023년에도 분기별 1회 이상 경험 공유 프로그램을 운영할 예정이며, 더 많은 구성원이 참여할 것으로 기대하고 있습니다.

한편 COVID-19 팬데믹에 따른 원격근무로 인해 회사 안에서의 학습이 미비했던 신입사원들을 위해 'S&B Skill Up Program'을 진행하였으며, 해당 프로그램의 피드백을 기반으로 2023년에도 Service&Business 직군에 필요한 다양한 Skill Up 교육 프로그램을 준비하고 있습니다. 이러한 노력에 힘입어 2022년 네이버 전사 조직 진단 결과 Service&Business 직군의 '교육훈련 및 개발기회' 지표는 긍정 응답이 17%p 상승하며 전년 대비 큰 폭으로 개선되었습니다. 향후 구성원 간 네트워킹을 강화할 수 있는 1박 2일 워크숍, CIC별 자체 온보딩 프로그램 및 리더 마음케어 프로그램 등을 함께 운영하여 구성원의 성장 지원 및 만족도 향상을 위한 노력을 지속할 예정입니다.

우수인재 유치 및 양성

Design 직군 특화 프로그램

기존의 세분화되어 있지 않은 직무 교육을 보완하여 디자이너들의 커리어 경로를 구체적으로 지원하기 위해 2022년 전체 디자이너 인력을 총 5개의 세부 직무(Product Design, Visual Comm. & Brand Design, Interactive Design, Experience Insight & Planning, Content Writing)로 재분류하고, 담당 조직을 구성하여 전문 역량별 경쟁력을 강화할 수 있는 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 나아가 각 세부 직무별 업무 과정에서의 Best Practice를 공유하고 그를 통한 인사이트를 함께 논의하기 위한 공유 세미나인 'Designer's Week'를 연 2회 진행하여 더욱 적극적이고 자발적인 발전이 이루어지도록 하고 있습니다. 더불어 디자인 작업 스킬 향상을 위한 디지털도구(Figma 등) 교육과 R&D 역량 강화를 위한 특허출원 프로세스의 이해와 같은 교육도 함께 진행하여 빠르게 변화하는 업계 환경에 발빠르게 대처하고 있습니다.

Corporate 직군 특화 프로그램

Corporate 직군 구성원은 네이버 전체의 관점으로 기업 차원의 성장을 지원하는 업무를 수행하고 있습니다. 다른 직군에 비해서 직군 내 Function별 전문성 영역이 확고하여, 2022년에는 성장지원 체계 논의에 앞서 고유의 업무 전문성을 잘 담을 수 있는 방향으로 직무를 개편하였습니다. 2023년에는 새롭게 개편된 직무 체계를 바탕으로 사내교육 담당 부서 및 각 Function별 조직장을 중심으로 성장을 지원하기 위한 논의를 이어 나갈 예정입니다.

자기주도 성장 지원

네이버는 직군별 전문지식 함양 외에도 어학교육, 국내외 연수, 스터디 그룹 등의 제도를 통해 구성원 누구든 주도적으로 자기개발 학습을 할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2020-2021년에는 COVID-19의 여파로 연수가 줄어든 경향이 있었으나, 2022년을 기점으로 국내외 연수가 다시 활발하게 진행되고 있습니다. 네이버 구성원이라면 업무와 관련된 온라인 교육 및 오프라인 교육(외부기관 교육과정, 컨퍼런스, 세미나, 포럼, 학회 등)에 대한 교육비를 지원받을 수 있습니다. 또한 네이버의 스터디 제도는 구성원 간 기술 및 지식 교류를 꽃 피우는 중요한 역할을 해왔습니다. 업무역량 향상을 위해 마련된 소그룹 스터디를 위해 직무 관련 전문서적을 지원하며, 구성원 간 직접적인 교류를 통해 보다 활발한 논의와 학습이 이루어질 수 있도록 지원합니다.

외부 교육기관과의 파트너십

네이버는 보다 고도화된 기술 연구 및 교육을 위해 베트남 우정통신정보대학(PTIT), 하노이 공과대학(HUST), 독일 튀빙겐대학 등과 산학협력 파트너십을 체결하고, 활발하게 산학과제를 이행하고 있습니다. 또한 개발자 구성원을 대상으로 파트타임 대학원 진학을 지원하여 학계 및 전문 연구기관과의 지식 교류와 전문지식 함양을 도모하고 있습니다. 뿐만 아니라 네이버 사옥 1784에 위치한 KAIST-네이버 초창의적 AI 연구센터에서는 글로벌 석학 초청 세미나를 꾸준히 개최하여 네이버 구성원과 학자 간 최신 지식 및 기술 교류의 장을 마련하고 있습니다. 이러한 협력을 통해 네이버 구성원과 KAIST 연구팀이 ICLR 2022, ACL 2022 등 권위있는 AI 분야 글로벌 학회에 공동 제출한 연구 논문이 채택되는 등 괄목할 만한 성과를 이루어 나가고 있습니다. 한편 네이버 1784는 2022년 한국인공지능학회 추계학술대회 개최장소로 선정되는 등 미래 기술 테스트베드이자 글로벌 신기술 연구협력 거점으로서의 역할을 수행하고 있습니다.

디자인 성장 전담조직 구성

디자인 교육 효과성 측정 – 디지털 디자인도구(Figma) 교육

네이버는 직군별로 제공하고 있는 다양한 교육의 효과성을 모니터링하여 지속적으로 향상해 나가고 있습니다. 디지털 디자인도구 교육은 디자이너 전체 인원 중 78%가 수강을 하였으며, 강의 수강 후 "본인 Skill 향상에 얼마나 도움이 되었나요?"라는 질문으로 평가를 진행하여 4.29점(5점 척도)의 결과를 나타냈습니다.

4.29/5점

2022년도 자기주도학습 교육유형별 이수인원

스터디 그룹 수	스터디 시간
523개 (1개당 평균 참여인원 약 6명)	6,184시간
외부교육 참여 인원	**외부교육 시간**
432명	19,620시간
어학교육 참여인원	**어학교육 연간 1인 평균 지원액**
1,392명	123만 원
연수 참여인원	**연수 시간**
127명	191일

사람 중심 경영

네이버는 네이버와 연결된 모두의 인권을 존중하고 보호하기 위해 노력합니다. 기업의 인권경영에 대한 제도적·사회적 요구가 높아지고 있는 상황에서 2021년부터 인권경영 현황을 진단하고 있으며, 2022년 조사 결과 구성원들의 긍정적 인식이 향상되었음을 확인하였습니다. 또한 국제 가이드라인을 기반으로 한 상세 인권지침을 마련하는 등 인권 이슈에 선제적으로 대응함으로써 구성원 각자가 지닌 가치를 서로가 인정하고 소중히 여기며 함께 행복할 수 있는 방안을 마련해 나가고 있습니다.

사람 중심 정책

네이버는 네이버의 생태계를 구성하는 모든 이해관계자의 인권 존중을 위해 적극적으로 노력합니다. 기업의 사회적 책임을 다하기 위한 의지를 대외적으로 표명하고자, 2021년 3월 유엔글로벌콤팩트(UNGC, United Nations Global Compact)에 가입하여 인권, 노동, 환경 개선과 반부패 활동에 관한 UNGC 10대 원칙을 지지하고 있습니다. 또한 세계인권선언, 국제노동기구(ILO) 협약, OECD 다국적기업 가이드라인 및 유엔 기업과 인권 이행지침(UNGPs)을 존중하여 경영활동 상의 인권침해가 발생하지 않도록 엄격히 관리합니다. 아울러 국내외 주요 인권 규범과 이해관계자별 잠재 리스크 분석을 기반으로, 10대 인권지침을 마련하여 모든 사업 운영 과정에서의 잠재적 인권 리스크를 엄중히 관리합니다. 나아가 우리의 인권 정책이 네이버뿐만 아니라 네이버의 자회사, 비즈니스 파트너 및 이용자에게도 준수될 수 있도록 최선의 노력을 기울이고 있습니다.

네이버 인권경영 정책

WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT

사람 중심 경영 추진체계

사람 중심 경영 전담조직

네이버는 사업운영 과정에서 모든 내외부 이해관계자의 인권을 존중하고 보호하고자 인권경영을 적극적으로 추진하고 있습니다. 인권경영 전담조직인 '인권경영실(Human Rights)'을 중심으로 유관부서와의 협업과 이사회·최고경영진 보고 체계를 수립함으로써 전사적인 인권경영 추진체계를 구성하였습니다. 2022년 신설된 인권경영실은 이사회 산하의 네이버 인권경영 컨트롤 타워로서, 인권 관련 전문가를 영입하여 네이버의 인권 리스크 관리 및 개선이 더욱 전문적으로 이루어질 수 있도록 하였습니다.

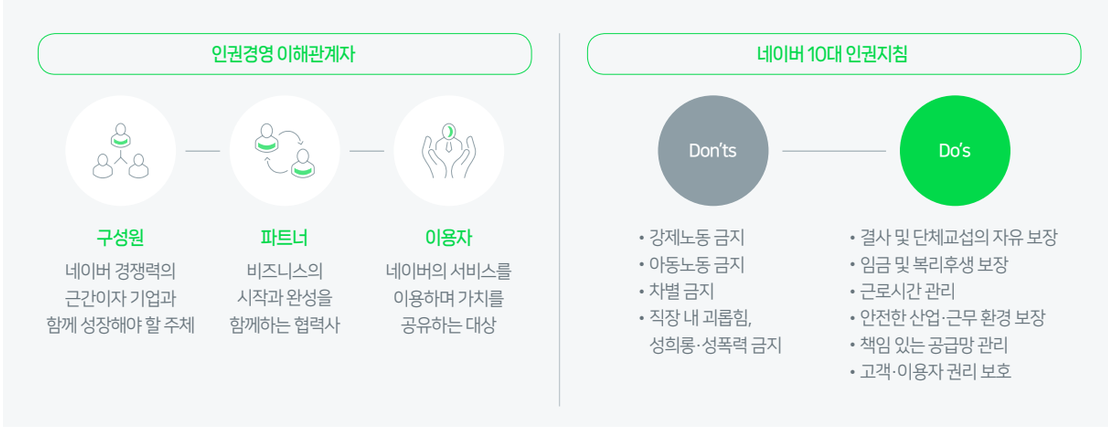
인권경영실은 네이버 내외부에서 발생하는 주요 인권 리스크를 총괄합니다. 주기적으로 네이버의 인권정책을 검토 및 개편하며, 연 1회 인권영향평가를 실시함으로써 잠재적인 인권 리스크를 포착하고 완화하기 위해 노력합니다. 이 외에도 인권 고충처리 채널을 통해 접수된 사안들에 대해 독립적인 지위에서 직접 조사를 진행하고 투명한 처리가 이루어질 수 있도록 검토합니다.

또한 인권영향평가 및 고충처리 채널 등을 통해 포착된 네이버의 인권 리스크 관련 개선과제가 유관부서 간 협업을 통해 적절히 수행될 수 있도록 관리합니다. 향후 네이버는 사내 인권 리스크 관리뿐 아니라 파트너사, 나아가 AI·메타버스 등 서비스 차원의 인권 리스크도 관리하고 개선할 수 있도록 노력할 계획입니다.

네이버 사람 중심 경영 추진체계

네이버는 사업 및 서비스 운영 전반에 걸쳐 인권존중문화가 내재화될 수 있도록 인권경영에 연관된 유관부서가 서로 긴밀하게 협업하고 있습니다. 인권경영 유관조직은 인권 리스크 관리 및 완화를 위한 다양한 관점을 검토하며, 주로 인권경영 관련 세부 과제를 이행하고 서비스 및 조직 운영 상의 인권 리스크 완화 활동을 이행하는 역할을 맡고 있습니다. 인권경영실과의 협력을 통해 네이버 파트너사 인권 리스크 관리, 이용자 및 서비스 인권영향 관리 등을 이행하고 개선해 나가며, 주요 인권 이슈 발생 시 인권경영실과 논의하고 협력하여 전문적인 인권 리스크 완화 방안이 수립될 수 있도록 노력하고 있습니다. 앞으로도 네이버는 인권존중 문화 내재화 및 확산을 목적으로 한 견고하고 긴밀한 협업 구조 구축을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

인권경영 이해관계자 및 네이버 인권경영 정책



사람 중심 경영 추진체계

사람 중심 경영

나아가 네이버는 인권경영을 조직 운영의 우선순위로 삼기 위해 최고경영진 및 이사회 차원의 관리체계를 마련하였습니다. 인권경영실은 정기적으로 이사회 내 소위원회인 ESG위원회에 인권경영 현황에 대해 보고합니다. ESG위원회는 네이버 인권경영체계의 최고 책임조직으로 인권경영 추진 방향성에 대해 전문적이고 독립적인 피드백을 제공합니다. 구성원의 인권 이슈 발생 시 CEO가 위원장을 맡고 전원 사내 경영진으로 구성된 심의위원회에서 독립적으로 심의를 진행하고, C-level 또는 사업대표의 경우는 공정성 확보를 위하여 리스크관리위원회에서 심의가 진행됩니다. 이처럼 네이버는 최고경영진이 적극적으로 인권경영에 참여하고 관리함으로써 인권존중의 문화가 탄탄하게 자리잡을 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

네이버 사람 중심 경영 현황

네이버는 구성원의 인권 보호와 관련하여 보완해야 할 사항이 있음을 인지하고, 2021년부터 임산부 및 장애인 등의 인권취약계층을 포함한 전 구성원을 대상으로 인권영향평가 및 조직문화 효과성 조사를 실시하고 있습니다. 2021년 전사적 차원에서 실시된 인권경영 현황 진단을 통해 조직 운영 및 비즈니스 전반에 걸쳐 발생가능한 주요 인권 이슈를 도출하였고, 직장 내 괴롭힘 관련 회사에 대한 구성원 신뢰도 제고 및 과중한 근로문화 개선이 시급히 관리되어야 할 중점 개선과제임을 확인하였습니다. 따라서 2022년에는 해당 과제의 개선과 해결을 위해 고충처리 채널 다원화 및 독립성 확대를 추진하였고, 네이버 구성원의 근로문화 및 니즈를 파악하고 조사하여 신규 근무제도를 도입하였습니다. 앞으로도 매년 인권영향평가를 통해 인권경영 주요 관리 영역에 대한 구성원 인식 및 제도의 효과성을 주기적으로 확인하고, 보완이 필요한 분야를 식별하여 개선해 나갈 계획입니다.

네이버 인권 고충처리 채널

kNock

사내 통합 채널인 'kNock'는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 채널입니다. 구성원이 kNock에 고충사항을 접수하면, 분야별 담당자가 문의사항에 대한 상세한 설명을 제공하고, 나아가 회사의 제도나 기준에서 개선이 필요한 점을 살피게 됩니다.

With U

'With U'는 직장 내 괴롭힘·성희롱에 특화된 채널입니다. 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 구성원은 With U를 통해 익명으로 신고할 수 있으며, 채널을 통해 접수된 건은 인권경영실에 의해 사실 확인 및 정식 조사를 거치게 됩니다.

인권경영실 핫라인(Hotline)

인권경영실 직통 핫라인을 신설하여 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 구성원은 kNock, With U 등의 신고채널을 통하지 않고도 인권경영실에 직접 신고, 제보 및 상담을 할 수 있도록 하였습니다. 핫 라인으로 접수된 건은 인권경영실에 의해 사실 확인 및 정식 조사를 거치게 됩니다.

NVO 고충상담

네이버 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)'가 운영하는 상담 게시판을 통해서도 고충 접수가 가능합니다. NVO 고충상담 게시판은 '근로자참여 및 협력증진에 관한 법률'에 따라 설치된 채널로, NVO 근로자위원 중 3인이 운영하고 있으며, 일반 게시판을 통해 공개적으로 건의하기 어려운 고충을 접수하는 역할을 합니다. 협의회 위원들은 접수된 고충을 경영진, 담당부서 등에 전달하고 이를 바탕으로 사내 제도 개선이 필요한 부분들을 논의하고 있습니다.

2022년 중점 개선과제 이행사항

❶ 직장 내 괴롭힘 근절: 인권 고충처리 채널의 다원화 및 독립성 확대

네이버는 직장 내 괴롭힘·성희롱을 포함하여 업무와 관련된 인권 고충사항이 발생한 경우 구성원 누구나 회사에 신고할 수 있도록 구성원 제보 채널을 운영 중입니다. 특히 2022년에는 사내 심리상담 서비스를 강화하고, 기존 신고채널인 'With U'를 전면 개편하였으며, 인권경영실 핫라인을 신설하여 고충처리 신고 채널의 다원화 및 독립성을 확대하였습니다.

❷ 과중한 근로문화 개선: 과다근로 방지 프로그램 강화

네이버는 구성원에게 유연한 근무환경을 조성하고자 별도의 집중 필수 근무시간 없이 자유롭게 출퇴근하는 선택적 근로시간제를 운영하고 있습니다. 또한 2022년 7월부터 새로운 근무방식인 'Connected Work' 제도를 도입하여 5일 근무 중 3일을 출근하거나 출근 일수 제한 없이 원격근무를 하는 방식 중 구성원이 선택할 수 있도록 하였습니다. 아울러 법정 월 최대 연장근로 가능 시간보다 8시간 전에 시스템 접속을 차단하는 '시스템 OFF' 제도를 도입하여 과중한 근로문화 개선에 힘썼습니다.

인권경영 중점 개선과제

과제	이해관계자	내용	2022년 개선사항
❶ 직장 내 괴롭힘 관련 회사에 대한 구성원의 신뢰도 제고	구성원	• 직장 내 괴롭힘 발생 근절에 그치지 않고, 직장 내 괴롭힘 행위 발생 시 회사 조치에 대한 구성원의 신뢰도를 높이기 위한 노력	인권 고충처리채널의 다원화 및 독립성 확대 • 인권경영실 핫라인 신설 • 사내 심리상담 서비스 강화 • 기존 신고채널 개편
❷ 과중한 근로문화 개선	구성원	• 법정 근로시간 준수를 기반으로 연장근로 발생을 최소화하며, 부득이한 연장근로 발생 시 관련 현황 및 추가 근로수당 지급을 명확하게 관리하여 구성원 일과 삶의 균형을 존중	과다근로 방지 프로그램 강화 • 새로운 근무제도 'Connected Work' 도입 • 과다근로 방지를 위한 '시스템 OFF' 제도 도입

네이버의 새로운 근무제도 Connected Work

2022년 7월 네이버는 포스트팬데믹 시대에 맞춰 새로운 세대의 니즈와 직무 특성을 고려한 유연하고 효율적인 근무방식을 목적으로 새로운 근무제인 'Connected Work'를 시행했습니다. 네이버 구성원들은 두 가지 근무방식 중 자신의 직무와 환경에 적합한 타입을 선택할 수 있으며, 'Type O'를 선택한 구성원의 경우 주 5일 중 3일 이상 출근하여 고정좌석에서 근무하며, 'Type R'의 경우 원격근무에 대한 제한이 없으며 사무실 출근 시 공유좌석을 이용합니다. 구성원 대상 연 2회(반기 1회) 설문을 통해 근무제도를 선택할 수 있도록 하며, 리더가 근무제 선택에 대해 영향을 줄 수 없도록 가이드하고 있습니다. 반기별 근무제 선택 시 선택한 근무제에 대한 구성원 설문조사를 통해 효과성·효율성에 대한 의견도 함께 확인하고 있으며, 이를 통해 보완점을 검토하고 지속적으로 제도, 환경, 시스템을 개선하고 있습니다.

과다근로 방지를 위한 시스템 OFF 제도

법정 근무가능 시간 이상으로 연장근로가 발생하는 일을 방지하는 차원에서 법정 월 최대 연장근로 가능시간보다 8시간 전에 모든 사내 시스템 접속을 차단합니다.

사람 중심 경영

중점 개선과제 효과성 및 향후 추진사항

2022년 9월 인권영향평가의 일환으로 실시한 직장 내 괴롭힘 구제 절차와 관련된 구성원 설문조사 결과, 직장 내 괴롭힘 등 사건의 예방을 위한 교육 및 발생 시 회사 조치, 신고자에 대한 불이익 처우 금지에 대한 구성원 긍정 응답률이 2021년 대비 큰 폭의 상승률을 보였습니다.

2022년 구성원 설문조사 결과

	2022년 긍정 응답률	전년도 대비 상승률
직장내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 예방을 위한 충분한 교육 제공	77%	44%p
직장내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 사건 발생 시 회사 조처에 대한 신뢰	62%	35%p
직장내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 신고에 따른 불리한 처우 금지	62%	29%p

또한 과다근로 방지를 위해 새로운 근무제도를 도입한 이후, 효과성 판단을 위해 2022년 연말 네이버 및 계열법인 7곳[1]의 구성원을 대상으로 신규 선택적 근로시간제 'Connected Work'에 대한 설문을 진행하였으며, 그 결과 생산성 측면의 개인 업무 성과가 COVID-19 팬데믹 이전 대비 높아졌다는 응답이 가장 많은 것(45%)을 확인했습니다. 업무 생산성 향상과 함께 오피스 업무 환경, 네이버 사내 Culture Code 등과 관련한 개선사항 또한 확인되었으며, 2022년 Connected Work 베타 기간 내 오피스 업무 환경 및 사내 공간 혼잡도 개선을 완료하였습니다. 근무 타입 선택 비율 및 구성원의 주요 의견을 검토하여 2023년에도 Culture Code 업데이트 등 다양한 추가 개선사항을 진행할 예정입니다.

한편 2022년에도 구성원들의 사내 고충처리 채널 효용성 인식 부족과 직장 내 괴롭힘 발생 시 회사 조치 수행 및 신고 시 불이익처우 금지에 대한 구성원의 신뢰도는 여전히 개선되어야 할 사항으로 식별되었습니다. 따라서 네이버는 업무 중 고충이 발생한 경우 공식 제보 채널을 적극 활용할 수 있도록 시스템을 다원화하고 독립성 확보에 노력하겠습니다. 이를 위해 우선적으로 고충처리 제도의 신뢰도를 제고하기 위하여 다음과 같은 원칙을 철저하게 준수할 것을 약속합니다.

[1] 네이버 주식회사 및 계열법인 7곳(네이버파이낸셜, 네이버 클라우드, 웍스모바일, 스노우, 네이버랩스, 네이버웹툰, 네이버아이앤에스) 재직자 총 7,313명 참여

2022-2023 네이버 인권 고충처리 관련 주요 개선 추진사항

- 네이버는 인권 침해가 신고된 경우 지체없이 조사가 이루어지도록 조치합니다.
- 네이버는 조사 기간 동안 피해 근로자를 보호하기 위하여 필요한 경우 해당 피해 근로자에 대하여 근무장소의 변경, 유급휴가 명령 등 적절한 조치를 합니다. 이 경우 피해근로자의 의사에 반하지 않는 것을 원칙으로 합니다.
- 네이버는 조사 과정에서 피해근로자에 2차 가해가 발생하지 않도록 노력합니다. 특히 성희롱·성폭력 사건에 대한 조사 시 피해 근로자가 성적 수치심을 느끼지 않도록 최선의 주의를 기울입니다.
- 네이버는 조사 결과 인권 침해 사실이 확인된 때에는 가해자에 대하여 내부 규정에 따라 징계, 근무장소의 변경 등 필요한 조치를 합니다.
- 네이버는 인권 침해 발생 사실을 신고한 근로자 및 피해 근로자에게 인사에 있어 일체의 불이익한 조치, 집단 따돌림·폭행·폭언 등 정신적·신체적 손상을 가져오는 행위, 혹은 그 행위의 발생을 방치하는 행위, 기타 신고를 한 근로자 및 피해 근로자의 의사에 반하는 불리한 처우를 하지 않습니다.

더불어 기존의 직장 내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 전문 고충처리 채널 조사 과정을 전적으로 외부 독립기관의 진행에 의존함으로써 야기되었던 징계조치의 적절성·현실성 문제를 해결하기 위해 법률·노무 전문가로 구성된 인권경영실이 독립적인 지위에서 직접 조사 절차를 진행하고 있습니다. 특히 직장 내 괴롭힘 사안의 경우 조사 결과에 대하여 노동조합의 의견을 청취하는 프로세스가 추가될 예정입니다.

또한 개편된 인권 고충처리 시스템의 효용성을 높이기 위해 내외부 이해관계자와 적극적으로 커뮤니케이션 하겠습니다. 아울러 2023년에도 2022년에 이어 네이버 인권 고충처리 채널(kNock, WithU)에 접수된 이슈 대응률을 100%로 유지하는 목표를 인권경영실의 ESG 관리지표로 삼고 네이버 인권경영을 공고화하는 동시에 고충처리 제도의 효용성 및 구성원의 신뢰도를 더욱 제고할 것입니다.

인권교육

네이버는 전 구성원을 대상으로 네이버의 구성원 윤리규범인 Integrity Code 준수 서약을 필수로 실시하고, 그에 관한 인권교육을 진행하여 건전하고 안전한 기업문화 기반을 구축하기 위해 노력하고 있습니다. 전 구성원을 대상으로 매년 10~12월 직장 내 성희롱·괴롭힘 예방 교육과 장애인 인식개선 교육을 진행하고 있으며, 리더급 이상의 관리직급에게는 보다 특화된 내용의 교육을 병행하고 있습니다. 더불어 교육 영상을 사내 영상 공유 플랫폼인 'SHARE'에 상시 게시하고 시청을 독려하고 있습니다.

공정한 고용 및 노사관계

네이버는 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 구성원의 기본적인 권리를 존중합니다. 네이버는 결사의 자유를 보장하기 위해 고용조건으로 특정 노동조합 가입 또는 탈퇴를 제시하지 않으며, 노동조합 가입 또는 활동을 이유로 인사상 불리한 처우를 하지 않을 뿐만 아니라, 정당한 노동조합 활동에 개입하거나 이를 방해하지 않을 것을 약속합니다. 네이버는 노사 간의 발전적인 소통을 통한 상생과 협력의 관계를 지향하고 있으며, 구성원은 노동조합 등을 통해 자유롭게 모임을 가지고 근로조건 등에 대해 의견을 제시할 수 있습니다.

네이버는 '근로자 참여 및 협력 증진에 관한 법률'에 따라 노사협의회 'NVO'를 설치하여 구성원과 적극적으로 소통합니다. 9명으로 구성된 NVO 위원들은 경영진 등 이용자 위원과의 정기적인 회의에서 직원들의 목소리를 전하고 있습니다. 2022년에는 네 차례의 정기회의와 수시회의가 진행되었으며, 근로조건 등과 관련해서 다양한 주제로 논의가 있었습니다.

또한 네이버는 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 구성하여 정기적으로 안전보건 안건을 논의하고 있으며, 회사 구성원들의 건강, 안전 등을 심도 있게 다루기 위해 2020년 9월부터 산업안전보건 분야 전문가를 초빙하여 노사가 함께 강의를 수강하고 안전보건 역량을 함양했습니다. 나아가 고용 안정을 위해 비정규직의 비율을 최소화하고 있으며, 과거 인력 구조조정을 한 사례는 없습니다.

건강한 조직문화 구축

네이버는 구성원에게 안전하고 쾌적한 작업환경을 제공합니다. 이를 위해 사업장의 시설, 장비 등을 정기적으로 점검 및 관리하며 위험한 환경에서 근무하는 구성원에게는 별도의 보호구와 안전교육을 제공합니다. 또한 임산부, 장애인 등의 취약 근로자에게는 원활한 근무를 위해 필요한 지원 및 조치를 보장합니다. 네이버는 사업장 내에서 발생한 구성원의 사고, 질병 등에 대하여 관계법령에 따라 신속한 조치를 수행할 것을 약속합니다.

구성원 안전보건 정책 및 관리 활동

네이버는 중대재해 'Zero' 사업장을 목표로 구성원의 안전한 환경 제공을 위한 체계적인 안전보건 관리체계를 구축하고 있습니다. 이에 글로벌 스탠다드 기준을 적용한 전사 안전보건 경영 방침 및 정책을 제정하고, 연 1회 사업장 안전보건 위험성 평가를 실시할 것을 규정화 하였으며 매년 전 사업장(사옥 및 기타 근무지)을 대상으로 유해·위험 요소를 식별하여 개선하고 있습니다. 위험성 평가 대상에는 시설물에 대한 안전뿐만 아니라 구성원의 정신 등 건강관리 또한 포함됩니다. 평가 후에는 식별된 위험요소에 대한 개선·완화 조치를 실시하고 있으며, 이에 대한 효과성과 위험성을 평가하고 있습니다. 또한 안전보건 관련 점검 활동과 결과, 관련 조치의 적절성 및 효과성을 산업안전보건위원회에서 정기적으로 검토하고 논의하고 있습니다. 2022년 산업안전보건위원회는 분기별로 총 4회 개최되었으며, 주로 논의한 안건은 근골격계 유해요인 조사, 1784 근무환경 점검 결과, 심리상담 제도 등입니다. 산업안전보건위원회에서 심의된 안건 및 의결·논의 결과는 구성원 공지를 통해 투명하게 공개되고 있습니다.

2022년 네이버는 구성원들의 근골격계 질환을 예방하고 관리하기 위해 9월부터 12월까지 유해요인 조사를 진행했습니다. 산업안전보건위원회 노사 위원이 함께 참여하였고, 대학병원과의 협업을 통해 IT 산업 종사자의 특성을 반영한 설문조사 및 현장조사를 진행하였고, 관리가 필요한 구성원에게는 대학병원 전문의 문진을 통해 각 개인별 특성에 맞춘 조치를 취하였습니다. 아울러 모든 구성원을 대상으로 하는 설명회를 통해 조사 결과 및 개선 조치 사항(사내병원 관리 프로그램 도입, 근골격계 질환 보조도구 구입 지원, 근골격계 질환 예방 영상 콘텐츠 이용 등)을 안내하여 근골격계 질환을 최소화할 수 있도록 관리해 나가고 있습니다.

구성원 복지 및 웰빙

네이버는 구성원의 근무 만족도를 높이고 역량을 발휘할 수 있게 최상의 근무환경과 다양한 복지 혜택을 제공하고 있습니다. 일과 가정의 양립을 위해 선택적 근로시간제와 근로시간 단축제 등 여러 유형의 유연근무제를 실시하고 있으며, 쾌적한 업무 공간을 유지하기 위해 노력하고 있습니다. 2022년부터는 3년 이상 근속 시 최대 6개월까지 무급휴직을 허용하는 제도를 도입함으로써 구성원의 자기계발과 성장을 지원하고 있습니다.

뿐만 아니라 네이버는 구성원들의 몸과 마음 건강까지 챙길 수 있는 운동시설과 전문 의료 상담을 지원하며, 24시간 상황실 등 야간작업이 요구되는 조직 소속 구성원은 산업안전보건법에 따라 매년 특수 건강검진을 실시합니다. 특수 건강검진의 경우, 야간업무 수행 적합도에 대표적으로 영향을 미치는 관상동맥질환이나 당뇨 및 고혈압 등의 질병 유무를 판단하여 근로자가 야간근로를 지속할 수 있는 지 여부를 판단한 뒤 직무에 배치합니다. 이 외에도 사내 키친과 카페를 운영하여 구성원들이 매일 신선한 음식과 저염·저칼로리 식단까지 다양하게 즐길 수 있도록 배려하였습니다.

또한 네이버는 구성원의 가족들까지 세심하게 고려한 다양한 가족친화 제도를 운영하고 있습니다. 육아휴직을 법으로 정한 기간 외에 추가로 1년 더 제공하며, 자녀 양육을 위한 가족 돌봄 휴가를 연간 10일 지원하고 있습니다. 뿐만 아니라 사옥 내에 모유 유축기 등을 갖춘 모자유친실을 마련하였으며, 직장 보육 시설 전문 기관과 연계해 2022년 6월 오픈한 판교지역 어린이집을 포함하여 서울·경기 지역 6개, 총 951명을 수용할 수 있는 국내 최고 수준의 어린이집을 운영 중입니다[1]. 해당 연도 휴직 만료 인원을 기준으로 육아휴직을 사용한 직원의 복직률은 2018년부터 5년 연속 99% 이상을 기록하고 있습니다.

포스트 코로나 구성원 정서 케어 프로그램

원격근무가 일상화되고 불확실성이 높았던 팬데믹 기간을 거쳐 포스트 코로나 시대로 전환됨에 따라 네이버는 구성원들이 필요로 하는 정서적 교류, 소속감 및 리프레시를 제공하여 만족도 높은 회사생활을 할 수 있도록 지원하고 있습니다. 대표적 활동으로 회사의 시설 인프라를 활용해 춘천과 도쿄에서 근무하는 기회를 제공하는 '워케이션' 프로그램, 리프레시와 함께 구성원 간 정서적 유대감을 제고하는 '팀플레이' 프로그램 등을 제공하고 있으며, 워케이션의 경우 약 50:1의 최대 경쟁률과 100%의 만족도를 기록하며 구성원들의 큰 호응을 얻고 있습니다. 팀플레이 또한 최대 신청률 95%, 만족도 98%를 보이며 구성원 개인에게는 리프레시의 기회를, 조직에게는 팀워크 증진의 장으로 자리매김하고 있습니다.

아울러 법인, 직군을 넘어 다양한 팀 네이버 동료를 만나 교류할 수 있는 사내 동아리 지원 프로그램인 '클럽 그리니'는 가입률이 41%에 달하며, 2일 이상의 연차를 붙여서 사용할 경우 휴가 비용을 일부 지원해주는 '붙여쓰면지원금' 등의 제도 또한 활발히 운영되고 있습니다. 2022년에는 사내문화 콘텐츠 '모멘텀' 프로그램으로 생태학자 최재천 교수, 안데르센상 수상자 이수지 작가를 초청해 구성원을 대상으로 강연을 진행하였으며, '건강 Talk'를 통해 불면증, 스트레스, 눈 건강 등 건강과 관련된 다양한 주제에 대한 전문적인 정보를 공유한 바 있습니다. 향후에도 구성원의 신체 및 정신 건강과 리프레시를 위해 지속적으로 새로운 프로그램을 개발할 계획입니다.

[1] 2022년 기준

건강한 조직문화 구축

네이버는 2021년부터 고용노동부가 주관하는 '일·생활 균형 캠페인'에 적극 참여하며 구성원들의 일과 가정의 양립을 돕는 다양한 지원프로그램을 운영하고 있습니다.

일·가정 양립을 돕는 네이버의 다양한 지원 프로그램

구분		세부내용
근로시간	Connected Work	주 3회 출근(Type O), 전면 원격(Type R) 방식 중 자신에게 맞는 근무제를 반기별로 자율적으로 선택
	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 사유로 근로시간 단축 근무제 지원
업무 공간	쾌적한 공기를 유지하는 실내 업무 공간	먼지 발생을 줄이기 위해 카펫 대신 나무 바닥을 설치하고, 먼지가 쌓이는 천장 마감을 최소화함 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 중
	열띤 토론에도 언제나 쾌적한 회의실	모든 회의실 내부에 CO2 센서를 설치해 공기의 질을 측정하고, 쾌적한 환경을 유지할 수 있게 관리 중
	전 직원에게 제공되는 인체공학적 의자	전 직원 대상 인체공학적으로 설계된 고품질 기능성 의자 제공
건강 케어	사옥에서 전문 의료진의 진료가 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
	마음 건강까지 챙기는 심리 상담지원*	마음 건강도 전문가의 도움으로 관리할 수 있도록 안심하고 상담 받을 수 있는 전문 상담기관을 연계하여 운영 중 연 10회까지 상담 비용 전액을 지원하며 10회 이후 회사에서 80% 금액 지원
	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 서비스 제공
건강 먹거리	직원의 건강을 생각하는 사내 Café*	바리스타가 내리는 신선한 커피부터 생과일 음료 및 한방음료 등의 건강 음료를 저렴한 가격에 이용 가능 캐주얼한 식사 지원을 위해 갓 구운 빵, 수제버거 등의 Take-out이 가능
	안심하고 먹을 수 있는 B1 Kitchen*	샐러드, 저염·저칼로리 식사 등 직원의 건강을 고려한 식사를 매일 제공
어린이집 운영	서울/경기 지역에 총 6개의 어린이집*	서울·경기 지역 6개, 총 951명 정원의 국내 최고 수준의 어린이집 운영
가족 케어	국내 선도적인 수준의 상해보험 및 종합검진 서비스*	구성원은 물론 배우자, 구성원의 부모님과 배우자의 부모님, 자녀, 형제·자매까지 상해보험 혜택 제공 종합검진은 매년 지원되며, 본인 외 꼭 필요한 가족 1명도 격년으로 지원 중
	가족 초청 프로그램 'Open Saturday'*	가족들을 네이버 사옥에 초대해 회사 문화를 경험하며 좋은 추억을 만들 수 있도록 지원
	그린웨딩*	사옥 내에서 결혼식을 진행할 수 있도록 공간 및 시설 지원
	명절 선물*	연 2회 명절마다 20만 원 상당의 선물 지급

구분		세부내용
휴가 지원	입사 후 2년 경과 시, 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 있도록 지원
	육아서비스 및 특별 휴가*	자녀 양육의 사유 등 가족 돌봄 휴가 연간 10일 사용 가능
	다양한 최고급 휴양 시설 이용 지원*	전국 곳곳에 위치한 네이버 구성원 전용 고급 휴양시설을 매달 추첨을 통해 저렴한 비용으로 제공
	붙여쓰면지원금	이틀 연속 연차 사용 시 하루 5만 원 휴가비 지원
경제적 지원	주거와 생활의 안정을 위한 금전적 지원	직원들의 주택 구입(임차) 사유의 대출이 필요한 경우, 대출금 최대 2억 원의 연 1.5%, 신용대출 최대 1억 원의 1.5%의 이자지원 이용을 현금으로 지원 (최대 10년)
	직원과 가족의 경조사 지원*	구성원 본인 및 가족의 경조사 발생 시 경조사를 원활하게 치를 수 있도록 회사 차원에서 예를 표하고, 상호 부조하는 것을 목적으로 함
	주식매입리워드	임원·정규직 대상으로, 자사주 매입 금액의 10%를 지원. 주식매입 후 6개월간 보유하면 연간 지급한도 200만 원 내에서 리워드 지급
	스톡그랜트	전 직원 대상 연간 1,000만 원 상당의 주식 부여
업무몰입 지원	업무기기예산제	구성원 각자의 상황과 필요에 맞게 업무기기를 자유롭게 선택하여 활용하게 함으로써, 업무 효율성을 향상시킬 수 있도록 지원
	개인업무지원비*	업무상 발생하는 통신비, 도서/콘텐츠 구매비, 외부주차비 등을 지원
	네이버서비스 이용권*	네이버에서 제공하는 각종 서비스를 직접 사용해보고 이해도를 높일 수 있도록 매월 무료로 지원
	글로벌 어학지원*	업무환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 어학교육을 받을 수 있도록 지원 (연간 240만 원 한도)
정서교류 지원	워케이션	매월 추첨을 통해 춘천 네이버 커넥트원, 도쿄 베이스캠프에서 숙식을 제공하며 5일간 근무할 수 있는 환경을 제공
	팀플레이	춘천 네이버 커넥트원에서 팀워크를 위한 심리진단 및 각종 프로그램 제공
	클럽 그리니	취미생활, 봉사활동 등 다양한 주제로 동아리 활동을 등록하고 지원

* 모든 구성원 대상 (임원, 정규직, 계약직 포함)

건강한 조직문화 구축

CASE STORY

조직 효과성 진단

네이버는 2021년부터 매해 조직문화, 일하는 방식을 비롯해 업무환경 및 효율적 업무 실행과 관련된 사항들에 대해 다방면에 걸친 조직 효과성 진단을 실시하고 있습니다. 2022년에는 2021년 문항 중 기본적으로 높은 효과성이 유지되는 항목과 의미상 중복된 문항은 축소하는 대신, 신고채널 신뢰도 및 회사조치에 대한 신뢰 등에 대한 문화적 안전과 관련한 문항을 보다 강화해 조직의 전반적인 효과성을 진단하였습니다. 문화적 안전을 비롯해 자발적인 몰입, 실행환경 조성도, 명확하고 확실한 방향성, 리더에 대한 신뢰, 존중과 인정, 개발 기회, 급여 및 복리후생 등 16가지 차원에 대해 전반적인 효과성을 진단하였으며, 조사 시점 네이버 구성원 4,758명 중 76%에 달하는 3,597명이 응답했습니다.

진단 결과 네이버의 조직 효과성은 전반적으로 전년 대비 소폭 상승했으며, 특히 직장 내 고충처리와 연결된 문화적 안전, 존중과 인정, 다양성과 포용 등의 항목에서 전년 대비 큰 폭의 개선이 있었음을 확인했습니다. 이와 함께 이러한 개선을 최우선으로 약속하고 실행에 옮긴 경영진과 리더에 대한 신뢰도 크게 회복되었습니다. 2022년도 네이버 조직 효과성 진단 결과는 국내 수준 대비 양호하며, 글로벌 표준과 유사한 수준입니다. 그러나 이번 진단을 통해 명확하고 확실한 방향성 제시를 위한 노력이 효과적이지 못하다는 점도 파악되었습니다. 이는 빠르게 변화하는 비즈니스 환경을 지닌 IT·플랫폼 기업의 특징일 수 있으나, 네이버는 직원들의 몰입과 안정감을 위해 보다 많은 정보와 커뮤니케이션 기회를 제공할 수 있도록 지속적으로 노력하고 있습니다.

올해 가장 상승한 지표

문화적 안전	리더에 대한 신뢰	존중과 인정	다양성과 포용
67%(+36%p)	66% (+14%p)	70% (+19%p)	75% (+20%p)

핵심차원 인식수준 BENCHMARK 비교

(단위: 긍정응답률[1] %, Benchmark 대비 긍정응답률 차 %p)
NORM 대비 긍정적 NORM 대비 부정적

핵심차원	네이버	2021년 대비	대한민국 대비	글로벌 표준 대비	글로벌 SW/플랫폼 대비
자발적 몰입	76%	(+8)	(+15)	(+10)	(+11)
명확하고 확실한 방향성 제시	63%	(+4)	(-10)	(-11)	(-7)
리더에 대한 신뢰	66%	(+14)	--	--	--
품질 및 고객중심	81%	(+5)	(+5)	(+3)	(+3)
존중과 인정	70%	(+19)	(+9)	(+6)	(-1)
개발 기회	72%	(+4)	(+16)	(+12)	(+10)
급여 및 복리후생	57%	(+4)	-	(+3)	0
문화적 안전	67%	(+36)	-	-	-
실행환경 조성도	71%	(+3)	(+9)	(+3)	(+2)
성과 관리	63%	(+8)	(+2)	(-5)	(+1)
권한 및 임파워먼트	66%	(+7)	-	-	-
가용 자원	61%	(+3)	(+5)	(-3)	(-6)
교육 훈련	58%	(+9)	(+1)	(-4)	(-5)
협업	71%	(+3)	(+8)	(+4)	(+1)
업무/구조/프로세스	51%	(+9)	(+4)	(-3)	(-5)
다양성과 포용	75%	(+20)	-	-	-

* 응답자 3,597명(조사 시점 전체 구성원의 76%)

[1] 긍정응답률은 5점 척도에서 5(매우 동의함), 4(동의함)으로 응답한 직원의 비율을 의미함, 일부 Benchmark의 경우 Customizing 항목이 많을 경우 비교가 불가능할 수 있음 (리더에 대한 신뢰, 문화적 안전 등)

구성원 다양성 존중

네이버는 성별, 국적을 비롯해 다양한 배경과 가치관을 가진 이들이 함께 모여 네이버만의 유연한 조직문화를 만들어갈 수 있도록 노력합니다. 상호 존중을 기반으로 본인의 역량에 따라 자유롭게 일하며 사회에 기여할 수 있는 환경을 조성하는 데 앞장서고 있으며, 앞으로도 꾸준한 조직 진단 및 제도적 노력을 통해 모든 구성원이 보다 쾌적하고 편안하게 업무에 임하고 실력을 발휘할 수 있는 환경을 조성해 나갈 것입니다.

여성 인재

네이버의 남녀 구성원 비율은 2022년 말 기준 남성 61%, 여성 39%[1]로 작년에 비해 남성 대비 여성 비율은 2%p 증가했습니다. 여성 관리자[2](직책리더 기준) 수 역시 매해 늘어 네이버의 여성 리더십 비율은 꾸준히 시장 내 상위 10% 내 수준을 유지하고 있습니다. 2022년 말 전체 리더 중 여성이 차지하는 비중은 약 30%로, 전년 대비 3%p 증가했습니다. 사내독립조직인 CIC(Company-in-Company) 대표 등을 포함한 C-level 고위 경영진 중 여성이 차지하는 비중은 21%에 달합니다. 네이버는 여성이라는 이유로 보이지 않는 차별을 두지 않으며, 앞으로도 여성 직책리더 비중을 국내 평균 대비 10% 이상 상회하는 수준으로 유지하는 것을 목표하고 있습니다.

네이버는 유능한 여성 인재들이 능력을 발휘할 수 있는 기회가 임신과 출산으로 인해 제한받지 않도록 출산휴가와 육아휴직 사용을 장려합니다. 네이버 여성 리더 중 절반이 넘는 56%가 자녀의 양육을 병행하고 있고, 자발적 퇴직자를 제외한 구성원 100%가 출산휴가 후 업무에 복귀하였습니다. 이에 더해 직군에 의한 임금 차이 외 성별에 따른 임금 차이는 없습니다. 뿐만 아니라 사내에는 자녀를 둔 구성원이 서로 육아 관련 고민과 정보를 나눌 수 있는 복수의 클럽이 운영되고 있습니다. 이와 같은 노력의 결과, 2022년 조직 효과성 진단 내 '다양성과 포용' 항목은 평균 75%의 높은 긍정 응답률을 보이며 전년 대비 20%p 상승한 결과를 보여주었습니다. 해당 항목에서는 사내 장애인 및 임산부 등 소수자에 대한 회사의 제도적 지원과 조치, 그리고 공정한 문화 및 여성의 리더십 진출 과정에 대한 구성원의 인식을 진단하고 있습니다.

[1] 정규직 기준
[2] 통계청 고용통계 기준, '관리자'의 정의는 '한국표준직업분류 | 관리자'에 해당함

다양성을 위한 노력

네이버는 외국 국적을 지닌 구성원들의 네트워킹과 조직 적응을 위한 프로그램을 진행하고 있습니다. 매월 'Global Lunch' 제도를 운영하여 외국인 구성원들이 점심식사를 함께 하며 네트워킹 할 수 있는 자리를 마련하였고, 사내 메신저인 네이버웍스 채팅방을 통하여 서로 직장 생활 및 한국 생활에서 궁금한 사항이나 노하우, 경험을 공유할 수 있도록 장려하고 있습니다.

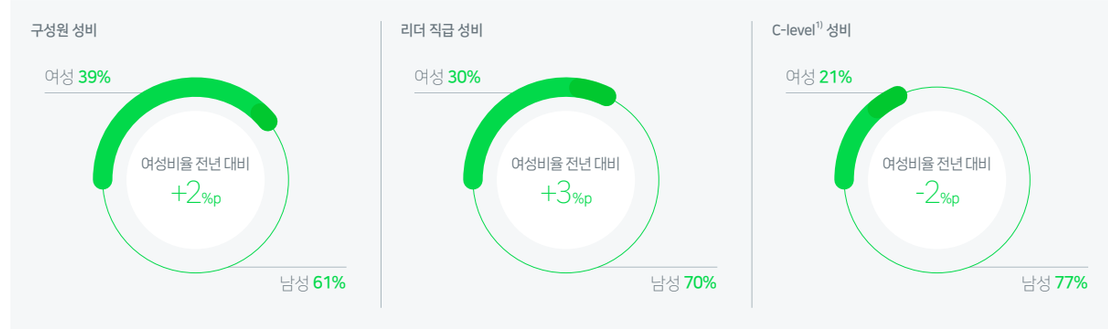
네이버는 장애인 고용에도 적극적으로 임하고 있습니다. 2020년에 설립된 네이버의 자회사형 장애인 표준사업장 '네이버핸즈'는 설립 당시 21명으로 시작하여, 2022년 12월 말까지 2년간 31명의 발달장애인을 추가로 채용하며 고용률이 약 250% 증가하였습니다. 장애인이 실제로 수행할 수 있는 직무를 지속적으로 개발하여 현재 네이버 사옥(1784, 판교 테크원 타워, 도담빌딩)에서 2022년 12월 기준, 총 52명의 발달 장애인이 카페, 브랜드 스토어, 커피 머신 및 원두 관리, 화분 관리, 꽃집, 편의점 등 6개 직무에서 근무하고 있습니다.

네이버핸즈에서 일하는 발달장애인 구성원은 모두 정규직으로, 일자리에 대한 안정감은 물론 경제적으로 자립할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 또한 중증 장애인이 능동적·독립적으로 업무를 수행할 수 있도록 직무별 상세 매뉴얼을 개발하고 교육을 통해 전달하는 체계적인 업무 프로세스를 수립하고 운영함으로써 직무 능력 향상을 돕고 있습니다.

특히 직장생활에 잘 적응할 수 있도록 입사 초에 직장인이 갖춰야 할 매너, 회사 제도 및 시설 안내 등 회사 생활에 대한 전반적인 안내 및 법정교육 등을 진행하고 있습니다. 업무 전문성 및 사회생활 적응도 향상을 위해 쉬운 말로 제작된 교육 자료를 업무 공간 내 비치하거나 배포하여 직원들이 안정적으로 업무에 적응할 수 있도록 지원합니다. 또한 전시, 카페 및 매점, 웹 접근성 컨설팅 등을 수행하는 자회사형 장애인 표준 사업장 '엔비전스'에는 시각장애인 근로자 28명이 근무 중입니다.

사내 다양성 제고를 위한 네이버의 노력은 2023년 4월, 고용노동부 주최 '2023 장애인고용촉진대회'에서 네이버핸즈가 장애인 고용 우수 기업 부문을 수상하는 성과로 이어졌습니다. 뿐만 아니라 장애인 근로자 부문에서는 엔비전스의 구성원이 국무총리 표창을 수상하였습니다. 앞으로도 네이버 핸즈를 비롯한 장애인 고용 제도를 통해 보다 다양한 직무를 개발하여 더 많은 중증 발달 장애인들에게 일자리의 기회를 제공하고, 사회 구성원으로서 함께 하기 위해 노력하겠습니다.

이 외에도 네이버는 매년 세대 간의 소통과 교류를 확대하기 위해 '지금 만나러 갑니다'라는 타이틀로 HR팀의 주최 하에 직무별/연차별(리더, 시니어, 주니어) 간담회를 진행하고 있으며, 많은 직원들이 참여하여 다양한 의견을 제시하고 있습니다.



* 2022년 말 기준
[1] 사내이사, GIO, CIC대표, 사업대표 및 총괄 포함

ESG COMMITMENT 3

파트너 성장 지원 및 지역사회 상생

2022 KEY HIGHLIGHTS

공급망 ESG 경영 확산을 위한 체계 도입

공급망 ESG 리스크 관리

국내 플랫폼 기업 최초 협력사를 위한 온라인 ESG 자가진단 프로그램 (2022.11)

구매 파트너 ESG 자가진단

동반성장지수 평가 6년 연속 '최우수' 등급 달성

6년 연속 최우수 등급

분수펀드 조성을 통한 SME 및 창작자 지원

약 988억 원 규모 분수펀드

Maximizing the Value of Togetherness

플랫폼 기업 네이버가 정의하는 파트너는 단순히 네이버의 공급망 내 협력사에 국한되지 않습니다. 네이버의 생태계에는 자원, 용역, 제품을 공급하는 협력사인 '구매 파트너', 그리고 판매자, 콘텐츠 창작자와 같이 플랫폼을 통해 가치를 창출하거나 이용자에 가치를 전달하는 '플랫폼 파트너' 등 다양한 유형의 협력 주체들이 존재합니다. 특히 참여자의 자율성과 다양성이 곧 경쟁력인 네이버 플랫폼에서 협력 주체들의 영향력은 플랫폼을 운영하게 하는 핵심 기술, 콘텐츠, 솔루션과 맞닿아 있어 더욱 중요합니다. 네이버는 이러한 협력 주체들을 '파트너'로 통칭하고, 다양한 파트너가 네이버 플랫폼 생태계 안에서 상호 작용하고 긍정적인 가치를 창출할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

네이버는 다양한 파트너와 함께 협력과 상생의 플랫폼 생태계를 구축해 나갑니다. 특히 네이버의 공급망을 구성하고 있는 구매 파트너를 대상으로 지속가능한 생태계 및 공정한 시장환경의 초석이 되는 ESG 경영의 가치를 전파하고, 이들의 지속가능한 경영을 다각적으로 지원하고 있습니다. 나아가 네이버 플랫폼에서 활동하는 파트너의 기업가치를 높이기 위해 네이버의 첨단 기술과 노하우 등을 활용해 SME와 스타트업이 새로운 기회를 마주할 수 있도록 적극적으로 지원하고 있습니다. 네이버는 앞으로도 다양한 유형의 파트너를 발굴하고 지원하여 파트너가 최적의 가치를 창출할 수 있는 건강한 플랫폼을 만들어 나가겠습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

구매 파트너(협력사) ESG 지원 고도화

- 동반성장지수 '최우수' 등급 유지

이해관계자별 인권 리스크 식별, 관리 및 공시

- 공급망 ESG 관리체계 내 인권 리스크 식별, 반영

소외 지역·계층 경험 확대 기여

- 지역사회 포함 전국 소외계층 지원공익단체 온라인모금교육 연 4회 실시
- 지역사회 착한가게 소개 가게 수 지속 확대 및 로컬기업 판로지원 확대

SME 역량 증진 지원

- 지역기반 SME의 로컬브랜드 및 디지털 리터러시 강화 위한 '로컬브랜드스쿨'의 4개 지자체 대상 진행
- 스몰브랜드의 브랜드 자산 확보와 지속 성장 지원 위한 'SME브랜드런처'의 30개 브랜드 대상 진행
- 네이버 비즈니스 스쿨 회원 수 2023년 내 80만 명 달성 목표

지속가능한 공급망 생태계 구축

네이버는 '파트너의 성장이 곧 네이버의 성장'이라는 신념 아래, 합리적이고 공정한 거래를 바탕으로 네이버와 함께 하는 파트너들과 동반성장 생태계 확장을 위해 노력하고 있습니다. 특히 장기적 관점에서 지속가능한 성장을 이루고자 구매 파트너의 ESG 경영을 적극 지원하며 상생협력 관계를 발전시켜 나갑니다.

동반성장을 위한 구매 파트너 지원

구매 파트너와 함께 성장하는 네이버

네이버는 구매 파트너와의 동반성장을 목표로 상생을 위한 행보를 이어나가고 있습니다. 주요 구매 파트너인 소규모 IT기업의 자생력 제고와 파트너사 임직원 복리후생 강화에 초점을 두고 경영, 교육, 복리후생, 판로지원 등 차별화된 구매 파트너 지원 프로그램을 제공하고 있습니다. 네이버 공급망 내 상대적으로 영세한 구매 파트너의 자생력 제고를 위해 경영, 교육, 복리후생 3가지 측면에서 지원하고 있습니다.

경영 활동 지원 차원에서는 2022년 10개 구매 파트너에게 컨설팅을 제공하고 172억 원 규모의 상생펀드를 조성하여 시중보다 낮은 금리로 대출을 지원하였습니다. 또한 자체적으로 ESG 경영을 실천하기 어려운 중소 규모의 구매 파트너를 대상으로 무료 온라인 ESG 자가진단 프로그램을 제공하고 있습니다. 자가진단에 참여한 구매 파트너에게는 전문가의 피드백이 반영된 결과보고서를 제공하며, 전체 공정거래 협약사를 대상으로는 4대 업종(서비스, 정보통신, 제조, 건설) ESG 체크리스트를 제공해 구매 파트너의 전반적인 ESG 경영 인식 제고에 힘쓰고 있습니다. 뿐만 아니라 중소 구매 파트너의 해외 판로 개척을 지원하고 있으며, 이를 통해 2022년에는 38개 중소 구매 파트너가 총 237억 원의 해외 매출을 확대하는 데 기여하였습니다. 교육 지원 차원에서는 구매 파트너 임직원을 대상으로 온·오프라인 교육과정을 제공하고 있습니다. 나아가 구매 파트너 임직원 및 가족의 복리후생 증진을 돕기 위해 건강검진 프로그램 제공, 장례용품 지원 등의 활동을 펼치고 있습니다.

구매 파트너와의 동반성장 활동

경영 지원

- 구매 대금 청구계산서 발행일로부터 10영업일 이내 100% 현금 지급 (2022년 기준, 휴일 포함 7.2일 소요)
- 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급
- 노무·법률·세무 무료 온라인 상담 제공
- 172억 원 규모의 상생펀드 조성하여 시중가보다 낮은 금리로 자금 대출 지원 (2022년 12월 기준, 총 47개사에 157억 원 지원 중)
- 공정거래 협약사 생산성 혁신을 위해 ESG 혁신을 포함한 전문 경영 컨설팅 제공 (연 1회 선정, 2022년 지원 대상 협약사 10개사)
- ESG 경영 실천이 어려운 중소 공정거래 협약사를 위해 무료 온라인 ESG 자가진단 서비스 및 진단 결과 리포트 제공 (상시 운영 중, 2022년 12월 기준 참여 업체 8개사)
- 해외서비스 대상 국내 구매 파트너 소개 및 해외법인과의 직접 계약 지원을 통한 해외 판로 지원 활동 전개
- 중소 구매 파트너의 국내 판로개척 지원을 위한 구매상담회 참가, 지자체 및 공공기관과 지역 SME 온라인 지원협약 체결
- 중소벤처기업부 주관 민관공동기술개발사업 참여 (중소 협력사의 기술개발 관련 사업비 지원)
- 공정거래 협약사 보증보험 수수료 지원
- 공정거래 협약사 기술임치 수수료 지원
- 구매 파트너 구인활동 지원을 위한 온라인 전용채용관 운영 및 각종 채용박람회 참석 지원
- 구매 파트너 재택·원격 근무환경 구축 지원을 위해 비대면 협업 솔루션 시중가 대비 할인 제공

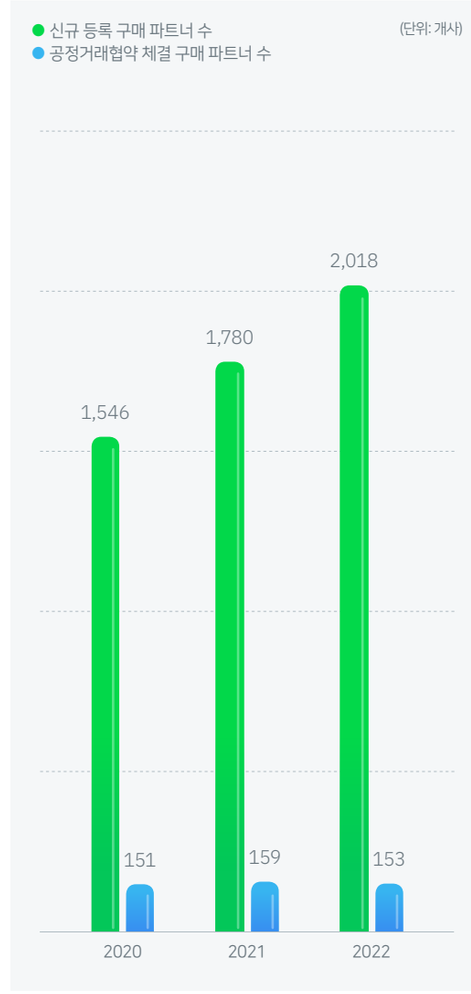
교육 지원

- 구매 파트너 임직원을 대상으로 상시 온라인 교육과정 (법정 필수 교육 포함) 제공 (2022년 총 60개사, 누적 수강생 수 12,399명[1])
- SME 파트너 대상 네이버 비즈니스 스쿨의 디지털 플랫폼 상에서의 경영 관련 교육 프로그램 제공 (2022년 총 161개 강좌 제공, 누적 수강생 수 517,239명[1])

복리후생 지원

- 네이버 구성원 적용단가와 동일 단가로 이용할 수 있도록 복리후생 프로그램 (건강검진, 캘린더세트 등) 지원
- 조사발생 시 장례물품 지원
- 자사 사업장 상주 협력사(구매 파트너 일체) 임직원 대상 식대 지원

네이버 구매 파트너 현황



[1] 중복 포함

지속가능한 공급망 생태계 구축

이러한 네이버의 적극적인 파트너 상생을 위한 노력은 대외적으로도 인정받고 있습니다. 특히 2022년 시행한 동반성장지수 평가에서 최우수등급을 받았으며, 구매 파트너의 사업 안정을 위한 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있는 점, D-커머스 프로그램 등을 통해 SME의 디지털 전환을 기술적·정책적으로 지원한 점, 그리고 COVID-19 등 위기상황 속에서 기술력을 바탕으로 사회 안정을 위해 노력한 점들이 큰 공로로 인정받았습니다. 뿐만 아니라 네이버의 상생협력 활동들은 공정거래협약 이행 모범사례로 선정되어 공정거래위원회와 한국공정거래조정원이 주관한 '2022년 공정거래협약 이행 모범사례 발표회'를 통해 대외적으로 알려진 바 있습니다. 네이버는 앞으로도 다양한 파트너, SME가 모두 함께 성장하는 긍정적인 상생문화를 발전시켜갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

CASE STORY

파트너 동반성장 우수사례

6년 연속 동반성장지수 평가 최우수등급 획득

네이버가 인터넷 플랫폼 업계 최초로 2016년부터 6년 연속으로 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받으며, 상생협력에서 새로운 마일스톤을 쌓았습니다. 특히 공정거래위원회는 COVID-19 등 국가적 재난 상황에서 어려움을 겪고, 상대적으로 기술력과 자본이 부족한 SME가 디지털 커머스 시장에 진입해 사업을 성장시키는 것에 네이버의 D-커머스 프로그램이 기여한 점을 토대로 2022년 동반성장 모범사례로 꼽았습니다. 이러한 배경에는 D-커머스 프로그램을 통한 무료 온라인 비즈니스 교육, 컨설팅 제공 등 다각적인 SME 성장 지원과 스타트 제로수수료 및 성장포인트 등을 통한 금융지원이 있습니다. 공정거래위원회는 상생을 위한 네이버의 노력을 통해 SME의 디지털 커머스 시장 진입 장벽이 완화되었고, 더 빨라진 정산과 반품비 지원으로 SME들이 보다 손쉽게 사업을 확장할 수 있었다고 긍정적으로 평가했습니다.

네이버 비즈니스 스쿨 | 네이버 D-커머스 프로그램

공정거래협약이행 모범사례 발표회

네이버 비즈니스 스쿨

네이버 비즈니스 스쿨은 SME와 창작자의 디지털 전환과 성장을 돕는 온라인 교육 전문 서비스입니다. 네이버의 구매 파트너뿐만 아니라 플랫폼 파트너 등 다양한 주체가 수업을 학습할 수 있으며, 교육 커리큘럼의 주제와 코스워크 수준도 다양하게 제공하고 있습니다. 네이버 비즈니스 스쿨에서 포인트가 표시된 코스 교육을 학습시에는 교육 포인트를 제공하고 있으며, 이는 추후 네이버 광고의 비즈머니 또는 스마트스토어의 마케팅 포인트로 전환하여 사용할 수 있습니다.

네이버 비즈니스 스쿨은 ESG 개념이 생소한 소상공인을 위해 2022년 9월부터 사업과 ESG의 연계 및 친환경 포장재 활용 등 ESG 교육 프로그램을 제공하고 있으며, 개시 후 6개월간 누적 6,245명의 스마트스토어 파트너가 해당 교육을 수강하였습니다.

D-커머스 프로그램

D-커머스 프로그램은 데이터 분석을 통해 네이버 플랫폼에서 활동하는 소상공인이 지속가능한 성장을 이어나갈 수 있도록 다양한 지원 제도를 운영하고, 그 사회경제적 가치를 지속적으로 추적, 확대해 나가고 있습니다. 또한 그 분석 결과를 매년 발간하는 D-커머스 리포트, D-플레이스 리포트를 통해 소통하고 있습니다.

지속가능한 공급망 생태계 구축

공급망 ESG 리스크 관리

공정한 거래와 구매 파트너 지속가능성 제고

네이버의 협력사, 즉 구매 파트너는 네이버가 건강한 사업을 영위하는 데 있어서 가장 중요한 이해관계자 중 하나입니다. 따라서 네이버는 소규모 IT기업 등 모든 구매 파트너와 공정하게 거래하고 함께 성장할 수 있도록 최선을 다하고 있으며, 이와 같은 공정거래 및 상생협력에 대한 의지를 확고히 하기 위해 매년 주요 구매 파트너를 선정해 공정거래 협약을 체결하고, 교육 및 지원 등을 통해 상생협력을 위한 노력을 아끼지 않고 있습니다.

네이버는 구매 파트너와의 합리적이고 공정한 거래를 실천하기 위해 거래 전 과정에 걸쳐 전자구매시스템을 활용합니다. 아울러 공정거래위원회가 제정한 '하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항'을 도입하여 준수함으로써 구매 파트너 대상으로 발생할 수 있는 부패 상황을 방지하고 있습니다. 전사 구성원(반기 1회)을 대상으로 사내 공지를 정기적으로 시행하고 있으며, 기타 구매 파트너 유관부서를 대상으로는 비정기 교육을 진행합니다. 뿐만 아니라 구매 파트너 의견 청취 채널과 제보 채널을 운영하여 구매 파트너의 목소리에 귀 기울이고 지속적으로 개선 방안을 마련해 나가고 있습니다.

2022년 기준으로 VoP 제도를 통해 구매 파트너 대상 3,610건의 설문이 진행되었으며, 이 중 1,674건의 응답이 있었습니다. 이 중 불만 의견으로 파악된 16건(약 1%)에 대한 사실확인 결과 7건은 이슈가 없는 것으로 확인되었으며, 9건은 조치되었습니다. VoP 제도를 통한 설문 진행 및 결과에 대해서는 감사위원회에 보고가 되었습니다.

네이버는 구매 파트너와의 투명하고 공정한 거래를 위해 윤리실천강령을 명시한 윤리실천협약을 체결하고 있으며, 구매 파트너 지속가능성 제고를 위한 지속가능경영 실천협약서를 구매 계약서에 부속문서로 추가하여 지속가능성을 위한 실천 사항을 구체화하여 약속하고 있습니다. 네이버의 사업 특성상 일회성이거나 비반복적 성격의 소규모 구매 파트너가 많은 점을 고려하여, 첫 단계로 계약서 내 인권, 안전, 환경, 윤리 네 가지 분야를 중심으로 하는 주요 원칙을 명시하였으며, 향후 구매 파트너와 지속가능성 가치 공유를 위한 공동의 노력을 확대할 예정입니다. 아울러 장기적이고 지속적인 계약 관계의 구매 파트너를 대상으로 셀프 체크리스트, 정기 리스크 평가, ESG 우수 파트너 인센티브 등 도입을 검토하여 보다 고도화된 체계를 구축해 나가고자 합니다.

이를 위해 2023년에는 지속가능한 공급망 구축을 위해 주요 역할을 수행할 구매 파트너사를 정의하고, 구매 파트너 전반의 ESG 경영 참여를 유도할 수 있는 효과적인 인센티브를 발굴하는 것에서부터 시작하여 그 영역을 확장해 나갈 계획입니다.

공정거래 질서 확립을 위한 노력

구분	세부 내용
전자구매시스템 운영	• 입찰을 원칙으로 거래회사를 선정하며, 구두 발주 및 부당한 발주취소 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, 구매 파트너 선정 및 운용, 내부 심의위원회, 서면 발급 및 보존)'을 도입하여 준수
구매 파트너 의견 청취 채널 운영	• 거래회사 및 제안 참여사를 대상으로 설문을 진행하여 의견을 청취하는 VoP(Voice of Partners) 제도 운영 • 구매 파트너 대상 프로그램 및 상생 협력 요청·제안 창구인 파트너스 라인 채널 운영 • 구매 계약 시 발생한 분쟁에 대한 조정을 신청할 수 있는 분쟁 조정 창구 운영 • 구성원 부정행위·부당요구 등 기업윤리 위반 행위 신고 창구인 기업 윤리 상담 센터 운영

네이버 동반성장 사이트

지속가능한 공급망 생태계 구축

공급망 ESG 리스크 관리체계

네이버는 보다 적극적인 공급망 ESG 관리 및 개선을 위해 2022년 '공급망 ESG 리스크 관리 정책'을 수립하고, 관리체계를 고도화하였습니다. 이를 통해 기존의 계약 체결 시 지속가능경영 실천협약서에 구매 파트너와 네이버가 상호 서명함으로써 파트너의 ESG 경영 동참을 촉구하고 행동 규범을 제시하는 수준에서 나아가, 구매 파트너 선정 단계와 계약 체결 전후 단계 등 거래 프로세스 전반에 걸쳐 ESG 리스크를 점검하는 요소를 추가 적용하여 관리 범위를 확장하였습니다.

STEP 1. 구매 파트너 선정 단계

예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트

파일럿 기간을 거쳐 2023년부터 구매 파트너 선정 단계에서 예비 구매 파트너의 ESG 리스크를 사전에 파악합니다. 이에 따라 신규 거래 등록을 희망하는 회사는 계약 전에 ESG 관련 법률, 네이버 윤리규범인 Integrity Code, 지속가능경영 실천협약을 기반으로 구성된 '예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트'를 파트너 등록 및 관리 시스템인 PATH(Partner Agreement Transaction Hub)를 통해 실시하게 됩니다. ESG 진단 체크리스트를 통해 지속가능경영 전반에서 법률 위반 사실이 없고, 배출량 측정 및 관리 등에서 우수한 ESG 경영성과가 확인된 파트너를 대상으로 차년도 공정거래 협약사 선정 시 우선적으로 고려하는 혜택이 제공되며, 해당 기업 수행업무와 관련된 경쟁입찰 진행 시 우선 고려 등의 인센티브를 부여합니다.

STEP 2. 계약 체결 시

지속가능경영 실천협약서 서명

구매 파트너로 선정된 이후 계약 체결 단계에서 파트너는 '지속가능경영 실천협약서'에 서명함으로써 네이버가 지향하는 공급망 ESG 실천 방향성에 동참하게 됩니다. 실천협약서는 신규 계약 및 재계약을 포함하는 모든 계약 유형에서 요구됩니다.

STEP 3. 계약 이후

네이버 공급망 Green 파트너 선정

네이버는 공급망에서 비롯될 수 있는 ESG 리스크를 사전에 예방하고자 노력하며, 구매 파트너가 ESG 이슈를 해결할 수 있는 능력을 기를 수 있도록 지원합니다. 그 일환으로 2022년 12월 네이버는 연간 거래 규모와 거래 빈도 등에 기반한 '네이버 Green 파트너' 선정 기준을 수립하였습니다. Green 파트너는 네이버의 사업을 추진하고 원활하게 운영하는 데 중요한 역할을 수행하고, 지속가능한 공급망 구축을 위한 협력이 필수적인 주요 구매 파트너사를 칭합니다. Green 파트너로 선정된 구매 파트너를 대상으로 ESG 리스크 점검 일정을 사전에 전달하고, 국내외 공급망 ESG 관리 기준과 네이버의 Integrity Code를 기반으로 자체 개발한 '네이버 Green 파트너 ESG 리스크 평가'를 통해 ESG 리스크를 정기 점검합니다. 이렇듯 네이버는 매년 Green 파트너를 선정하고, ESG 리스크를 정기적으로 평가하여 네이버 공급망의 ESG 리스크를 점검·개선해 나갈 계획입니다.

정기 ESG 리스크 평가

네이버는 공급망 내 Green 파트너 대상 정기 ESG 리스크 평가를 실시하여 지속가능경영 실천협약서에 명시된 인권·안전·환경·윤리 4개 영역에서의 리스크를 진단하고, 리스크 식별 시에는 개선할 수 있도록 조치합니다. 중대한 리스크가 식별될 경우에는 해당 사업장과의 대화, 방문 및 실사를 통해 Green 파트너와 함께 리스크 개선 방안을 논의하고 개선 현황을 지속 점검할 계획입니다. 한편 파트너가 ESG 리스크를 효과적으로 개선하여 공급망 전반에 긍정적인 영향을 주는 경우 계약 완료 후 재계약 심사 과정에서 해당 파트너에 인센티브를 부여합니다.

2023년 시범 운영 기간을 거쳐 향후 Green 파트너 중심의 ESG 리스크 관리에서 전체 구매 파트너의 ESG 리스크를 관리하는 방향으로 대상 영역을 확장할 수 있도록 관리 체계를 지속적으로 고도화해 나갈 계획입니다.

네이버 공급망 ESG 리스크 관리체계

	제안/견적 요청	발주/계약	구매 및 납품	재계약 심사
	STEP 1. 구매 파트너 선정 시	STEP 2. 계약 체결 시	STEP 3. 거래/납품 단계	
대상	• 신규 거래등록 희망 예비 구매 파트너	• 기존/신규 거래 계약 체결 대상사	• 네이버 공급망 Green 파트너[1] 선정 - 연간 거래액 + 거래건수 기준 선정	
목적	• 계약 전 ESG 관련 컴플라이언스 준수 여부 검토 • 선정 기준 내 ESG 리스크 수준 확인	• 계약 체결 후, 네이버가 지향하는 구매 파트너 ESG 실천 방향성에 대한 동의	• 네이버 주요 구매 파트너로서 ESG 관점의 관리 필요성이 높고 네이버 공급망 내 긍정적 영향 확산을 실천할 수 있는 회사에 대한 중점 현황 점검	
Tool	• 예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트	• 지속가능경영 실천협약서	• 네이버 Green 파트너 대상 ESG 리스크 평가	
방식	• PATH 시스템 등록 시 ESG 자가진단 실시	• 계약 체결 시 계약서 내 협약서 첨부	• 매년 Green 파트너 선정 후 리스크 점검 • 중대 이슈 식별 시 실사 실시	

[1] Green 파트너: 네이버의 사업을 추진하고 원활하게 운영하는 데 중요한 역할을 수행하고, 지속가능한 공급망 구축을 위한 협력이 필수적인 주요 구매 파트너

예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트 구성

Green 파트너 선정

SME 역량 증진 기여

네이버는 SME, 크리에이터 등 네이버 플랫폼 안에서 활동하는 네이버의 플랫폼 파트너가 네이버의 기술과 서비스를 통해 더 많은 성공과 성장의 기회를 얻기를 바랍니다. 나아가 그들의 성장이 지속가능한 사회적 가치 창출로 이어질 수 있도록 끊임없이 고민하고 도전합니다.

네이버 프로젝트 꽃

2022년 7년차를 맞이한 '프로젝트 꽃'은 기술 기업의 영향력과 책임감에 대한 다양한 사회적 기대에 부응하며 쌓아온 네이버의 중요한 자산이자, 다양성이라는 가치를 네이버의 기술과 서비스, 그리고 플랫폼으로 구현해내기 위해 변함없이 유지해온 방향성입니다. 2022년에는 지난 3년간 이어진 팬데믹과 급속한 디지털 생태계의 성장에 이어 전격적인 엔데믹과 일상으로의 복귀 등 급격한 변화로 인해 다시금 도전적인 상황에 직면하게 된 SME와 창작자들의 생존과 성장을 위해 프로젝트 꽃은 새로운 진화를 준비하였습니다.

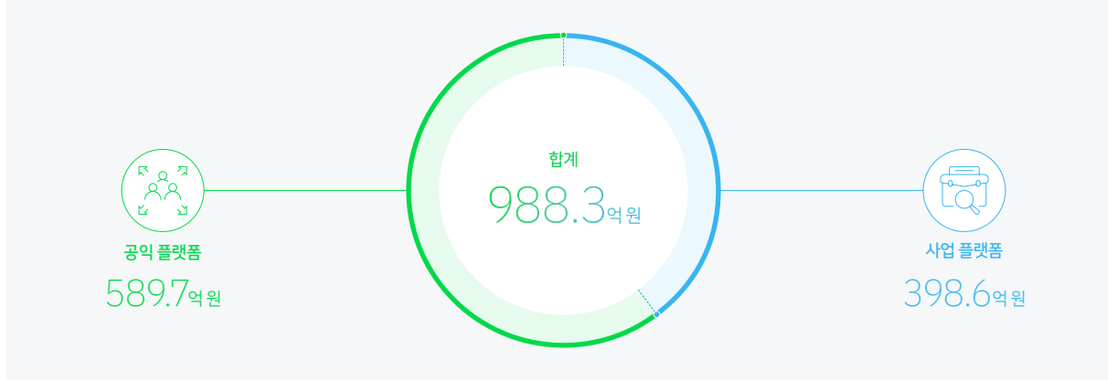
'네문네답'이라는 사내 행사를 통해 CEO와 네이버 구성원들은 외부 전문가들의 프로젝트 꽃에 대한 평가와 기대를 확인하고, 구성원들의 아이디어를 살펴보았으며, 프로젝트 꽃의 변화를 위해 '프로젝트 꽃 사무국'이라는 전담 부서를 신설했습니다. 프로젝트 꽃 사무국은 그간 전사적으로 또는 개별적으로 진행되어 온 프로젝트 꽃 프로그램들의 얼라인먼트(Alignment)를 강화하고 있으며, 구성원들의 임파워먼트(Empowerment)를 통한 참여와 일에 대한 자부심을 바탕으로 하는 견고한 지속가능성을 '새로운 프로젝트 꽃'의 방향성으로 잡아가고 있습니다.

또한 SME의 '디지털 온보딩(On-boarding)'에 초점이 맞춰진 기존 프로그램들을 '스케일업(Scale-up)'으로 확장하여 단순한 매출 확대를 넘어 차별화된 브랜드로 성장할 수 있도록 지원하는 탐색적 프로그램을 추진하고자 하며, 고유성을 가진 로컬 브랜드의 디지털 전환과 성장 지원도 새롭게 시도해 나갈 계획입니다.

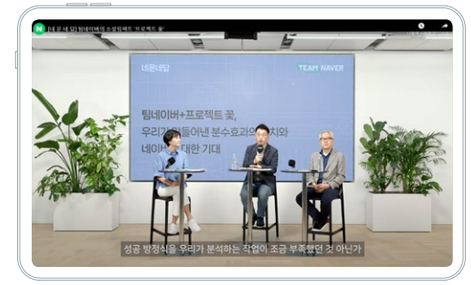
네이버와 SME, 창작자가 함께 성장하는 길을 찾는 노력은 단순히 선언에 그치지 않고, 꾸준히 그 규모를 늘려온 '분수펀드'로 그 진정성을 증명해 왔습니다. 분수펀드는 네이버가 단순 기부금뿐만 아니라 기술과 서비스, 사업을 통해 창출하는 소셜 임팩트를 모두 지표화하기 위해 고안한 개념으로, 2017년부터 조성하여 기부금 영역인 '공익 플랫폼'과 네이버 비즈니스를 통한 사회적 기여 영역인 '사업 플랫폼'으로 구성되어 있습니다. 2021년 초부터 이어진 기술기업들의 성장 둔화와 글로벌 공급망 변화, 전 세계적인 인플레이션 등 어려워진 대내외 여건 속에서도 네이버는 분수펀드 규모를 기존과 동일한 수준으로 유지하는 한편, SME의 현금 융통을 획기적으로 돕는 '빠른정산'과 반품 부담을 줄여주는 '반품안심케어' 지원, NFA(NAVER Fulfillment Alliance)를 비롯한 물류 서비스 고도화 등 SME들에게 실질적인 사업 유지와 성장에 효과적인 지원을 이어왔습니다. 특히 고금리 기조 속에서 주문 후 3일 이내 정산을 진행하는 '빠른정산'은 2022년 말 기준, 서비스 출시 2년만에 약 17조 3000억 원의 유동성을 공급하는 성과를 거두기도 했습니다.

2022년은 예상보다 빠른 엔데믹 전환과 다양한 거시적 변화로 인해 규모와 상관없이 거의 모든 경제주체들이 힘든 시간을 보냈습니다. 우리나라 경제에서 적지 않은 고용 비중을 차지하고 있는 SME에게는 급격한 변화 속에서도 성장의 기회를 찾기 위해 분주했던 시간이기도 했습니다. 이에 네이버 프로젝트 꽃은 약 55만 명에 이르는 네이버 스마트스토어 판매자와 1,000만 명의 콘텐츠 창작자, 2,400만 명의 네이버페이 이용자가 네이버 플랫폼 위에서 새로운 시작과 성장을 이루고, 더 큰 시장으로 진출하는 것을 돕기 위해 진화하고자 합니다. 네이버 플랫폼 생태계 안의 모두가 각자의 개성과 고유성을 가진 풍성한 스몰 브랜드로 지속가능한 생태계를 구축할 수 있도록 끊임없이 노력하고 도전하겠습니다.

분수펀드 규모



* 2022년 말 기준



제1회 네문네답: '프로젝트 꽃' 관련해 이야기 나누고 있는
(왼쪽부터) 최수연 대표, 국민대학교 김도현 교수, 연세대학교 모종린 교수

SME 역량 증진 기여

프로젝트 꽃 주요 연혁

2016

- 프로젝트 꽃 시작

2017

- AiTEMS
  - AI 상품추천 서비스
- 툰레이더
  - 불법 웹툰 감시 시스템
- 크리에이터 스튜디오

2018

- 비즈어드바이저
  - SME 무료 통계 툴
- 쇼핑 챗봇
  - 자동응답 챗봇
- AiRSPACE
  - AI 장소추천 서비스
- D-커머스 프로그램 구축
  - 맞춤형 온·오프라인 교육 (현. 네이버 비즈니스 스쿨)
  - 네이버 스퀘어 스튜디오 지원
  - 자금지원 프로그램 (현. 스타트 올인원 프로그램)
  - 전문가 컨설팅 등
- D-커머스 리포트 발간 시작

2019

- 동네(전통)시장 장보기
- 네이버 주문
- 네이버 예약/매장결제
- 네이버 스마트플레이스 및 네이버 예약 통합 앱 출시
- 영수증 리뷰
- 지식인 엑스퍼트

2020

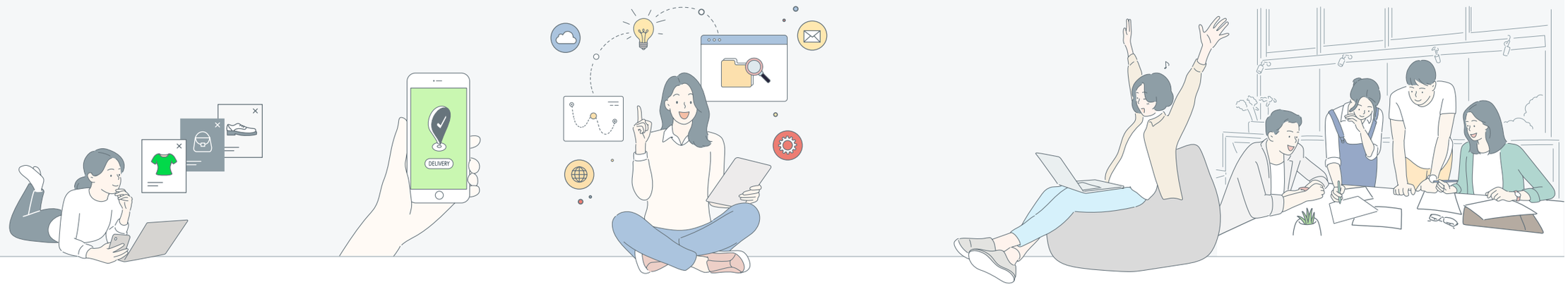
- 네이버 쇼핑라이브
  - 라이브 커머스 툴
- 빠른정산
  - 글로벌에서 가장 빠른 정산
- 네이버 스마트스토어 사업자 대출
  - 대안 신용평가 시스템 기반
- 크리에이터 어드바이저
  - 창작자 무료 통계 툴
- 제페토 스튜디오
  - 메타버스 창작자 스튜디오
- 네이버 금융지원센터
- 온스테이지 10주년
- 클로바 케어콜
- 클로바노트
- 클로바더빙

2021

- 네이버풀필먼트 얼라이언스(NFA)
- 키워드 리뷰
- 정기구독
- 프리미엄 콘텐츠
- 웹툰 AI페인터
  - 창작자 보조 AI 채색 툴
- SME 풀케어 시스템
- D-플레이스 리포트
- 테크핀 리포트

2022

- 커머스솔루션마켓 출시
  - 클로바 메시지 마케팅, 클로바 라이브챗 등
- 반품안심케어 출시
  - SME 1년간 무료 지원
- 스마트플레이스 사업자 대출
  - 대안 신용평가 시스템 기반
- 엑스파이더
  - 웹툰 유해 콘텐츠 차단 툴



지역사회 상생

숨은 문화를 발견하여 새로운 문화로 연결합니다. 교육과 삶을 연결하여 개인의 성장을 돕습니다. 한 번의 클릭을 행복한 변화와 연결시킵니다.

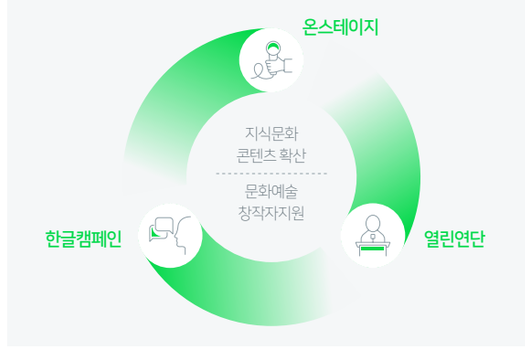
이처럼 네이버는 지역사회 지식-문화 콘텐츠 확산, 취약계층 디지털 활용능력 제고 및 지원, 기부/펀딩 플랫폼 제공 세 가지 가치를 골자로 한 지역사회 지원 및 사회공헌 정책을 추진하고 있습니다. 네이버는 연결의 가치를 통해 더 넓은 세상과 소통하며 지역사회와 함께 성장합니다.

지식·문화 콘텐츠 확산

네이버 문화재단

네이버 문화재단은 문화예술 창작자 지원과 지식문화 콘텐츠 확산을 위해 네이버가 2010년 설립한 비영리 공익 재단입니다. 가치 있는 문화와 지식을 양질의 디지털 콘텐츠로 아카이빙하여 이용자의 문화 경험 및 다양성 확대에 기여하고 있습니다. 또한 젊은 크리에이터의 창작 활동 지원을 통해 대한민국의 많은 이용자들이 다양한 문화를 재발견하고 소통할 수 있는 온·오프라인 문화공간을 만들어 가고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 네이버 문화재단은 국내 독보적인 언더그라운드 음악 채널이자 K-Music 지원 사업인 '온스테이지', 동시대의 석학과 대중이 만나는 문화과학 강연 프로젝트 '열린연단', 한글의 가치와 소중함을 알리는 '한글한글 아름답게' 캠페인을 진행하고 있습니다.

네이버 문화재단



온스테이지

2010년 시작한 K-Music 지원 사업 '온스테이지'는 숨은 음악과 뮤지션을 소개하고 뮤지션의 성장을 돕는 국내 독보적인 언더그라운드 음악 채널로서, 인디 뮤지션들을 발굴해 창작 활동을 지원하고 한국의 인디 음악 생태계 저변 확대에 기여하고 있습니다. 2010년부터 매주 실력 있는 1팀의 고퀄리티 라이브 영상을 더 많은 대중들에게 알릴 수 있도록 소개하고 있으며 2022년에는 지역사회 상생과 중견 뮤지션을 위한 프로그램 '온스테이지 로컬'과 '온스테이지 원테이크 콘서트(OOC)'를 론칭해 총 76팀의 라이브 영상 220건, 영상 조회 수 39백만 이상, 공연 관람객 7,300명(온·오프라인 합계)이 참여하는 등 다양한 방법으로 뮤지션을 지원했습니다.

'온스테이지 로컬'은 지역별로 활발하게 음악 활동을 이어가는 로컬 인디 신 지원 프로젝트로, 지역을 기반으로 활동하는 뮤지션 및 각 지역별 라이브 클럽과 인디 공연 정보를 한눈에 볼 수 있습니다. 현재 부산, 대구, 광주, 인천 4개 지역의 뮤지션 총 200여 팀, 공연장 총 60여 개의 정보와 매월 새로운 공연 정보가 업데이트되고 있으며, 현장 관람은 물론 온라인 생중계를 통해 지역의 경계를 넘어 실력 있는 뮤지션을 소개하였습니다. 또한 공연 참여 뮤지션의 라이브 영상을 제작하여 온스테이지 채널에 공개하고 조회 수 최고 3만 뷰를 기록하는 등 지역사회와 상생하는 온스테이지의 진정성과 사회적 의미를 한층 높였습니다.

'온스테이지 원테이크 콘서트(OOC)'는 자기만의 음악 세계를 확고히 다지며 꾸준히 활동하고 있지만, 대중에게 주목받지 못하고 있는 중견 뮤지션을 지원하기 위한 프로젝트입니다. 10년 넘게 인디 신에서 활동한 뮤지션 중에서 기획위원이 엄선하여 선발한 뒤, 새로운 형태의 라이브 영상으로 재조명하여 대중에게 다가가고 있으며, 스튜디오 밖으로 무대를 옮겨 약 30분간 관객 없는 미니 콘서트 무대를 갖기도 합니다. 실력 있는 뮤지션만 꾸밀 수 있는 형태의 스페셜 무대를 통해 긴 시간 쌓아 온 뮤지션의 음악성을 매력 있게 보여주고 새롭게 소개하는 재조명의 기회를 제공하고 있습니다.

네이버와 공동 기획으로 진행한 '2022 Christmas'는 유명 캐럴 리메이크 음원 발매와 라이브 영상 제작을 지원하고 음원 수익금은 뮤지션에게 환원하는 프로젝트입니다. 오픈 이후 온스테이지 영상 조회 수가 약 20만 회를 넘었고, VIBE 음원 Top 100위에 모든 곡이 차트인 하였으며, 네이버 나우에서 상위권 방송에 기록되는 등 모든 채널에서 의미 있는 성과를 보였습니다. '유료 온라인 공연'은 뮤지션이 원하는 무대를 100% 직접 기획하고 온스테이지와 함께 구현했습니다. 단독 공연, LP 묶음 티켓 판매, 라이브 녹화 중계, 고퀄리티 무대 연출, 뮤지션의 채팅 참여 등 2021년 대비 진일보한 구성으로 뮤지션과 이용자 모두가 만족하는 판매 규모와 긍정 반응을 이끌어 냈습니다. '2022 Christmas'와 '유료 온라인 공연'을 통해 발생된 수익금은 뮤지션 창작 활동에 도움을 줄 수 있도록 전액 뮤지션에게 환원되었고, 비주류 뮤지션에게 실질적인 도움을 주었다는 점에서 그 의미를 더하는 프로그램이었습니다.

CASE STORY

AI 시대에 권리자를 위해 최적화된 정산방식

네이버 음원 스트리밍 서비스인 VIBE는 2020년 전 세계 음악 서비스 최초로 기존 수익 분배 방식이 아닌 '내가 낸 돈은 내가 듣는 음악에 분배'(내돈내듣)를 도입하였습니다. 기존 음악 서비스의 수익 분배 방식은 재생수 만을 기준으로 하여 정산왜곡에 취약한 부분이 있었던 반면, 내돈내듣 정산방식은 이용자가 음원을 스트리밍하여 들은 만큼 해당 음원의 수익이 권리자에게 전달되는 방식입니다. 이를 통해 VIBE는 정산왜곡 문제를 대폭 개선해 인디뮤지션 및 다양한 뮤지션들의 지속가능한 창작환경 조성 및 음악산업 발전에 기여하고 있습니다.

특히 내돈내듣은 AI를 이용하여 정산왜곡에 효과적으로 대응할 수 있어, 한국음반산업협회, 한국음악실연자연합회, 함께하는 음악저작인협회에서는 네이버의 내돈내듣 정산방식을 제도화하기 위한 음원사용료 징수규정 개정안을 문체부에 제출해 2023년 중 정식 규정으로 승인될 예정입니다. 이를 통해 네이버가 선도한 내돈내듣은 국가에서 인정하는 공식적인 정산방식으로 다양한 권리자와 사업자를 위한 최적화된 수익분배로써 활용될 것으로 기대합니다.

#내돈내듣 VIBE

참여중인 유통사

360개

(전체 중 90%, 전년 대비 11% 증가)

지역사회 상생

열린연단

'열린연단'은 한국 사회의 지적 역량이 총 집결된 문화과학 강연 프로젝트로서, 2014년부터 9년간 우리 사회에 필요한 삶의 여러 문제를 폭넓게 검토하며 지적 담론의 장을 마련하고 있습니다. 한국의 지성을 대표하는 석학들이 직접 주도하며, 고전, 패러다임, 윤리, 근대성, 삶의 지혜, 문화정전, 교양서 등 해마다 다른 주제로 우리 사회 전반에 문화적 화두를 던지고 있습니다.

2022년에는 '자유와 이성'을 주제로 정치학, 경제학, 역사학, 과학, 언론학, 문학 등 다양한 분야에서 '자유'가 주는 의미를 살펴보았습니다. 고전 시대부터 근대를 거쳐 현재에 이르기까지 '자유'에 관한 다양한 담론과 실천을 검토하였으며, 자유에 대한 이해의 지평을 확장하고 미래 민주사회를 위한 비전을 모색하였습니다. 특히 열린연단 강연 프로젝트를 통해 그동안 부족했던 열린 공론장을 만들어 우리 사회에 중요하고 의미 있는 지식 담론들을 생산하고 있으며, 석학들의 수준 높은 강연을 누구나 쉽게 접할 수 있도록 강연 원고 전문 및 강연 영상, 오디오 클립을 무료로 제공하고 있습니다. 2022년 기준 석학 830명의 강연과 토론 콘텐츠, 420건의 석학 에세이가 아카이빙 되어 있고 누적 영상 재생 수 523만 회를 기록하는 등 인문학 아카이브로서 전 세대에 깊이 있는 지식 담론을 확산하는 데 기여하고 있습니다.

한글한글 아름답게

2008년 시작된 '한글한글 아름답게' 캠페인은 한글의 가치와 소중함을 알리기 위한 공익 캠페인입니다. 나눔 글꼴, 마루 부리 글꼴의 무료 배포를 비롯하여 매년 다양한 한글 홍보 활동을 진행하고 있으며, 2022년에는 세종대왕의 초심과 한글의 역사를 담은 한글 캠페인을 진행했습니다. 한글이 왜 가치 있고 의미 있는지, 한글을 지키기 위해 어떤 노력이 있었는지, 한글의 역사에 대해 얼마나 알고 있는지 질문을 던지며 한글을 소중히 지키자는 취지 아래, 한글 창제부터 오늘날까지 한글 역사의 흥미로운 순간들을 18편의 콘텐츠로 망라하여 국립한글박물관의 자문과 전문가의 목소리로 생생하게 담아냈습니다.

아울러 어린이, 청소년, MZ 세대들이 놀이를 통해 한글의 역사를 자연스럽게 배웠으면 하는 바람으로 온라인의 한글 역사 콘텐츠를 오프라인으로 구현한 '부루마불 훈민정음' 놀이도 선보였습니다. 모든 참여자가 협력하여 훈민정음을 함께 지킨다는 세계관 속에 가장 한글을 잘 지킨 사람이 승리하게 되며, 외국어와 비속어 사용 금지 등 놀이 규칙 자체에 한글의 가치와 역사를 녹여냈습니다. 특히 경쟁이 아닌 협동과 협력을 기반으로 한글을 바르게 알고 함께 지켜갈 수 있도록 놀이를 설계하였습니다. 한정판으로 제작된 '부루마불 훈민정음' 판매 수익금 전액은 한글 소외 계층 지원에 사용될 것이며, 2022년 네이버는 지원금을 더한 총 9,000만 원을 기부하였습니다.

온스테이지

열린연단

한글한글 아름답게

디지털 활용능력

네이버 커넥트재단

네이버 커넥트재단은 네이버의 공익 목적 교육사업을 투명하고 전문적으로 시행하기 위해 2011년 설립된 독립적 비영리 기관입니다. 누구나 최고의 교육 기회를 가질 수 있도록 새로운 교육 모델과 플랫폼을 제공함으로써 교육 혁신을 선도하는 것을 목표로 하고 있습니다. 초중고 학생에서부터 전공자까지 다양한 연령층을 대상으로 소프트웨어 교육을 실시하고 있으며 기업 현장에 필요한 인재를 양성하는 등 평생교육을 통해 개인의 지속적인 성장과 발전을 돕고 있습니다.

최근 인공지능(AI) 기술이 빠른 속도로 우리의 삶에 자리 잡으며 AI와 데이터를 활용한 디지털 활용능력의 중요도가 높아졌고 국내에서는 2019년부터 소프트웨어 교육이 의무화됨에 따라, 네이버는 미래세대의 디지털 역량 향상에 기여하고자 노력하고 있습니다. 특히 국내 모든 초등학교에서 네이버의 온라인 교육 플랫폼인 '엔트리'를 통해 소프트웨어 교육을 실시하고 있으며, 이에 엔트리의 월평균 이용자가 100만 명에 달하는 것을 고려하여 네이버는 책임감과 사명감을 가지고 엔트리의 안정적인 서비스 운영과 모바일 기능 고도화를 추진하고 있으며 서비스 차별화와 양질의 콘텐츠를 제공하기 위해 다양한 노력을 이어가고 있습니다.

네이버 커넥트재단

네이버문화재단 주요 사업

취지	사업 명	설명	세부 내용 및 지표
음악 다양성 및 뮤지션 창작 지원	온스테이지 (2010)	• 고퀄리티 라이브 영상으로 뮤지션과 음악 아카이빙 • 전문가 선정을 통한 공신력, 믿고 듣는 인디 성지로 호평 • 다양한 프로젝트 진행: 원테이크 콘서트, 유료 온라인 공연, '2022 Christmas' 캐롤 프로젝트	• 누적 뮤지션 지원 수: 약 1,150명 • 누적 영상 제작 수: 약 2,900건 • 누적 공연 관람객 수: 12.3만 명 (온·오프라인 합계) • 2022년 공연·음원 수익: 약 2,500만 원 (뮤지션 환원)
인문학 생태계 지원 석학 문화과학 강연	열린연단 (2014)	• 석학들이 연사로 나선 한국 사회의 지적 역량이 총집결한 문화과학 강연 프로젝트 • 누구나 무료로 강연, 토론, 하이라이트, 강연 원고 전문 등 인문학 콘텐츠를 볼 수 있는 서비스	• 강연 참여자·토론자 수: 830명 • 누적 콘텐츠 제작 수: 약 3,100건 • 월평균 이용자 수: 24만 명 • 누적 페이지 뷰: 5,680만 뷰 • 누적 영상 재생 수: 523만 회
한글 진정성을 담은 공익 캠페인	한글한글 아름답게 (2008)	• 세종대왕의 한글 창제 초심과 한글 역사를 담은 공익 캠페인 (2022)	• 2022년 캠페인 성과 - 방문자 수: 117만 명 (9~12월) - 쇼핑라이브 시청자 수: 13만 명 (10월 4일 60분간) - 한글 소외 계층 지원: 9,000만 원 기부, 875명 수혜

* 2022년 말 기준

지역사회 상생

미래세대 교육

네이버 커넥트재단은 소프트웨어 의무교육 시작 이전인 2014년부터 소프트웨어 교육의 중요성을 알리고, 사회적으로 확산하기 위해 '소프트웨어야 놀자' 캠페인을 진행해 왔습니다. 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 AI와 Data 기술 미래 역량 강화를 목표로 시즌2를 운영하여, 네이버의 AI 기술을 더하고 Data를 활용할 수 있도록 연계하였습니다. 또한 2020년 부터 교사와 학부모가 아이들과 쉽게 AI 기술과 Data의 개념을 이해하고, 실습해 볼 수 있는 교재 가이드와 학생용 워크시트를 제공하여, AI와 Data 이해도와 활용 능력 제고를 위해 노력하였습니다. 나아가 2021년부터 대학생 멘토링 프로그램 등을 통해 전국적으로 소프트웨어 교육을 진행하고 있으며, 향후에도 직접 교육과 함께 기관 및 지자체 연계 교육을 확대하여 지역사회에 맞는 온·오프라인 소프트웨어 교육을 확산해 나갈 계획입니다.

2021년 쥬니버 사업이 네이버에서 네이버 커넥트재단으로 이관되었고, 이후 재단은 영유아를 위한 더욱 안전하고 유익한 콘텐츠 제공에 힘쓰고 있습니다. AI, 소프트웨어 등이 일상이 될 어린이들이 디지털 기술에 대해 놀이를 통해 즐겁게 배우고 스스로 학습하여 성장할 수 있도록 2021년 9월, 놀이학습 앱 '쥬니버스쿨'을 출시했습니다. 4~7세 유아들의 기초적인 수학 능력과 논리적 사고력 증진에 도움을 주기위해 설계된 쥬니버스쿨은 600개가 넘는 교육 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 2022년에는 취약계층 및 소외지역을 대상으로 하는 파일럿 교육을 진행하였고, 2023년부터 프로그램을 확대하여 운영함으로부터 미래세대의 교육 격차 해소에 기여하고자 합니다.

성인 SW 교육

네이버 커넥트재단은 성인을 대상으로도 IT 분야의 핵심기술과 지식을 집중적으로 학습할 수 있도록 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 AI, Data Science 등 기업의 수요가 높은 기술 영역을 위주로 실무 역량을 갖출 수 있는 수요자 중심 교육을 지향하여 효과성을 높이고 있습니다. 네이버의 앞선 기술과 인프라를 활용하여 누구나 미래를 위한 지식과 최신의 기술을 부담 없이, 원하는 시기에 배울 수 있도록 도움으로써 네이버 커넥트재단은 교육으로 보다 나은 세상을 열어가고 있습니다.

네이버 커넥트재단 주요 사업

대상	사업 명	설명	누적 수혜자
영유아를 위한 사고력 교육	쥬니버	• 인공지능(AI)과 소프트웨어 이해에 필요한 기초 지식 학습 및 체험 • 개월 수에 맞는 맞춤형 콘텐츠와 인터랙티브 문제풀이 제공 • 안전하고 유익한 영유아 콘텐츠 제공	• 쥬니버 웹모바일 월평균 이용자 수: 63만 명 • 쥬니버 스쿨앱 다운로드 수: 16만 건
초·중등 학생 및 교사를 위한 소프트웨어 교육	소프트웨어야 놀자	• 인공지능(AI)과 데이터의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공 • 누구나 쉽고 편하게 소프트웨어를 배우고 가르칠 수 있도록 난이도별 영상과 다양한 주제의 교재 콘텐츠 제공	시즌 1 (2014년~2018년 상반기) • 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 시즌 2 (2019년 하반기~) • 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 데이터의 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 • 소프트웨어 교육 플랫폼 엔트리로 AI&Data 수혜 교사 수: 24,200명 • 수혜 학생 수: 16,400명
	엔트리(entry)	• 소프트웨어 교육을 위한 온라인 플랫폼 • 학습, 창작, 공유와 협업을 위한 다양한 툴 제공	• 월평균 이용자 수: 100만 명 • 회원 가입자 수: 360만 명 • 작품 수: 2,710만 개
IT 분야의 커리어 역량과 성장을 돕는 교육	부스트코스	• AI, 데이터 사이언스, 컴퓨터과학기초, 웹, 모바일 등 IT 분야의 핵심기술을 실습으로 배워 실무 역량 및 스킬을 향상시킬 수 있는 온라인 실무역량 향상 프로그램 소프트웨어 입문자들이 쉽게 교육을 시작할 수 있도록 돕는 학습 캠페인 코칭스터디 제공	• 누적 수강자 수: 46만 명 • 누적 수료자 수: 15,900명 • 코칭스터디 수료자: 5,000명
	부스트캠프 (웹·모바일, AI Tech)	• 약 6개월 동안 강도 높은 자기주도적 학습 경험을 제공하여 개발자에 필요한 경험과 스킬을 양성하는 IT 분야 우수인재 양성 교육 프로그램	• 수료생 수: 700명 • 누적 수료생 수: 1,700명 (웹모바일 843명, AI Tech 897명)
모두가 평등하게 교육을 받을 수 있는 환경	Edwith	• MOOC(Massive Open Online Course) 서비스로 운영 • 국내외 과학기술 특성화 대학 및 SW 중심 대학의 강좌 제공	• 월평균 이용자 수: 8만 명 • 가입자 수: 160만 명 (부스트코스, edwith 통합)
	칸아카데미 (KHAN Academy)	• 세계적 수준의 교육을 누구에게나 제공하는 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	• 월평균 이용자 수: 15만 명 • 가입자 수: 75만 명
연구할 수 있는 환경 지원	교육 데이터 공개	• 네이버 커넥트재단의 교육 서비스 데이터와 소정의 연구비 지원 • 부스트캠프 AI 학습 데이터를 누구나 실습해 볼 수 있도록 공개	• 교육 데이터 제공받은 연구자 수: 36명 • AI 학습 데이터 제공: 183건

* 2022년 말 기준

지역사회 상생

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 이용자와 공익 주체들을 위한 다채로운 공익 참여 서비스를 확대해 왔습니다. 연결의 가치를 실현하는 네이버의 기술 플랫폼을 통해 우리 주변의 사람들을 더욱 가까이 연결하고 세상과 더 큰 연결을 지원하며, 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, 2022년에는 기부자 약 180만 명의 참여로 기부금 265억 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 높이는 데 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 일시적인 나눔을 넘어 정기 기부 활성화를 위해 정기저금 시스템을 도입하였으며, 기업의 사회공헌활동 방향에 맞는 공익단체 추천 및 기금 배분 관리 등 전문적인 사회공헌 컨설팅 또한 제공하고 있습니다.

펀딩

해피빈은 사회문제 해결을 위해 노력하는 공익단체, 소셜 벤처, 창작자의 의미 있는 제품들을 펀딩 서비스를 통해 소개하고 있습니다. 또한 프로젝트 과정에서 발생하는 플랫폼 수수료는 해피빈에서 전액 지원합니다. 사회적 가치를 추구하는 SME 및 창작자들이 추진하는 프로젝트에 대한 사회적 관심을 높이기 위해 2015년 시작한 '해피빈 펀딩'은 다양한 기업과 기관과의 협업을 기반으로 2022년 말 기준, 누적 펀딩 참여 금액은 약 232억 원, 누적 참여자 수는 약 47만 명에 달합니다.

공감가게

펀딩 종료 이후에도 프로젝트 주체들이 네이버 스마트 스토어에서 지속적으로 이용자들을 만날 수 있도록 공감가게 서비스를 통해 브랜드 페이지 제작 및 홍보를 지원하고 있습니다. 패션잡화, 식품, 생활·세제, 여행·문화 등 다양한 상품을 아우르는 누적 230여 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 네이버 예약 서비스를 통해 참여할 수 있는 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 2022년 말 기준 총 243개에 달합니다.

굿액션

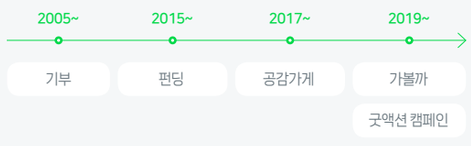
굿액션은 이용자들이 기부, 응원 클릭, 댓글 작성 등 다양한 방식으로 참여할 수 있는 페이지를 개설해 기업의 사회공헌 활동을 인터랙티브한 방식으로 알리는 캠페인입니다. 기업의 모금 활동에 적합한 참여 액션을 캠페인 페이지에 담고 이용자의 모든 참여를 기부콩으로 지급하여, 캠페인에 대해 알아보는 것만으로도 기부가 된다는 점에서 일상에서 실천하는 사회공헌 활동의 의미를 더하고 있습니다.

국가적 재난재해 지원
(2022년)

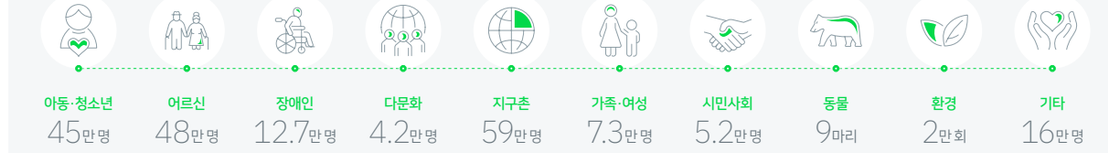
강원·경북 산불 피해 지원 모금함
약 33.7억 원 기부

폭우·태풍 지원 모금함
약 5.5억 원 기부

해피빈 주요 연혁



해피빈 누적 지원대상 수



* 2018년부터 집계, 2023년 3월 기준

해피빈 현황

ESG COMMITMENT 4

지배구조 투명성 유지 및 선진화

2022 KEY HIGHLIGHTS

2022년 총 현금 배당 1,371억 원
(2022.08)

배당 1,371억 원

지배구조 모범규준 15개 중 14개 준수

지배구조 모범규준 준수율
93%

2022년 MSCI 기업 지배구조 영역 Leader 등급 획득
(2022.12)

Leader 등급 획득

MSCI

Maximizing Sustainable Business Value

기업의 지속가능한 성장과 발전의 근간은 투명하고 건전한 지배구조입니다. 네이버는 2022년 선임된 경영진의 리더십과 전문성 중심의 이사회의 관리감독 하에 투명하고 신뢰할 수 있는 글로벌 선도기업 수준의 지배구조 구축을 위해 지속적인 노력을 펼치고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

지배구조 공시는 이사회와 경영진이 갖고 있는 비전을 이행하는 거버넌스 체계에 대한 이해도를 높이고, 기업의 의사결정에 대한 예측 가능성을 높이는 중요한 창구입니다. 특히 주주는 주주권 행사에 필요한 정보를 시의적절하게 제공받을 권리를 보장받아야 하며, 기업은 주주를 비롯한 이해관계자들의 정보 접근성을 지원하고 적극적으로 소통할 필요가 있습니다. 네이버는 매년 기업지배구조 보고서를 통해 경영진 및 이사회의 책임경영 활동을 상세히 밝히고 있으며, 지배구조 선진화를 위한 네이버의 실천과 성과를 투명하게 소통하고 있습니다. 또한 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자들과 소통하고 주주가치 향상과 이사회 구조 개선을 위해 꾸준하게 노력한 결과, 국내외 ESG 평가 기관으로부터 견고한 거버넌스 체계와 주주의 이익에 부합하는 동종업계 최고 수준의 거버넌스를 갖추고 있다고 평가받고 있습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

이사회 구성 및 운영 고도화

- 이사회 평가체계 고도화

주주환원 정책

- 중장기 배당정책 기반 배당규모 검토 및 공시

고도화된 ESG 거버넌스 구축

- ESG 데이터 관리 시스템 구축 및 계열사 확대
- 주요 계열사 ESG 경영활동 체계 구축 지원

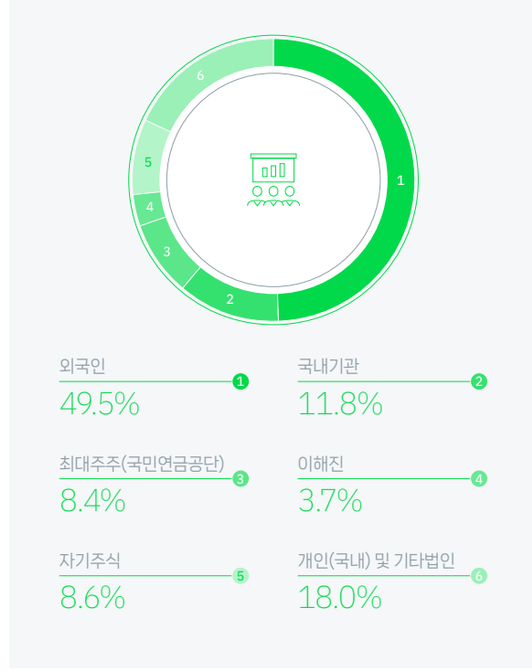
주주가치 극대화

네이버는 기업이 성장하면서 주주의 이익도 함께 증진될 수 있도록 주주친화적 경영을 하고 있습니다. 특히 다각화되고 분산된 주주 구성, 단일 상장 기업 체제, 창업주 및 기타특수관계인 거래 없음 등 투명한 지분구조를 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 네이버는 주주와의 적극적인 소통과 정보 공시로 주주에게 신뢰받는 기업이 되기 위해 노력하겠습니다.

주식 및 자본구조

네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 외국인 주주가 주주 구성의 약 50%를 차지하고 있습니다. 네이버의 정관상 발행 가능한 주식의 총수는 300,000,000주이고 (1주의 액면금액: 100원), 발행한 주식은 전부 보통주식으로서 주식 수에 따라 공평한 의결권이 부여되어 있습니다. 2022년 12월 말 기준 네이버의 발행주식 총수는 164,049,085주, 자기주식 수는 14,067,367주로 의결권을 행사할 수 있는 주식의 수는 발행주식 대비 91.42%인 149,981,718주입니다.

주주 구성



* 2022년 말 기준

주식의 종류 및 의결권

(단위: 주)

구분	주식의 종류	주식 수	비고
발행주식 총수	보통주	164,049,085	-
	종류주식	-	-
의결권 없는 주식 수	보통주	14,067,367	자기주식[1]
	종류주식	-	-
의결권을 행사할 수 있는 주식 수	보통주	149,981,718	-
	종류주식	-	-

[1] 네이버는 회사와 구성원이 성장할 수 있도록 다양한 직원 주식보상제도를 운영 중이며, 2022년에는 스톡옵션 행사 및 Stock Grant 지급 등으로 자기주식 682,763주를 처분하였습니다.

주식 동향

(단위: 원)

	2020	2021	2022
최고가	339,000	465,000	376,000
최저가	144,000	285,500	158,500
연말 종가	292,500	378,500	177,500
KOSPI 지수 (연말 기준)	2,873.47	2,977.65	2,236.40
시가 총액 (단위: 백만 원)	48,046,995	62,092,547	29,118,713

주주가치 극대화

INVESTOR RELATIONS

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, 감사보고서를 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, 필요시 최고경영진과 이사진이 투자자와 직접 미팅을 진행하고 있습니다.

2023년에는 5월 네이버의 투명한 기업지배 구조 확립을 위한 노력을 주제로 CEO 주주서한을 발송하였고, 애널리스트들 대상으로 Meetup 행사를 진행하는 등 회사의 방향성과 사업 현황에 대한 소통을 위해 노력 중입니다. 향후 주요 IR 행사 시 사외이사 참여를 높여 주주들이 네이버에 기대하는 바를 가감 없이 직접 청취하고, 이를 이사회에 적극적으로 반영하여 더욱 혁신적이고 주주 친화적인 운영이 될 수 있도록 다양한 방안 또한 검토할 예정입니다.

네이버 홈페이지 내 투자정보 페이지

주주권익 보호

네이버는 주주에게 주주총회에 관한 충분한 정보를 사전에 제공하여 권리를 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 전자문서로 주주총회 최소 4주 전에 소집을 결의하여 공고하며, 주주에게 의결권 대리행사를 적극 권유하고 있습니다.

주주 편의 제고를 위한 노력의 일환으로 2021년부터 전자투표 제도와 전자위임장을 도입하였으며, 의결권 대리행사 권유 공시를 통해 위임장 양식을 배포하고, 2021년에는 COVID-19 상황을 감안한 온라인 생중계를 진행하여 주주들이 손쉽게 의결권을 행사할 수 있도록 조치한 바 있습니다. 또한 네이버는 2021년부터 주주 편의를 위해 주주총회를 집중일에 개최하지 않고 있으며, 기업지배구조 모범규준에서 제시하는 '주주총회 4주 전 통지'를 준수하고 있습니다.

주주환원 정책

네이버는 주주환원 규모의 예측 가능성과 투명성을 높이기 위해 2019년부터 2021년까지 3개년간의 주주환원 정책을 수립하여 공시하고 그 일환으로 매해 현금배당과 자사주매입 및 소각을 실시하였습니다. 해당 정책 하에 주주환원의 재원은 경영환경 변화로 인한 변동폭을 완화하여 환원 규모를 안정화하고자 최근 2개년 평균 연결 잉여현금흐름의 30%로 설정하였고, 배당성향은 별도 당기순이익의 5%로 유지하되, 배당 후 남는 잔여 재원을 한도로 자사주를 취득한 이후 즉시 소각하는 것으로 변경한 바 있습니다. 그러나 최초의 주주환원 계획 공시 이후 회사의 성과와 연동된 직원 주식보상제도가 도입되었고, 전략적인 주식 교환 및 인수 대금 활용 등 자사주 활용에 대한 수요가 발생하였습니다. 다만 국내 자본시장법과 회사법상의 제약으로 인한 자사주의 처분 및 취득 제한이 발생하여, 네이버는 기존에 발표한 전체 주주환원의 세부 실행 방법을 변경하였습니다. 이에 따라 2020년과 2021년 재원 내 별도 당기순이익의 5% 규모를 배당한 후의 잔여 재원인 514억 원과 857억 원의 합인 약 1,371억 원을 2022년 11월 특별 분기배당으로 지급하였습니다.

아울러 2022년 3개년 주주환원 정책이 마무리됨에 따라 2023년 5월에는 새로운 3개년 주주환원정책을 발표하였습니다. 새롭게 도입되는 3개년 주주환원 계획에 따라 경영환경, 특히 부채비율과 차입금 상환 계획을 감안하여 2개년 평균 연결 FCF(잉여현금흐름)의 15~30%를 현금 배당으로 진행할 계획입니다. 이는 차입금 상환 계획 등을 감안하여 중장기적 부채비율을 Debt/EBITDA 2.0~2.5배로 유지하려는 목표를 고려하여 설정하였습니다. 이와는 별개로 주주가치 제고를 위해 회사가 보유 중인 자사주 중 총 3%를 3년간 매년 약1%씩 소각할 계획입니다. 다만 직원 주식보상재원 활용 등을 위해 장기적으로 자사주는 5% 이내로 일부 유지할 계획입니다.

배당금

	2020	2021	2022
당기순이익 (별도 기준, 백만 원)	1,196,925	1,524,755	1,092,158
현금배당금 총액 (백만 원)	59,279	76,292	137,072
주당 현금배당금 (원)	402	511	914
배당 성향 (별도 기준, %)	5.0	5.0	12.6

최고경영진 보상 투명성

네이버는 2022년 출범한 경영진의 리더십 아래 다양한 사업의 더욱 든든한 글로벌 전진기지로서 역할을 다할 수 있도록 혁신하고 소통하겠습니다.

경영진 승계 정책

네이버 이사회는 국내외 파트너들과의 시너지 창출, 사업 간 협력과 전략적 포트폴리오 재편, 신규 사업에 대한 인큐베이팅을 성공적으로 수행해야 한다는 목표 아래 차기 경영진에 요구되는 역할과 자격 요건을 정립하고 역량과 자질을 갖춘 후보를 추천 및 검증하는 역할을 수행하고 있습니다. 또한 투명한 지배구조와 지속가능한 성장을 위해 승계 절차 진행 주체를 이사회 내 산하 기구인 '리더십&보상위원회'로 명확히 하고 있으며, 2022년부터는 글로벌 벤치마크 사례를 참고하여 4단계의 승계 정책을 마련해 보다 구체화되고 체계적인 절차를 통해 경영진 승계를 관리하고 있습니다.

경영진 성과평가 및 보상

네이버 경영진은 이사회 내 리더십&보상위원회에서 설정한 중장기 목표와 당해연도 목표 및 추진과제를 근거로 하여 종합적으로 성과를 평가받습니다. 네이버의 비즈니스가 다양한 사업 영역으로의 확장이 가속화되고 있는 가운데 사업단위의 비전이 경영진의 경영 목표에 반영될 수 있도록 사업단위별 KPI가 수립된 이후 경영진의 성과평가 기준을 설정하고 있습니다. 성과보수는 Target 인센티브와 제한조건부주식(RSU, Restricted Stock Units)로 구성되어 있습니다. Target 인센티브는 연초 결정된 기본급의 최대 150% 내에서 개인별 업무의 중요도와 난이도를 고려하여 Target 금액을 설정한 후 연말 조직 및 개인의 성과에 따라 Target 금액의 50~150% 내에서 지급 규모를 확정합니다.

제한조건부주식의 경우, 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 규모를 결정하며, 계약일로부터 총 3년간 매년 30%, 30%, 40%씩 분할지급하는 조건으로 KOSPI 200내 기업 대비 상대적 주가상승률(직전년도 1~4분기) 백분위에 따라 0~150% 내에서 최종 지급규모를 결정하게 됩니다.

경영진 승계 절차

1. 자격요건 정의

네이버의 CEO로서 갖춰야 할 자격요건에 대해 중장기 사업방향과 연계하여 논의하며, 정의된 자격요건에 대한 업데이트 필요 여부를 매년 점검합니다.

2. 후보군 선정

내부 후보군 롱 리스트(Long List)는 매년 점검하며, 신임 최고경영진 선임이 필요한 상황이 발생하는 경우 내부 후보군뿐 아니라 외부 후보군도 균형 있게 검토합니다.

3. 관리 및 육성

네이버의 경영철학 및 리더상과 연계된 양성 체계를 기반으로, 잠재 후보군뿐 아니라 전사의 직책별로 요구되는 역할에 따라 필요한 리더십 역량을 정의하고, 이를 효과적으로 개발하도록 지원하고 있습니다. 특히 최고경영진 잠재 후보군 대상으로는 경영자로서 중요한 역량으로 '변화주도'를 요구하며, 이를 위한 지원 프로그램으로 2022년 '인사이트&트렌드' 세션을 신설하였습니다.

4. 검증 및 선임

신임 최고경영진 선임이 필요한 상황 발생 시, 롱 리스트의 후보군을 다시 한번 검증하여 가장 적합한 후보를 추천하고, 주주총회 결의를 진행하여 최종 선임합니다.

최고경영진 보상 투명성

네이버는 ESG 경영 강화를 사내이사의 단기 및 중장기 목표로 설정하여 사내이사가 기업 성장에 영향을 미치는 비재무적 요소를 관리하고, 다양한 이해관계자의 ESG 경영에 대한 요구사항이 사내이사 성과평가에 반영될 수 있도록 하고 있습니다. 네이버 이사회에서는 매년 기업의 중장기 목표 중 하나인 'ESG 기반 경영체계 구축을 통한 장기적 기업가치 제고'에 대응하는 중대한 ESG 목표 및 추진과제를 검토하여 사내이사별로 부여하고, 목표 달성에 대한 평가를 실시하여 사내이사의 보수 규모 산정에 반영하고 있습니다.

2022년에도 이사회 산하 리더십&보상위원회는 기업 가치 제고를 위한 ESG 과제 이행에서의 사내이사별 역할 및 기여도를 평가하고, 사내이사별 상여 지급에 반영한 바 있습니다.

사내이사 보수 산정

근로소득	급여	개인의 역할 및 수행 직무의 가치를 고려하여 리더십&보상위원회에서 결정
	상여	단기 성과 • Target 인센티브: 계량지표(영업수익, EBITDA)와 비계량 지표(회사 미래 성장동력 발굴을 위한 과제) 기준으로 리더십& 보상위원회에서 결정 중장기 성과 • 주식보상: 주식보상은 리더십&보상위원회에 보고한 중장기 회사성장 목표에 따라, 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 규모를 결정 • 제한조건부주식(RSU), 주식매수선택권
	주식매수선택권 행사이익	
	기타 근로소득	복리후생 기준에 따라 지급
퇴직소득		임원 등에 대한 인사규정 및 임원 퇴직금 지급규정 근거하여 지급

경영진 ESG 성과에 대한 KPI 반영 현황*

직위	2022년 목표 및 추진 과제	리더십&보상위원회 평가 결과
대표이사	1. 신뢰와 자율기반의 기업문화	• 컴패니언 데이를 통한 주요 의사결정 공유 및 조직문화 진단 등 구성원 신뢰 회복 실시 • 직군체계 개편 및 성장 로드맵 마련 • 'Connected Work' 근무제 도입으로 신뢰 기반의 자율적인 일하는 방식과 문화 조성 • 글로벌 지원체계 및 리더십 풀 고도화
	2. SME, 파트너, 직원 공동 성장 기반 마련	• SME·파트너사의 ESG 역량 강화를 위해 친환경 포장재를 지원하고, 네이버 비즈니스 스쿨 내 신규 교육 과정을 개설하여 통합적으로 지원
	3. 커머스 ESG 생태계 확대	• 친환경 커머스 생태계 확장을 위해 외부 협력을 강화하고, ESG 브랜드 발굴과 상품 확산을 위한 노력 지속
	4. 2040 Carbon Negative 달성 기반 구축	• IT기업 중 세계 최초로 3대 환경 이니셔티브(CDP, RE100, EV100) 모두 가입, 재생에너지 전환 로드맵 수립

* ESG 기반 기업가치 제고를 위한 2022년 목표 및 추진 과제에 대한 평가는 연간 단기성과에 해당하는 Target 인센티브의 산정기준 중 비계량지표에 반영됨
(2022년 대표이사의 보상체계에서 Target 인센티브가 차지하는 비중은 30~35% 내외임)

CEO-직원 보수 비율

(단위: 백만 원, %)

CEO의 보수 (보수의 증가율)	직원 총 보수의 평균[1] (총 보수 평균의 증가율)	직원 총 보수의 평균 대비 CEO 보수 비율 (증가율의 비율[2])
1,100 (-60.4)	134 (4.1)	8.2 (-14.6)

[1] 등기이사의 보수를 제외한 직원 보수의 평균
[2] 직원 총 보수 평균의 증가율 대비 CEO의 보수가 증가한 비율

건전한 이사회 운영

네이버 이사회는 의사 결정 및 경영진 감독에
다양한 주주 의견을 균형 있게 반영하며
네이버의 지속가능한 거버넌스 모델을 구현해
나가고 있습니다.

지배구조 선진화

네이버는 2021년 3월 고객, 주주, 구성원을 비롯한 다양한 이해관계자와 가치를 공유하며 더욱 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 기업지배구조헌장을 제정하여 올바른 경영 방향성을 확립하였습니다. 아울러 한국ESG기준원(KCGS)의 기업지배구조 모범규준과 네이버 지배구조 현황의 차이를 홈페이지에 공시하고 있습니다.

또한 네이버는 기업지배구조 보고서 공시 의무화가 시작된 2019년부터 매년 '기업지배구조 보고서'를 금융감독원 전자공시 시스템에 공시하고 있습니다. 2022년 공시한 기업지배구조 보고서에서는 '투명하고 건전한 지배구조', '전문가 중심의 이사회 구성', '독립적이고 투명한 내부감사 체계 및 준법경영', '개방적인 전문 경영인 체제', '활발한 이사회 활동 및 성과평가를 통한 역량 강화', '다양하고 전문적인 위원회 구성' 등 기업지배구조 정책 및 특징 6가지를 명시하고 안정적이며 독립적인 지배구조 구축을 위한 네이버의 약속과 실천을 명문화하였습니다.

이사회 구성 및 독립성

네이버는 회사의 자산총액이 2조 원을 초과한 2012년부터 이사회의 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, 2023년 4월 기준 총 7인의 이사회 구성원 중 과반수 이상인 4인이 사외이사로 구성되어 있습니다. 네이버는 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리함으로써 의사결정에 있어 경영진에 대한 의존성을 낮추고 이사회의 독립성을 확보하였으며, 경영진 관리·감독에 대한 이사회의 역할과 경영의 투명성을 강화하였습니다. 또한 '이사회 출석 인원 중 이사회 결의에 대하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못한다'는 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 독립적으로 기능을 수행하고 있습니다.

아울러 보다 전문적이고 체계적인 이사회 운영을 위해 정관 및 이사회 운영규정에 근거하여 이사회 내에 5개의 위원회를 설치하였습니다. 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 리스크관리위원회, 리더십&보상위원회, ESG위원회로 이루어진 이사회 내 위원회 중 ESG위원회를 제외한 나머지 위원회는 전원 외부독립이사로 구성되어 있으며, ESG위원회는 실행력 강화를 위해 사내이사를 위원으로 포함하고 위원의 과반수를 외부독립이사로 구성하였습니다.

2023년 3월 정기주주총회에서 기타비상무이사 1명이 선임되었고, 상법 시행령의 사외이사 연임 제한을 준수하며, 따라서 이사의 재임기간은 고루 분포되어 있습니다. 이사회에서 전체 이사 7인 중 여성 이사는 2인으로 29%를 구성하고 있으며, 40대부터 60대를 아우르는 연령으로 구성되어 있습니다.

이사회 및 위원회 운영규정

이사회 조직도

* 2022년 말 기준

이사회 특징

독립성
- 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하여 이사회 독립성 확보
- 이사회의 과반수를 사외이사로 구성
- 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권 행사 제한

전문성
- 금융, 법률, 재무 등 회사 경영에 필요한 다방면의 지식과 산업 경험이 풍부한 전문가를 이사로 선임
- 직무를 충실히 수행하기 곤란하거나 상장회사의 경영에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 자는 사외이사 선임을 금지하며, 사외이사 겸직의 경우 이사회 승인을 득하여야 함

투명성
- 모든 이사는 주주총회 결의로 선임
- ESG위원회 외 모든 위원회 구성을 외부독립이사로 구성

다양성
- 후보 선정 시 인종, 성별, 나이, 종교, 장애, 국적, 지역, 정치적 성향 등을 제한하지 않음

건전한 이사회 운영

이사회 구성 현황

직명	성명 (성별)	출생년월	주요 경력		임기
기타비상무이사 (이사회 의장)	변대규 (남)	1960.03	• 서울대학교 제어계측공학 박사 • 휴맥스 대표이사 사장 • SK텔레콤 사외이사 • 포스코 사외이사	• 한국공학한림원 부회장 • (현) 휴맥스홀딩스 대표이사 • (현) 휴맥스 이사회 의장	2017.03~2026.03 (2회 연임)
사외이사	이인무 (남)	1966.06	• University of Illinois at Urbana-Champaign 재무학 석/박사 • Dimensional Fund Advisors 연구부문 부사장 • 한국은행 외화자산운용원 자문위원회 위원 • 국민연금 위험관리위원회 위원	• 삼성자산운용 자문역 • 한국금융연구원 연구자문위원 • KAIST 경영대학 학장 • (현) GS리테일 사외이사 • (현) KAIST 경영대학 교수 • (현) 한국ESG기준원 기업지배구조위원회 위원	2018.03~2024.03 (1회 연임)
	정도진 (남)	1969.01	• University of Kentucky 회계학 박사 • West Texas A&M University 조교수 • 금융감독원 회계제도실 팀장 • 기획재정부 공기업 준정부기관 경영평가위원 • 금융감독원 감리위원회 감리위원	• 국제공공부문회계기준위원회(IPSASB) 위원 • (현) 중앙대학교 경영대학 회계학 교수 • (현) 한국거래소 기업심사위원회 위원 • (현) 기획재정부 국가회계제도 심의위원회 위원 • (현) 롯데하이마트 사외이사	2019.03~2025.03 (1회 연임)
	이건혁 (남)	1963.07	• 런던정치경제대학교 경제학 박사 • 국제통화기금 정책분석개발국 선임연구원 • J.P. Morgan 수석 이코노미스트	• 삼성 글로벌커뮤니케이션 그룹장, 부사장 • (현) 신한금융그룹 미래전략연구소 대표	2021.03~2024.03
	노혁준 (남)	1970.09	• 서울대학교 법학 박사 • Northwestern University School of Law, LL.M. • 서울지방법원남부지원 판사	• 단국대학교 법과대학 조교수 • Harvard Law School 방문연구원 • (현) 서울대학교 법학전문대학원 교수	2022.03~2025.03
대표이사	최수연 (여)	1981.11	• 서울대학교 언론정보학/지구환경시스템공학 학사 • NHN 홍보, 마케팅 • 연세대학교 법학전문대학원 석사 • 법무법인 율촌 변호사	• Harvard Law School LL.M • 네이버 글로벌 사업지원 책임리더 • (현) 네이버 대표이사	2022.03~2025.03
사내이사	채선주 (여)	1971.06	• 인천대학교 경영학 학사 • 네이버 홍보팀 실장 • 네이버 인재개발실 실장/이사	• 네이버 커뮤니케이션그룹 그룹장/이사 • 네이버 CCO • (현) 네이버 사내이사 및 대외/ESG정책 대표	2022.03~2025.03

* 2023년 3월 말 기준

이사회 구성 변동사항

	2022	2023
선임	노혁준, 최수연, 채선주	변대규
퇴임	정의종, 한성숙	

* 2023년 3월 기준

이사회 Skill Matrix (BSM)

	변대규	이인무	정도진	이건혁	노혁준	최수연	채선주
법률 및 정책/리스크 관리			○		○	○	
기업 경영, 재무, 금융	○	○	○			○	
산업/경제	○			○		○	○
ESG		○		○	○		○
커뮤니케이션/이해관계자 대응				○		○	○

이사회 다양성

연령대

41 평균 53.7 63

성별

1 여성 2명
2 남성 5명

재임기간

1 1년 3명
2 2년 1명
3 4년 1명
4 5년 1명
5 6년 1명

건전한 이사회 운영

이사의 선임과 이해상충 방지

네이버는 사외이사 선임 시 관련 법률상 사외이사의 자격요건을 충실히 확인하여 '사외이사 자격요건 확인서' 및 '감사위원회 적격요건 확인서'를 한국거래소에 제출하고 있습니다. 또한 투명하고 독립성 있는 이사회 구성을 위해 타회사 지분 소유, 당사 및 당사 계열회사 지분 현황, 네이버 및 네이버 계열회사의 과거 재직 여부 등 각종 이해관계를 상세하게 확인하고 있습니다. 이러한 과정을 통해서 사외이사가 네이버와 중대한 이해관계가 있는지 여부 등을 검토하여 위 이해관계 기준에 부합하는 후보를 사외이사로 선임합니다.

아울러 네이버는 이사의 이해상충 방지를 위하여 지배구조헌장 제9조 '이사의 의무 및 책임 조항'에서 이사가 개인적·영업적·직업적 이해에 직간접의 영향을 미칠 수 있는 경우에 이와 관련된 어떤 심의나 의사결정 과정에 스스로 참여하지 않아야 함을 규정하고 있습니다. 네이버는 이해상충 문제 발생을 방지하기 위하여 이사와 네이버 및 네이버 계열회사 간 이해상충을 지속적으로 분석 및 점검하고 있으며, 이해상충의 위험이 예상될 시 사전에 해결책을 마련하여 이해상충을 해소하고자 노력하고 있습니다.

사외이사 주요 결격사유

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

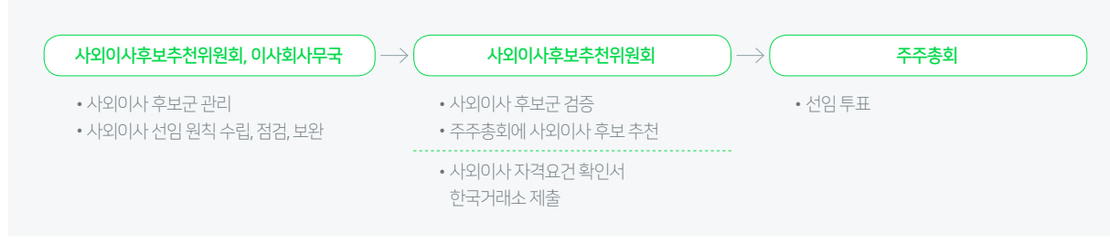
이사회 운영

네이버의 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 경영, 경제, 재무, 회계, 법률, 기술 등 분야에 전문지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영됩니다. 사외이사의 경우 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회사무국 및 각 전담 부서[1]가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고 있으며, 역량 강화를 위한 외부 교육을 실시하고 있습니다. 2022년에는 네이버 비즈니스에 대한 이사회의 이해도를 높이기 위하여 사외이사 대상으로 사업 현황 및 사업 전략에 대한 교육을 7회 실시하였고, ESG 트렌드 및 네이버의 ESG 개선방안에 대한 교육을 5회 실시하였습니다.

네이버는 이사회 운영 전반에 대해 정관과 이사회 운영규정 지침을 따르고 있으며, 신속한 의사결정과 상정 안건에 대한 충분한 토론 및 검토를 위하여 매달 1회 정기이사회를 개최하되, 필요 시 수시로 임시이사회를 개최하고 있습니다. 특히 이사회 출석률 제고를 위해 매년 12월 차년도 정기이사회 일정을 확정하여 이사회에 보고하고 이사 일정을 사전 확인한 결과 2022년 사외이사의 이사회 참석률은 평균 98%를 기록하였고, 퇴임한 사외이사를 포함하여 2022년 이사회 참석률 75% 미만인 사외이사는 없었습니다. 2022년 네이버 이사회는 정기이사회 9회와 임시이사회 5회를 포함하여 총 14회 개최되었으며, 25건의 결의 안건과 22건의 보고 안건을 의결하였습니다.

[1] 이사회(이사회사무국), 사외이사후보추천위원회(이사회사무국), 리스크관리위원회(리스크관리워킹그룹, 컴플라이언스 조직), 감사위원회(Internal Audit), 리더십&보상위원회(Leadership Channel), ESG위원회(Green Impact)

사외이사 선임 절차



건전한 이사회 운영

이사회 내 위원회 구성 현황

● 위원장 ○ 위원

위원회	변대규	이인무	정도진	이건혁	노혁준	최수연	채선주
감사위원회		○	●	○	○		
사외이사후보추천위원회	●	○	○				
리스크관리위원회		○	○	○	●		
리더십&보상위원회	○	●	○				
ESG위원회				●	○		○

* 2023년 3월 기준

위원회별 기능

감사위원회	• 이사 및 경영진 업무 감독 • 외부감사인 선정에 대한 승인 • 그 밖에 감사업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항
사외이사후보추천위원회	• 사외이사 선임 원칙의 수립, 점검, 보완 • 주주총회에서 선임할 사외이사 후보 추천 • 상시적인 사외이사 후보군 관리 및 후보 검증
리스크관리위원회	• 전사 통합적 리스크 정책 및 전략 수립 • 리스크 발생 후 원인 진단 및 사후 개선방안에 대한 논의
리더십&보상위원회	• 회사 경영진에 대한 보상 결정 및 지급방식에 관한 사항 • 회사 경영진에 대한 보상체계 설계 운영, 설계 운영 적정성 평가 등에 관한 사항 • 보상정책에 대한 의사결정 절차와 관련된 사항
ESG위원회	• ESG 관련 경영사항 결정 • 기후변화 대응 등 주요 ESG 리스크 관리와 관련된 사항 • 사회공헌 안건 심의

2022년 이사회 운영성과

구분	개최	안건[1]	사외이사 출석률[2]
이사회	14	25 (47)	97.9%
감사위원회	9	5 (20)	94.4%
사외이사후보추천위원회	2	2 (2)	100%
리스크관리위원회	9	9 (26)	100%
리더십&보상위원회	6	3 (9)	100%
ESG위원회	5	5 (14)	100%

[1] 괄호 안 숫자는 보고안건 포함 시 안건 수
[2] 사외이사 참석률은 보고안건까지 포함한 총 개최건수 대비 참석률의 평균

2022년 이사회 중요 의결사항

회차	개최일	주요안건
1	01.03	Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분
3	01.26	2021년 4분기 실적보고 및 연간 재무제표 승인, 2021년 주주환원 정책, 제23기 정기주주총회 전자투표제 도입, 웹툰 유상증자 참여
4	02.11	스노우 유상증자 참여, 제23기 정기주주총회 소집
6	03.14	대표이사 선임, 이사회 산하 위원회 구성 변경, 네이버 커넥트재단 기부금 출연
7	04.20	본점 이전 및 지점 등록, 계열회사와의 거래, 회사 안전 및 보건에 관한 계획
8	05.18	해피빈 재단 기부금 출연
9	07.01	Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분
10	08.03	주주환원 정책 변경
12	10.03	네이버 글로벌 커머스 성장을 위한 전략적 투자, Umbrella Facility 구축에 따른 해외계열회사 지급보증
13	11.02	KREAM 유상증자 참여, 주주환원 정책에 따른 분기 배당 승인, 배송 서비스 방향성 및 관련 라이선스 취득
14	12.19	네이버랩스 유상증자, Poshmark 인수경과 및 자금 조달, 2022년 주식매수선택권 부여 취소, 이사회 및 위원회 운영규정 개정

* 상법 제 368조 제 3항에 따라 안건별 이해관계가 있는 이사는 의결에 참여하지 않았음 (상세 내역은 사업보고서 확인)

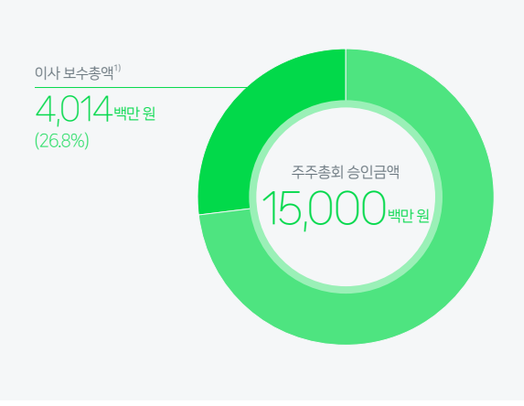
건전한 이사회 운영

이사회 성과평가 및 보상

네이버는 주주총회에서 승인된 이사·감사의 보수한도 내에서 이사·감사의 직무 및 성과 등을 감안하여 이사회 및 리더십&보상 위원회에서 정한 기준에 따라 보수를 지급하고 있습니다. 사외이사의 경우 별도 수당이나 회의비 명목의 경비 지급 없이 고정급 형태로만 지급되며, 법적 책임수준을 고려하여 산정하되, 사회통념상 회사의 규모를 감안하여 동종·유사 업계의 보수 수준에 부합하도록 하고 있습니다. 2023년 3월 정기주주총회에서 이사 보수 한도를 80억 원으로 설정하는 안건이 승인되었습니다. 지난 10년간 보수한도가 실지급률 대비 다소 높게 설정되어 있다는 판단 하에 적정 수준에 대한 논의가 진행되었고, 특히 2023년의 경우 비용 통제 기조에 맞춰 기존 보수한도액 대비 절반에 가까운 수준인 80억 원으로 하향 조정하였습니다.

네이버는 사외이사를 포함한 이사회 구성원의 역할과 책임 등을 명확하게 하고 이사회 운영의 효율성을 제고하기 위하여 이사회 성과평가를 실시하고 있습니다. 성과평가는 이사회 구성원의 이사회 및 이사 본인에 대해 설문 평가를 실시하는 방식으로 진행됩니다. 이사회 평가는 이사회 구성, 회의, 활동성 등의 항목으로 구성하여 각 항목별 설문 평가를 통해 이사진의 의견을 수렴하는 방식으로 진행되며, 이사 평가는 기본 의무, 전문성, 대외 영향력 등의 평가 항목으로 구성되어 있습니다. 특히 위원회의 연간 활동에 대한 평가도 동시에 진행하여 향후 위원회 운영상 개선이 필요한 사항을 리뷰하고 이사회와 위원회 간 효율적인 역할 분담 방향성과 관련한 구체적인 의견을 수렴하고 있으며, 그 결과를 바탕으로 향후 이사회 의장과 사외이사 간 개선 방향성에 대한 심도 있는 논의를 진행하는 것을 검토하고 있습니다. 논의사항 및 평가 결과는 이사회 운영과 사외이사 활동 지원에 최대한 반영할 예정이며, 지속적인 성과 향상을 위해 앞으로도 정기적인 성과 진단을 실시하고자 합니다.

2022년 이사 보수 지급 규모



1) 2022년 재임 또는 퇴임한 등기이사, 사외이사, 감사위원회 위원이 등기임원 자격으로 지급받은 소득세법상의 소득 금액

2022년 이사 보수 지급 현황

구분	인원 수	보수총액 (백만 원)	1인당 평균보수액 (백만 원)
사내이사[2]	3	3,569	1,260
사외이사 및 기타비상무이사[3]	-	-	-
감사위원회 위원	4	445	111

2) 사외이사, 감사위원회 위원 제외
3) 감사위원회 위원 제외

감사기구

감사위원회

네이버는 상법 제542조의11, 정관 제48조에 근거하여 감사위원회를 구성하고 감사위원회의 운영, 권한과 책임 등을 감사위원회 운영규정에 명시하여 그에 따라 업무를 수행하고 있습니다. 네이버의 감사위원회는 재무·회계 전문가 및 법률 전문가를 포함하여 전원을 사외이사로 구성함으로써 전문성과 독립성을 확보하였으며, 회계와 업무 감사를 진행하고 지배구조의 독립성 및 건전성 확충에 주력하고 있습니다. 감사위원회의 회계 및 재무 전문가 2인은 관련 법령의 경력 요건을 충족하고 있습니다. 감사위원회 위원은 이사회에 참석하여 독립적으로 이사의 업무를 감독할 수 있으며, 제반업무와 관련하여 관련 장부 및 관계서류 제출을 해당 부서에 요구할 수 있습니다. 또한 필요시 회사로부터 영업에 관한 사항을 보고 받을 수 있으며, 적절한 방법으로 경영정보에 접근할 수 있습니다. 2022년 11월에는 외부전문가를 초청해 감사위원 전원을 대상으로 감사위원회의 역할과 책임에 대한 교육을 실시하여 감사위원의 전문성을 제고하였습니다.

네이버는 상법 제543조의13의 요건을 갖춘 준법지원인을 선임하고 있습니다. 준법지원인은 경영진과 구성원이 법과 규정을 준수하고 회사경영을 적정하게 수행하는지 등을 독립적으로 감시하고 이사회에 보고하는 역할을 수행하며, 이와 같은 준법지원인 제도를 통해 네이버의 모든 구성원이 준법통제 기준을 준수할 수 있도록 지속적으로 점검하고 있습니다.

외부감사인

네이버는 독립된 외부감사인의 정기적인 감사를 통해 회계정보의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 외부감사인의 독립성과 전문성을 위해 외부감사인 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. 2022년에는 한영회계법인이 외부감사인으로 선정되었으며, 제24기(2022년) 사업연도의 감사 의견은 '적정'으로 기타 지적사항은 없었습니다.

감사 의견

사업연도	감사인	감사 의견	감사보고서 특이사항
제24기(2022년)	한영회계법인	적정	해당사항 없음
제23기(2021년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음
제22기(2020년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음

[참고] 2022년 네이버는 회계감사인을 삼일회계법인에서 한영회계법인으로 변경하였습니다. 이는 기존 감사인과 계약 기간 만료 후, '주식회사 등의 외부감사에 관한 법률' 제11조 제1항 및 제2항, 동법 시행령 제17조 및 '외부감사 및 회계 등에 관한 규정' 제10조 및 제15조 제1항에 따른 감사인 주기적 지정에 의한 것입니다. 선임된 외부감사인은 특별한 사정이 없는 한 향후 3회계년도에 걸쳐 감사를 수행할 예정입니다.

외부감사인 감사·비감사 용역 체결 현황

사업연도	감사인	구분	내용	보수 (백만 원)
제24기 (2022년)	한영회계법인	감사	중간기간 재무제표 검토, 별도재무제표 및 연결재무제표 감사	2,645
		비감사	세무자문	75
			세무자문	35

ESG COMMITMENT 5

2040 Carbon Negative 달성

2022 KEY HIGHLIGHTS

네이버 전 사업장 LEED Platinum 인증 획득

LEED Platinum

글로벌 인터넷기업 최초 RE100, EV100 동시 가입

RE100 & EV100

네이버 사옥 '1784' 재생에너지 도입을 통한 카본 네거티브 이행

제3자 PPA 재생에너지 도입

(국내 오피스 건물 최초)

Scope 3 배출 및 사회적 감축량 포함 데이터 관리 범위 확장

Scope 3 산정

Minimizing Carbon Footprint

기후변화에 관한 정부간 협의체(Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC)는 2021년 제6차 평가보고서를 통해 인간활동이 기후변화의 원인이라는 것은 논란의 여지가 없다고 밝히며 기후행동의 시급성을 강조하였습니다. 이에 네이버는 2040년까지 탄소 순배출을 제로로 만들겠다는 제로로 만들겠다는 '2040 Carbon Negative' 전략을 세웠으며, 탄소 발자국을 줄이는 것에서부터 계획을 실행에 옮기고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

전 세계에서 일어나고 있는 기상이변 현상과 기후재난 상황은 이제 기후변화가 우리의 일상을 위협하는 수준으로 심화되었다는 것을 의미합니다. 이러한 배경에서 대규모 탄소 배출원으로 지적 받고 있는 국내외 기업들은 기업 운영과 사업 활동에서 발생하는 배출량과 부정적인 환경영향을 줄이기 위해 기술 역량을 강화하고 고효율 저탄소 인프라를 구축하는 등 다각적으로 노력하고 있습니다. 전력 사용량이 많은 데이터 센터를 보유한 네이버 역시 2040 Carbon Negative, 2040 RE100, 2030 EV100 목표를 설정하고, 이를 달성하기 위해 PPA 계약 체결, 데이터 센터 운영 효율화를 통한 유휴 전력 저감 등 실질적인 노력을 추진하고 있습니다. 앞으로 네이버는 파트너, 이용자, 계열사 등 가치사슬 전반으로 대상 범위를 확장하여 친환경 생태계 조성을 통한 온실가스 감축과 순환경제 촉진에 기여하겠습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

RE100 추진

- 2023년 전사 재생에너지 사용량 7GWh 달성

EV100 추진

- 2025년까지 업무차량의 30% 전기차 전환

네이버 환경경영 체계 강화

- 글로벌 ESG 공시 대응을 위한 주요 계열 법인 기후변화 공시 체계 구축 지원

네이버 친환경 서비스 확대

- 네이버 친환경 서비스 발굴 및 사회적 탄소 감축 기여도 공개

내부탄소가격제 도입

- 자발적 내부 탄소 감축 전략 수립
- 저탄소기술 적용 기기 사용 촉진

탄소 배출 저감 노력

네이버는 미래 세대의 지속가능한 일상을 위해 탄소 발자국 등 환경에 부정적인 요소를 줄여가고 있으며, 장기적으로는 플랫폼 기업으로서 다양한 친환경 서비스를 제공해 사회 전체의 친환경 전환에 기여하고자 합니다. 인류의 생존과 미래세대의 지속가능한 일상을 위해, 네이버의 기술력과 파트너와의 공동 노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가겠습니다.

Carbon Negative 2040

네이버의 온실가스 배출량의 99%는 데이터센터 및 사옥의 전력으로부터 발생하고 있습니다. 또한 네이버의 온실가스 배출량은 네이버의 비즈니스가 성장함에 따라 향후 10년간 증가할 것으로 전망되며, 이는 기후변화 완화에 중대한 리스크로 작용할 수 있습니다. 그러나 네이버는 지속가능한 비즈니스를 위한 환경의 중요성을 인지하고 있습니다. 이에 지난 2020년 네이버는 비즈니스 활동을 통해 친환경 효과는 극대화하는 한편, 부정적인 환경영향은 최소화하기 위한 '2040 Carbon Negative' 전략을 수립하였습니다. Carbon Negative는 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 전략으로, 네이버는 이를 달성하기 위해 다음과 같이 세 가지 세부 전략방향을 설정하고 관련 활동을 확대해 나가고 있습니다. 먼저 ① 운영 상의 환경영향을 저감하고, ② 친환경 서비스 솔루션 발굴을 통해 사회적 감축을 모색하고, ③ 외부 파트너십 확대를 통해 적극적으로 저탄소 경제로의 이행을 가속화하는 데 동참하는 것입니다. 이 과정에서 네이버 플랫폼을 활용하는 여러 파트너와의 공동노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가고 있습니다.

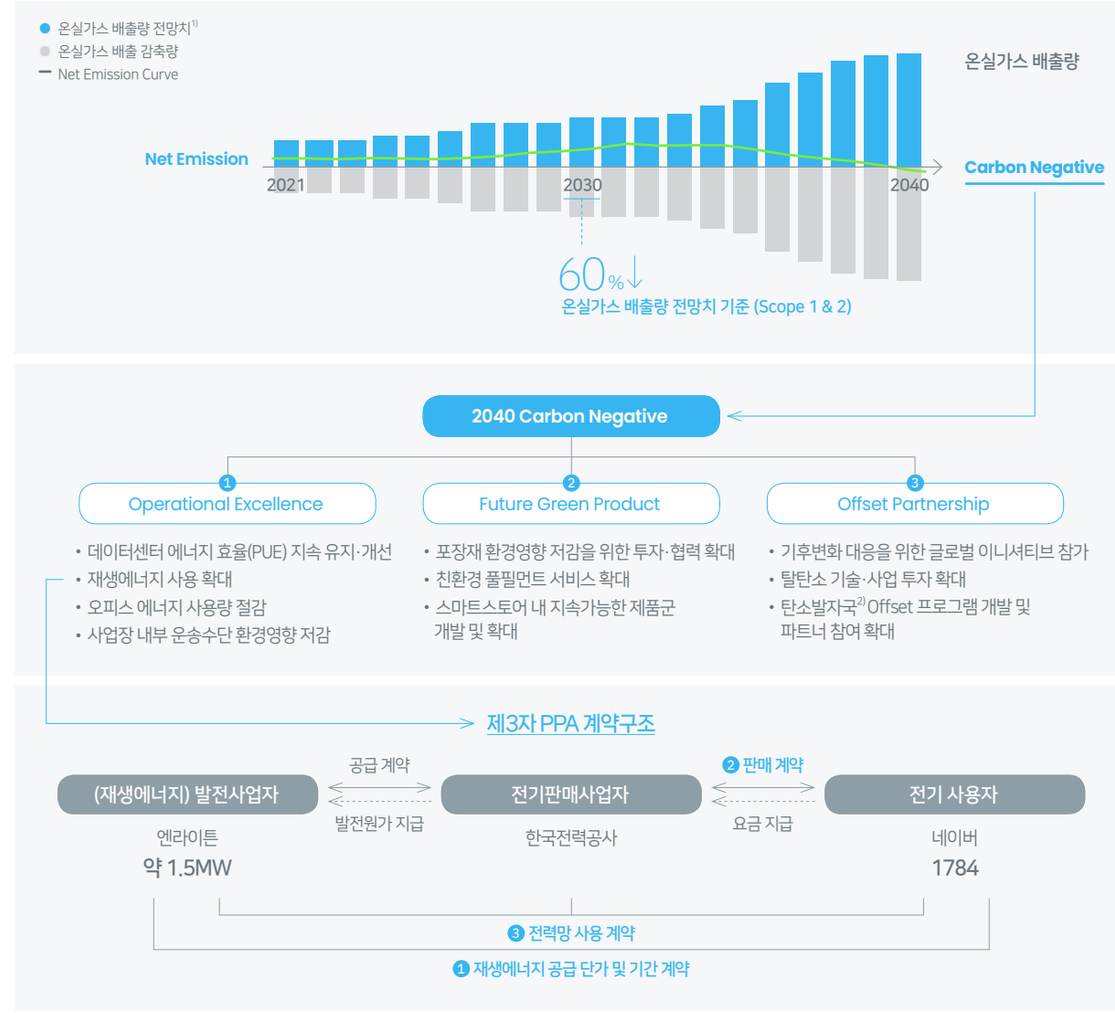
① Operational Excellence – 운영상의 환경영향 저감

네이버는 사옥 및 데이터센터 운영 상의 환경영향 저감을 위해 노력하고 있습니다.

네이버 온실가스 배출의 99%는 전력 사용에서 발생하기 때문에 전력 사용으로 인한 탄소 배출 저감은 네이버의 가장 큰 과제입니다. 이를 해결하기 위해 네이버는 외부 협력을 통한 재생에너지 확보 방안을 꾸준히 모색하였습니다. 그 결과 2022년 12월 네이버는 한국전력 및 엔라이튼과 제3자간 전력거래계약(PPA, Power Purchase Agreement)을 체결하여 제2사옥 '1784' 운영을 위한 재생에너지를 확보할 수 있었습니다. 이는 RE100 및 2040 Carbon Negative 달성을 위한 계획의 일환이며, 1784는 이번 제3자 PPA 체결을 통해 연간 전력의 약 15%를 재생에너지로 충당하게 될 것입니다.

네이버는 데이터센터 각 춘천 건설을 계획한 2012년부터 꾸준히 에너지 소비와 온실가스 배출을 줄이는 방안을 고민했습니다. 기업의 성장이 멈추지 않는 한 데이터 관리를 위한 전력 사용이 지속적으로 증가할 수밖에 없기 때문입니다. 각 춘천은 자연에너지를 활용하고 에너지 효율이 높은 설비를 개발해 전기 사용량을 줄임으로써 온실가스 배출량을 감축하고 있습니다.

2040 Carbon Negative 추진전략



[1] 현 추세 지속 시 배출전망치
[2] 개인 또는 단체가 직접/간접적으로 발생시키는 온실기체의 총량을 의미

탄소 배출 저감 노력

PUE(Power Effectiveness, 전력 효율 지수)는 데이터센터의 효율을 나타내는 척도입니다. 총 전력량을 IT 장비가 소비하는 전력량으로 나눈 값으로 1에 가까울수록 전력을 많이 절감한 것입니다. 각 춘천은 친환경 기술과 고도화된 운영 효율화를 통해 평균 PUE 1.1을 유지하고 있습니다. 이는 국내에서 가장 높은 수준이며, 글로벌 IT기업의 데이터센터와 견주었을 때도 최고 수준입니다.

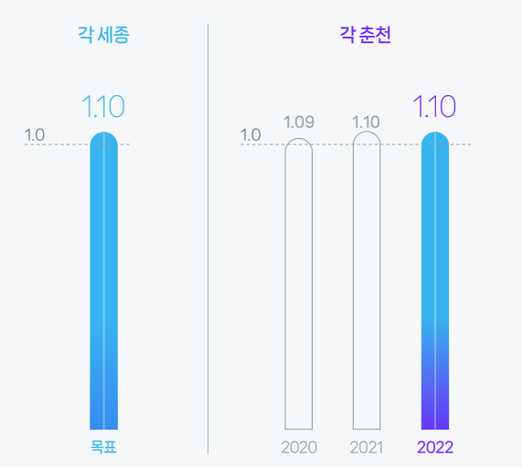
네이버는 Scope 2 전력 사용에 따른 배출 외에도 Scope 1 온실가스 배출 저감 방안도 지속적으로 검토 중에 있습니다. 2022년에는 차량연료 연소에 따른 온실가스 배출을 감소시키기 위해 EV100에 가입하고 2030년까지 업무차량의 100% 친환경 차량 전환 및 모든 사옥 전기차 충전소 구축을 약속하였습니다. 이에 따라 2022년 전체 업무차량의 13%를 전기차로 전환하고, 그린팩토리와 1784에 총 82대의 전기차 충전시설을 구축하였습니다. 전기차 전환을 통해 감축한 이동연소 온실가스 배출량은 5,763kgCO_2e[1]에 달합니다.

[1] 동급 차종(G80 EV – G80, 아이오닉 5 – 쏘나타), 동일 주행거리로 비교 시

1784와 그린팩토리에 구축된 전기차 충전시설은 네이버 구성원은 물론 외부 방문 고객도 자유롭게 이용할 수 있도록 되어 있습니다. 친환경 전기차 보급 확대를 예상하여 현재 설치된 충전소 외에도 추후 약 300대의 전기차를 충전할 수 있는 설비용량을 미리 확보하였습니다. 전기차 충전소 구축을 통해 구성원이 친환경 차량으로 전환하는 것을 독려하여 출퇴근 시 발생하는 탄소 배출량을 저감하고 있습니다.

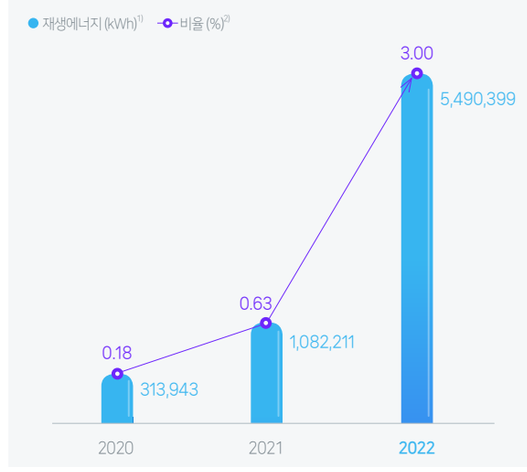
2022년 네이버의 온실가스 총 배출량은 88,651 tCO_2e이며, 전년 대비 약 12% 증가하였습니다. 제2사옥 1784가 2022년부터 본격적으로 가동을 시작하고 신규 임차사업장이 배출량 산정 범위에 추가됨에 따라 온실가스 배출 절대량이 증가하였으나, 온실가스 집약도는 10.78 tCO_2e/십억 원으로 전년 대비 6.8% 감소하였습니다.

데이터센터 전력효율지수(PUE)



* 2023년 준공 예정

재생에너지 사용 실적



[1] 재생에너지: 태양광발전 자가설비 + 지열에너지 자가설비 + 재생에너지 PPA
[2] 지열에너지를 제외한 재생에너지 전기 비율: 2020년 0.15%, 2021년 0.17%, 2022년 0.31%

네이버의 환경방침

네이버는 다양한 인터넷 플랫폼 서비스를 제공함에 있어 환경보호, 사회적 가치 창출, 투명한 지배구조에 기반한 지속가능경영 및 사회적 책임을 다하고자 합니다. 네이버는 회사의 활동으로 유발되는 환경영향을 최소화하고, 주주·고객·파트너 등 이해관계자들의 환경관련 요구에 적극적으로 응하며, 나아가 이들과 함께 친환경의 가치를 사회에 더욱 확산하기 위하여 환경방침을 수립하여 운영합니다. 네이버의 환경방침은 내부 구성원, 자회사, 파트너 등 네이버의 사업에 참여하는 모든 이해관계자들에게 적용됩니다. 또한 네이버는 회사의 환경경영의 가치가 고객에게 전달될 수 있도록 노력합니다.

환경경영 시스템 고도화

- 환경과 관련한 법률을 준수합니다.
- ISO 14001 등 공인된 환경경영 방법론에 따라 회사 활동에 따른 환경영향(에너지, 물, 폐기물 등)을 정기적으로 분석하며, 매년 개선활동을 수행합니다.

기후변화 리스크 완화

- 사옥, IDC 등 사옥 건축 시 에너지 절감기술을 적극적으로 적용하며, 준공 이후에도 에너지의 사용을 절감할 수 있는 운영정책을 적극적으로 개발하고 시행합니다.
- 재생에너지의 사용을 적극적으로 검토하고, 전력구매계약(PPA) 등의 방법으로 사용하여 건축물의 운영단계에서 발생하는 온실가스의 배출을 절감합니다.
- 회사에서 사용하는 운송수단을 점진적으로 전기차(EV)로 전환하여 운영단계에서 발생하는 온실가스의 배출을 절감합니다.
- RE100, EV100, CDP 등 회사가 가입한 환경 이니셔티브 활동에 적극적으로 참여하며, 이 기관들의 권고사항을 적극적으로 검토하고 실천합니다.

친환경 가치의 공급망 확산

- 구매 등 회사의 투자활동에 친환경적인 방법론을 적용하여, 친환경 경영이 파트너에게 확산되도록 노력합니다.
- 또한, 파트너의 ESG 경영 수준 향상을 위해 온실가스 배출량 파악, 환경 교육 등 파트너의 역량을 높일 수 있는 활동을 수행합니다.

친환경 가치의 사회적 영향력 확대

- 네이버 서비스에 친환경적인 요소를 도입하여, 친환경 생활이 사회 전반에 확산될 수 있도록 노력합니다.
- 주요 환경단체 및 기관과 환경관련 정보(기념일, 환경 정보 등)가 네이버 서비스 이용자들에게 효과적으로 전달될 수 있도록 협업합니다.

생물종 다양성 보존을 위한 노력

- 주요 환경단체 및 기관과 네이버 서비스 이용자들에게 생태 환경 및 생물종 다양성에 대한 이해를 도울 수 있도록 협업합니다.
- 사옥 건축 등 생태에 영향을 주는 활동 시 환경적 영향을 사전에 분석하고 부정적인 영향이 최소화되도록 노력합니다.

네이버의 환경방침은 ESG 담당부서에서 실무를 수행하며, 환경경영과 관련한 주요한 의사결정은 이사회 산하 ESG위원회에서 수행합니다.

2023년 6월 1일
네이버 주식회사 대표이사 **최수연**

탄소 배출 저감 노력

네이버는 2021년 환경전담조직(Environment)을 신설하였으며, 해당 조직은 2040 Carbon Negative 연차별 이행 로드맵 수립, 내부 관리역량 강화를 위한 환경경영체계 구축 및 인증 추진, 구성원 대상 환경교육 등을 수행하고 있습니다. 아울러 재생에너지 PPA 계약 추진, 온실가스 저감성과 확보 등 사업장과 공급망 내 자원 절감 활동을 지속적으로 발굴해 나가고 있으며, 2021년 환경전담조직의 주도 아래 환경경영체계 ISO 14001 인증을 취득한 이래로 이를 개선하기 위해 노력하고 있습니다. 네이버는 환경경영방침을 지속적으로 검토 및 개정하고 있으며, 증가하는 이해관계자의 환경 요구사항에 따라 환경성과 평가체계를 구축하여 내부 운영 관점의 환경영향을 꾸준히 저감하고 있습니다. 또한 TCFD 가이드라인을 반영한 사업장별 환경 리스크 관리 가이드라인을 수립하여 환경 리스크에 대한 체계적 관리가 가능하도록 하였습니다.

2022년부터는 사업장별 환경 관련 KPI(온실가스, 수자원, 폐기물 등)를 상세 설정하고 달성율을 파악하고 있습니다. 2022년 네이버의 총 물 사용량은 246,121톤으로 평년 대비 크게 증가 하였습니다. 이는 내부 점검활동에 따른 것으로 일시적인 증가입니다. 하지만 기후변화에 따라 이상고온 현상이 장기간 지속되고 강수량이 많은 여름이 잦아지게 되면 데이터센터의 물·에너지 사용량이 증가할 수 있으며, 이는 네이버가 환경경영을 실천하는데 리스크로 작용할 수 있습니다. 네이버는 이를 인지하고 환경경영체계 운영 성과를 관리하며 추가적인 개선점을 발굴하기 위한 노력을 계속해 나가고 있습니다.

네이버 환경경영시스템의 지속적 개 선과 효과성을 보장하기위해 환경 담당자들은 ISO 14001:2015 선임심사원 과정을 수료하였습니다. 심사원 교육을 통해 ISO 14001 규격의 핵심 요구사항을 파악하고 이를 당사 환경경영 시스템에 적용하여 네이버가 일하는 방식에 정착시키고자 하였고, 교육 상 시사점은 내부 환경 운영 담당자와 함께 논의해 개선 방향을 모색하고 있습니다. 또한 이커머스 분야의 지속가능성 이슈가 대두되면서 외부 전문가 강사를 초빙하여 이커머스 및 ESG 담당자를 대상으로 한 '커머스 ESG 포럼'도 개최하였습니다. 담당자들은 교육을 통해 글로벌 이커머스 탄소 감축 전략 현황에 대한 정보를 얻고, 플랫폼 기업으로서 네이버 쇼핑이 나아갈 방향과 지속가능한 네이버를 위한 기후대응 및 관련 서비스·사업 진행에 대해 고민하였습니다. 앞으로도 환경경영 시스템을 회사의 문화로 유지하고자 하며, 지속가능한 ESG 기반의 성장동력을 마련할 수 있도록 노력할 것입니다.

② Future Green Product – 친환경 제품·서비스 솔루션 개발

네이버는 본질적인 비즈니스 관점에서도 적극적인 친환경 사업 기회를 창출하고자 노력합니다.

네이버는 사업 운영 활동에서 발생하는 Scope 1·2 온실가스를 저감하고 밸류체인 및 구성원 활동에서 발생하는 Scope 3 배출량을 체계적으로 관리하기 위해 노력합니다. 나아가 플랫폼 기업으로서 사회 전체의 친환경 전환에 기여하는 방법을 모색하고 있으며, 이는 ESG는 물론 네이버의 비즈니스 관점에서도 중요한 가치입니다. 따라서 사회적 탄소배출 저감에 기여하는 방안을 고민하고 이를 서비스로 제공하고자 하며, 정량적 탄소 감축량 산출을 목표를 하고 있습니다. 네이버가 제공하는 다양한 서비스에서 친환경적 포인트를 발견해 개선하고, 그에 따른 탄소 감축량을 산출하여 2040 Carbon Negative 달성과 저탄소 사회 전환에 기여하겠습니다.

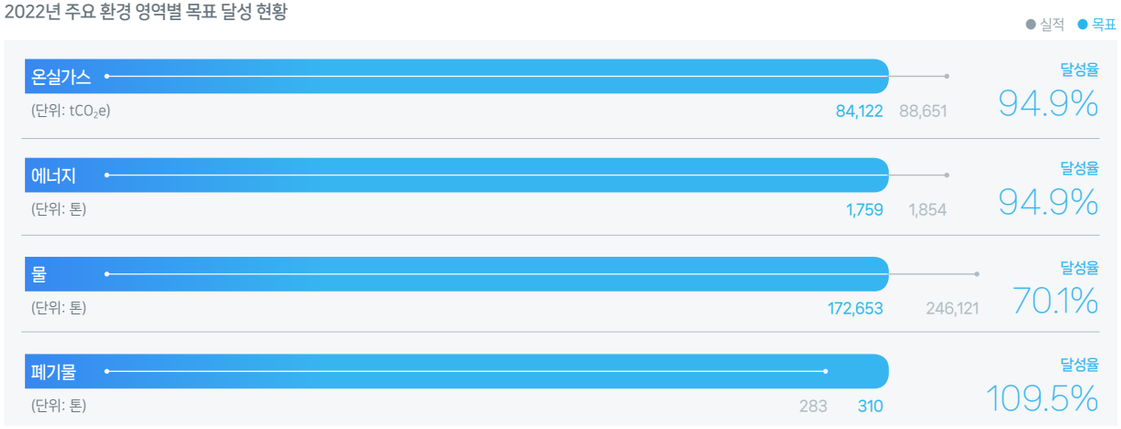
주요 활동

- 친환경 쇼핑
- 전자문서 친환경 서비스
- 지도 친환경 서비스

네이버 내부탄소가격제(Internal Carbon Pricing) TF 발족

네이버는 2021년부터 투자의사 결정 시 탄소가격을 고려사항 중 하나로 반영하고 있습니다. 1784 사옥의 제3자 PPA(Power Purchase Agreement, 전력구매계약) 재생에너지 구매 결정 및 업무차량 100% 전기차 전환 결정이 그 예시입니다. 이를 통해 본격적인 Scope 1·2 온실가스 감축을 시작할 수 있었으며, 나아가 2022년에는 이를 Scope 3로 확대하고자 하는 계획을 마련했습니다. Scope 3 온실가스 감축을 위한 첫 걸음으로 네이버의 Scope 3 배출량의 가장 큰 비중을 차지하는 IT인프라 구매-투자 부문의 프로세스 개선을 위해 ICP(Internal Carbon Pricing, 내부탄소가격제) TF를 발족하였습니다. ICP TF는 구매·투자 진행 시 탄소가격을 고려할 수 있도록 체계를 마련하는 것을 목표로 하며, 이를 통해 임직원 기후변화 인식 개선과 함께 탄소배출량 감축을 달성하고자 합니다. 2023년 일부 영역부터 내부탄소가격제를 적용해 나갈 계획이며, 추후에는 회사 전반의 구매·투자 의사결정으로 이를 확대해 나갈 계획입니다.

2022년 주요 환경 영역별 목표 달성 현황



탄소 배출 저감 노력

Scope 1·2·3 및 사회적 감축

사업장 환경담당자 직무교육 성과

교육기간	교육내용	교육기관·강사명	과정시간	교육 대상 부서	교육 목적	참석자 수
3.31	CDP 온실가스 Scope 3 교육	KoSIF 한국사회책임투자포럼	8시간	Environment	Scope 3 공시 대응	1명
4.19~4.20	CDP Climate Change 작성방법론 및 평가방법론 교육	KoSIF 한국사회책임투자포럼	16시간	Environment	Scope 3 공시 및 CDP Climate Change 대응	1명
8.6	글로벌 E-Commerce 탄소 감축 전략 케이스 스터디	박란희 임팩트온 대표	2시간	FOREST CIC, Green Impact, Environment, Agenda Research	이커머스 분야의 지속가능성 이슈 대응 및 신규 사업 기회 모색	30명
8.17	플랫폼 기업의 이커머스 ESG 도입 방안	이양호 지속가능경영연구소 대표	2시간			30명
9.7	친환경 패키징 케이스 스터디	박란희 임팩트온 대표	2시간			30명
9.21	폐플라스틱 재활용 및 에너지 제품화 전략	권성안 한국환경기술원 연구위원	2시간			30명
10.5	지속가능한 네이버를 위한 기후대응 방향	김소희 기후변화센터 사무총장	2시간			30명
10.20	이커머스 운송분야 탄소 감축 스터디	박란희 임팩트온 대표	2시간			30명
10.24~10.28	IRCA ISO 14001: 2015 선임심사원 과정	DNV Business Assurance Korea	40시간	Space Care, Environment	ISO14001 대응	2명
2023. 1.11	사업장 환경담당자 환경경영시스템 교육	김진일/박세웅/조성엽	3시간	Env. Operation TF	ISO14001 대응	36명

탄소 배출 저감 노력

③ Offset Partnership - 외부 파트너십 확대

네이버는 네이버와 함께하는 내외부 이해관계자와의 협업을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가고자 합니다.

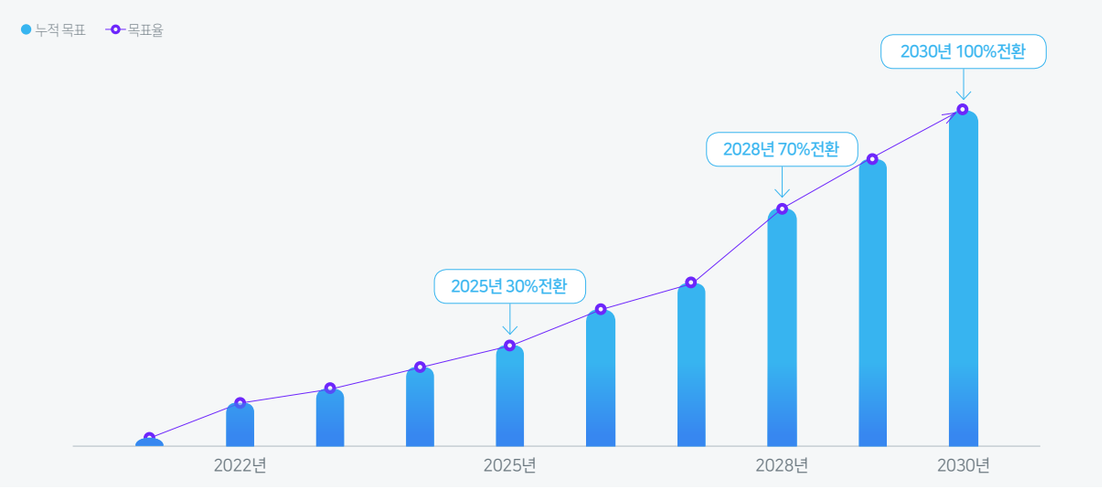
네이버는 2022년 하반기 글로벌 환경 이니셔티브 가입을 본격화하며 기후변화 대응과 환경 보전을 위한 전 세계적 노력에 함께하고 있습니다. 2022년 8월 기업이 사용하는 전력량 전체를 재생에너지로 충당하겠다는 목표를 지닌 글로벌 이니셔티브 RE100 가입을 완료하였으며, 이어 10월에는 친환경 차량 전환을 통한 온실가스 감축을 목표로 하는 글로벌 이니셔티브 EV100에 가입했습니다. 또한 CDP Climate Change에 참여하여 TCFD 권고안에 따라 기후변화 리스크 및 탄소정보를 투명하게 공개하고 있습니다.

2022년 12월에는 한국수자원공사와 'RE100 이행을 위한 공동개발과 ESG 가치 확산을 위한 기술 협력'을 골자로 한 MOU를 체결하였습니다. 본 협약은 기후위기 극복을 위한 탄소중립사회 실현이 필요하다는 공감을 바탕으로 추진되었으며, 이를 통해 대한민국에서 재생에너지를 가장 많이 보유한 한국수자원공사와의 협력을 통해 RE100을 이행해 나가고자 합니다. 또한 수자원공사의 물 정보, 재난·안전 등에 대한 정보 및 기후변화·탄소중립 관련 정책 이슈를 국민들에게 알려 ESG 가치를 확산해 나가겠습니다.

한편 네이버는 한국 시장에서 기업이 RE100 달성을 위해 꼭 필요한 제도적 지원 및 정책 개선을 위한 인게이지먼트 활동에도 활발히 참여하고 있습니다. RE100 기업 얼라이언스에 참여하여 기업들이 재생에너지 전력 사용을 안정적으로 확대해 나갈 수 있도록 정책 의견을 제출하였으며, 그 외에도 다양한 포럼, 간담회 참석 등 외부 파트너십 활동을 적극적으로 진행 중입니다.

주요 활동 스페셜로고 프로젝트

EV100 추진 로드맵

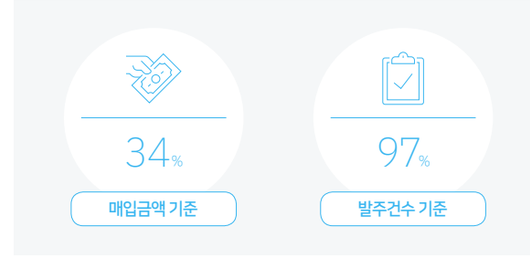


온실가스 Scope 3 산정 및 구매 파트너(협력사) 관리

네이버는 사업장 내부 직접 배출(Scope 1), 간접 배출(Scope 2) 뿐만 아니라 구성원의 출퇴근, 공급망 활동 등에서 발생하는 Scope 3 배출량을 산정하고 있습니다. GHG Protocol 기준에 따른 Scope 3 세부 영역 15가지 중 네이버와 관련 있는 13가지 영역에서의 배출량을 산정하고, 외부 검증을 받았습니다. Scope 3 영역에는 네이버의 공급망에서 발생하는 외부 배출량 항목이 포함되어 있으며, 이를 산출하기 위해서는 특히 공급망 구매 파트너(협력사)로부터 신뢰 가능한 데이터를 제공받는 것이 중요합니다. 이에 네이버는 상품·서비스 및 자본재 구매액 상위 80%에 해당하는 파트너사를 선정하여 온실가스 배출량 관련 데이터를 요청했습니다.

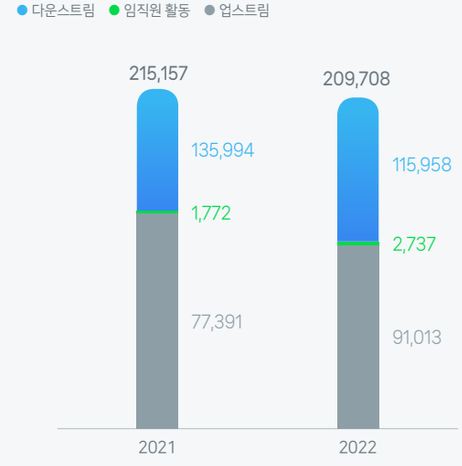
플랫폼 산업의 특성 상 네이버 공급망 협력사들은 대다수가 SME로 구성되어 있으며, 아직까지 사업장의 온실가스·에너지 정보를 관리하고 있지 않은 파트너가 많았습니다. 네이버는 이와 같이 온실가스 산정 등 ESG 실행에 어려움을 겪고 있는 구매 파트너를 위해 '온라인 ESG 교육', '온라인 ESG 자가진단', 'ESG 컨설팅' 등 단계적으로 활용할 수 있는 프로그램을 제공하며 ESG 경영 문화 확산에 기여하고 있습니다. 향후 구매 파트너를 대상으로 온실가스 인벤토리 관리 및 저감대책 등 다양한 기후변화 교육 프로그램을 제공함으로써 네이버 구매 파트너의 배출량 관리 및 감축을 지원하고자 합니다.

2022년 녹색제품 구매비율



*녹색 제품 구매 기준: 지속가능경영실천협약 체결 여부

Scope 3 배출량 현황



(단위: tCO_2e)

	구분		2022
Scope3	합계		209,708
	Upstream	1. 구매한 상품 및 서비스	83,826
		2. 자본재	
		3. 연료 및 에너지 관련 활동	7,137
		4. 업스트림 운송 및 유통	10
		5. 사업장 발생 폐기물	249
		6. 임직원 출장	453
		7. 임직원 통근	2,035
		8. 업스트림 임차·임대자산	40
	Downstream	9. 다운스트림 운송 및 유통	2
		11. 판매 제품 사용	11,392
		12. 판매 제품 폐기	131
		13. 다운스트림 임차·임대 자산	424
		15. 투자	104,009

친환경 사업장 조성

네이버는 새로운 사옥 '1784', 두 번째 데이터센터 '각 세종'이 다음 세대를 위해 건강한 삶과 미래 산업의 기준을 제시하는 곳이 될 수 있도록 끊임없이 고민합니다. 건축 단계는 물론 운영 상에서도 부정적 환경영향은 최소화하고, 친환경적 가치를 전하는 공간이 될 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

데이터센터 '각 세종'

네이버의 두 번째 데이터센터 '각 세종'은 기술 안정과 기술 효율, 그리고 자연 보존까지 무엇 하나 놓치지 않기 위한 약속의 상징입니다. 첫 번째 데이터센터인 '각 춘천'보다 6배 이상 넓은 대규모 데이터센터로, 10만 대 이상의 서버를 갖출 수 있는 총 면적 29만 3,697㎡ 규모로 건설 중에 있으며, 브레인리스 로봇을 활용한 효율적인 관리체계가 구축될 예정입니다.

2023년 준공을 목표로 하는 각 세종은 입지 선정단계에서부터 자연과 공존하면서 에너지 효율을 높이는 방향으로 개발이 진행되었습니다. 입지 선정 시 간척지, 매립지 등 토지 훼손이 있었던 곳은 사전 제외하였으며, 선정기간 내 토지 성격을 변경하여 신규 산업단지를 개발하는 것 또한 방지하였습니다. 나아가 원형지를 매입하여 꼭 필요한 범위만 한정적으로 개발함으로써 산림훼손을 최소화하고 기존 식생을 복원하고자 노력하였습니다. 자연 외기를 최대한으로 사용하도록 개발된 하이브리드 냉방 시스템을 적용하여 각 춘천 대비 냉방 에너지 효율을 최대 20% 개선하여 더욱 높은 PUE 달성을 목표로 하고 있으며, 이 외에도 심야 전기, 냉동기 및 냉각탑 등 기계 인프라 설비를 개선하고 신기술을 적용함으로써 냉방 에너지 사용을 절감할 예정입니다. 한편 냉방 시스템 배치를 최적화함으로써 전력 효율뿐만 아니라 공조 설비의 안정성 또한 강화할 것입니다.

옥상 태양광 발전장치를 통해 연간 300MWh의 재생에너지를 생산하며, 지열 시스템을 이용하여 건물 냉·난방 열원으로 사용합니다. 특히 서버실에서 회수되는 폐열을 활용하여 건물에 온수를 공급하고 운영동 내부 공간의 바닥 난방에 활용합니다. 또한 내부순환도로에는 스노우멜팅[1] 시스템을 적용하는 등 각 춘천 운영을 통해 축적된 노하우를 기반으로 더욱 높은 에너지 효율을 달성할 수 있게끔 설계되었습니다. 아울러 사업장의 생태다양성 보전도 놓치지 않기 위하여 생태보전 아카이브를 구축하였으며, 향후에는 이를 네이버 전사 정책으로 확대해 나갈 예정입니다.

[1] 스노우멜팅: 버려지는 열을 재활용한 동절기 도로 열선

데이터센터 '각 춘천'

2013년 6월 오픈한 네이버의 첫 번째 데이터센터 '각 춘천'은 강원도 춘천시 전경이 한눈에 내려다보이는 구봉산 자락에 위치하고 있습니다. 각 춘천은 축구장 7개 크기(연면적 4만 6,850m²) 규모로 약 10만 대의 서버를 수용할 수 있는 비수도권 최대 규모의 데이터센터로, 네이버가 국내외 이용자들에게 연속성 있는 인터넷 서비스를 제공하는데 중추적인 역할을 하고 있는 곳입니다. 각 춘천은 국제적인 친환경 건물 인증 제도인 LEED[2] New Construction(NC) 2009에서 데이터센터로는 세계 최초로 최고 등급인 'Platinum(플래티넘)' 인증을 획득하며 ESG 경영의 글로벌 선도 사례로 꼽히고 있습니다.

각 춘천은 친환경 데이터센터 기술의 집합체로, 다양한 자원을 최소한으로 사용하면서 운영하는 것을 목표로 하고 있습니다. 수도권 대비 연중 기온이 2~3℃ 가량 낮은 춘천의 자연 바람을 활용해 서버실의 열기를 식히고 있는 것이 대표 사례입니다. 네이버는 차가운 공기를 이용해 서버실의 온도를 낮추는 친환경 기술인 AMU(Air Misting Unit) 및 NAMU(NAVER Air Membrane Unit)를 개발하여 각 춘천의 에너지 절감 효과를 극대화하고 있으며, 그 결과 국내 데이터센터 중 가장 1에 가까운 PUE(전력효율지수)[3]를 지속적으로 유지하고 있습니다.

서버실에서 나오는 폐열은 바깥으로 버리지 않고 서버관 내 폐열 회수기에 모아 도로 밑에 설치된 특수 배관을 통해 스노우멜팅 시스템 운영에 활용하여 겨울철에 서버를 실은 대형 화물차량이 길에서 미끄러지지 않도록 합니다. 더불어 빗물을 우수조에 저장해 두었다가 조경용수 및 소방용수 등으로 재활용하고, 태양광 발전 시설을 설치해 매년 200MWh의 전력을 절감하고 있습니다. 태양광 에너지 전력 생산, 자연공조 냉방기 활용 등으로 각 춘천은 지난해 14,989tCO_2e의 온실가스 배출량을 감축하였습니다.

[2] LEED: Leadership in Energy and Environmental Design, 미국 친환경 건축물 인증

[3] 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

이러한 노력과 기술에 힘입어 각 춘천은 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.

친환경 사업장 조성

네이버 제2사옥 '1784'

네이버 고유의 친환경에 대한 철학을 담아 2021년 준공된 '1784'는 LEED 최고 등급인 Platinum 등급을 받은 네이버의 두 번째 사옥입니다. 1784 프로젝트에는 복사냉방 시스템, 수축열 시스템, 고효율 조명 시스템 등 각종 에너지 절감요소 기술을 적용하여, ASHRAE 표준 건물 모델[1] 대비 예상되는 연간 에너지 비용을 38.1% 절감하였습니다. 특히 냉방 시스템은 열 전달 방식 중 가장 효과적인 복사방식을 활용하여 연간 에너지 사용 절감 효과가 ASHRAE 표준 건물 모델 대비 12.7%에 달합니다. 더불어 절수형 위생기구 및 중수처리 시스템을 통하여 예상되는 연간 물 사용량을 38% 절감하였습니다. 이 외에도 시공단계의 건설 폐기물을 98% 재활용하고, 전체 건축자재의 약 38%를 재활용 자재 및 지역자재로 사용하였습니다.

1784는 도심형 고층건물임에도 불구하고 옥상에 연간 186MWh의 재생에너지를 생산하는 태양광 발전설비를 설치하였으며, 지하 240m 깊이에 지열 시스템을 구축하여 냉난방 에너지 사용을 절감하고 재생에너지의 활용을 극대화하였습니다. 이렇듯 태양광 발전, 지열 등 자가발전 설비를 통한 재생에너지 사용을 최대화하고, 그 밖의 에너지 사용량에 대해서는 제3자간 전력거래계약(PPA) 등을 통해 재생에너지로 전환하고자 노력하고 있습니다. 이 외에도 사옥 폐기물 절감을 위해 사내 카페에서 다회용컵을 사용하고, AI 재활용 쓰레기통 '네프론'을 설치하여 재활용율을 높이고 있습니다. 이로써 1784는 세계 최초의 로봇 친화형 빌딩임과 동시에 친환경 빌딩으로서 지속가능한 미래형 공간으로 더욱 확고히 자리잡게 되었습니다.

[1] ASHRAE 표준 건물 모델(Baseline 모델): 1784 프로젝트와 동일한 건물에 ASHRAE 90.1에서 제시하고 있는 일반적인 에너지 관련 시스템 및 장비 SPEC을 적용한 가상의 모델. 즉, 1784 프로젝트를 에너지 절감을 고려하지 않고 일반적으로 설계하였을 때를 가정한 가상의 모델

취수 지역의 수자원 민감도

네이버는 데이터센터 냉각 등 사업 영위를 위해 다방면으로 활용되는 용수 자원의 중요성을 인지하고 있습니다. 이에 WRI[1]와 WWF[2]의 분석 결과를 검토 및 활용하여 용수 사용에 따른 지역사회 수자원 민감도 영향을 관리 중입니다. 네이버의 사업장은 경기도 성남시(그린팩토리, 1784), 세종특별자치시(데이터센터 각 세종), 강원도 춘천시(데이터센터 각 춘천, 커넥트원)에 위치하고 있으며, 모든 사업장 지역의 수자원 민감도 수준은 낮은 수준으로 확인되었습니다. 그러나 네이버는 이에 그치지 않고 절수형 위생기구 및 중수처리 시스템 등 다양한 용수 재활용 시스템을 사업장 내 적극 도입하여 수자원 보존을 위해 노력하고 있습니다.

1784는 포디움 및 저층부에 중수처리 시스템을 적용하여 우수 및 중수를 재활용하고 있으며, 절수형 위생기구를 통해 연간 물 사용량을 LEED Baseline 대비 38% 절감하고 있습니다. 또한 네이버 구성원 전용 연수원인 커넥트원에서는 옥상에서 우수를 수집하여 식물 관수로 활용하고, 중수는 화장실에서 재활용하고 있으며, 이에 따른 용수 재활용은 16%에 달합니다.

[1] World Resources Institution (세계자원연구소)가 제시하는 글로벌 수자원 민감도 분석 결과
[2] World Wide Fund for Nature (세계자연기금)이 제시하는 글로벌 수자원 민감도 분석 결과

	수자원 민감도 수준				
[WRI] Water Risk Atlas	Low	Low-Medium	Medium- High	High	Extremely High
	0-1	1-2	2-3	3-4	4-5
네이버 사업장 (성남, 세종, 춘천)		√			
[WWF] Water Risk Filter	Very Low Risk	Low Risk	Medium Risk	High Risk	Very High Risk
	1.0-1.8	1.8-2.6	2.6-3.4	3.4-4.2	4.2-5.0
네이버 사업장 (성남, 세종, 춘천)			√		

친환경 건축 관련 인증 'LEED Platinum' 획득 사업장

LEED New Construction (NC) 플래티넘 등급

- 2013 데이터센터 각 춘천 — 데이터센터 최초
- 2014 그린팩토리 — 건물분야 세계 최고 점수
- 2014 커넥트원
- 2021 1784
- 2023 데이터센터 각 세종 — 예정

65 tCO_2e
1784 전기차 충전설비 충전량에 따른 탄소 감축량

8 tCO_2e
1784 다회용컵 사용으로 인한 탄소 감축량

친환경 사업장 조성

CASE STORY

1784 오피스 폐기물 절감 사례

1784가 진정한 의미의 친환경 빌딩이 되기 위해서는 이를 이용하는 구성원들의 일상도 친환경적이어야 합니다. 따라서 네이버는 일터에서 바로 행동에 옮길 수 있는 친환경 실천방법이 무엇인지를 고민하였으며, 오피스에서 발생하는 폐기물을 줄이고자 노력하였습니다.

1784에서 주로 배출되는 폐기물은 카페에서 사용하는 일회용컵, 페트병, 알루미늄 캔 순인 것으로 파악되었습니다. 이에 네이버는 사내 카페의 일회용컵을 다회용컵으로 대체하고, 다회용기 렌탈 스타트업 '트래쉬버스터즈'와 협력하여 사용한 다회용컵을 수거·세척하여 재사용하고 있습니다. 폐기물 배출의 2·3위를 차지하는 페트병과 알루미늄 캔의 경우, 환경기술 스타트업 '수퍼빈'과 협력하여 쓰레기를 페트·캔·우유팩으로 알아서 구분하는 AI 쓰레기통을 도입하였고, 이를 통해 약 8만 개에 달하는 폐기물을 수거하였습니다. 이렇게 모아진 재활용 폐기물은 건축자재, 티셔츠, 가방 등으로 재생산되어 활용될 예정이며, 재활용품을 수거하면서 발생하는 적립액은 해피빈을 통해 환경단체에 기부할 계획입니다.

클라우드 전환을 통한 탄소중립 기여

네이버는 매년 8~9만 톤가량의 온실가스를 배출하고 있습니다. 이를 감축하기 위해 데이터센터 및 사옥 에너지 효율화, 재생에너지 도입 등 다양한 에너지 절감 활동을 수행하고 있으며, 특히 장기적 관점에서 내부 절감 활동 외에 온실가스 배출을 직접적으로 줄일 수 있는 방안이나 기존의 방식을 탈피하여 온실가스 배출을 유의미하게 줄일 수 있는 사업 개발을 지속적으로 검토하고 있습니다.

이러한 활동의 일환으로 네이버 클라우드에서는 기존 IT 장비(On-premise 환경)를 클라우드 서버로 전환함으로써 에너지 소비량 및 온실가스 배출량을 절감하여 탄소중립에 기여하고 있습니다. 2023년 4월 세종시와 산하기관 정보 시스템 물리서버 137대를 네이버 클라우드 서버로 전환하였고, 이에 따라 물리적 서버 운영에 투입되던 전력 소비량이 약 89.3% 감소하였습니다. 이는 연간 204.8톤의 탄소를 절감하는 것과 같은 수치로, 클라우드 전환을 통해 매년 약 3만 6,428그루의 나무를 심는 혁신적인 성과입니다.

	전환 전			전환 후	
	물리서버 (개)	가상화/파티션 (개)	전력소비량 (kw)	VM (개)	전력소비량 (kw)
도시통합정보센터	61	0	213,744	70	19,622
세종도시교통공사	24	0	84,096	22	6,167
세종시설공단	12	0	42,048	23	6,447
정보통합센터	40	0	140,160	69	19,342
합계	**137**	**0**	**483,048**	**184**	**51,578**

연간 전력 사용량은 클라우드 전환 전 483,048kwh에서 전환 후 51,578kwh로 431,470kwh 감소하여 On-premise 환경 대비 89.3% 절감됨

ESG COMMITMENT 6

프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화

2022 KEY HIGHLIGHTS

국내 기업 최초 APEC '국경 간 프라이버시 규칙(CBPR)' 인증 취득
(2022.12)

CBPR 인증 취득

프라이버시 강화 보상 제도(PER) 전년 대비 보상금액 176% 상승

프라이버시 강화
보상 제도

SME 대상 고객 개인정보보호 캠페인 연 3회 실시

SME 대상
개인정보보호 캠페인

네이버이용자 계정들의 유출 탐지,
피싱 데이터 확보 위한 'Threat Intelligence 시스템' 구축

Threat Intelligence
시스템 구축

Minimizing Cyber Risk Exposures

개인정보보호 및 사이버 보안은 안정적인 서비스 제공과 이용자 보호를 위한 핵심 과제입니다. 네이버는 규제 당국의 요구는 물론 이용자의 기대에 부합하는 서비스 구현을 위하여 지속적으로 정보보호 체계를 개선하고 관련 콘텐츠를 적극적으로 공개하여, 투명하고 포용적인 '모두를 위한 개인정보보호'를 위해 노력하고 있습니다. 또한 보안 이슈에 대한 다양한 점검, 진단, 예방 및 대응 활동을 통해 안전한 환경을 구축하고자 최선을 다하고 있습니다.

MANAGEMENT APPROACH

ICT 기술의 발전과 함께 개인정보보호 및 사이버 보안의 중요성이 증대되고 있으며, 관련 규제 및 논의가 꾸준히 진행되어 왔습니다. 개인정보보호법 2차 개정안이 2023년 국회 본회의 통과를 앞두고 있고, 정부 관계 부처 합동으로 발표한 '아동·청소년 개인정보보호 기본계획'과 관련 가이드라인은 아동과 청소년이 개인정보보호 권리를 쉽게 행사하고 권익 침해로부터 구제받을 수 있도록 안내하고 있습니다. 네이버는 이러한 대외 환경 변화에 선제적으로 대응하는 동시에, APEC(아시아·태평양 경제협력체) 회원국이 공동 개발한 글로벌 개인정보보호 인증(CBPR, Cross Border Privacy Rules)을 국내 최초로 획득하는 등 가시적인 성과를 달성하며 개인정보의 적절한 관리와 철저한 보호에 앞장서고 있습니다. 또한 외부로부터의 공격시도를 사전 예방, 실시간 탐지, 분석 및 대응하고 있을 뿐 아니라 정보유출을 예방하기 위한 체계적인 모니터링 체계를 구축하여 운영하고 있으며, 고도화된 피싱 탐지 기술, Safe Browsing, Darkweb 모니터링을 적극 활용하여 보안 위협으로부터 이용자의 불편을 최소화할 수 있도록 노력하겠습니다.

OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

권리 보장 확대를 위한 정보 통제권 및 접근성 향상

- 아동 서비스 이용 현황, 아동이 등록한 개인정보 열람 등이 가능한 웹 도구 구축

Security 자체 운영 솔루션을 오픈소스 툴로 공개

- Security 자체 개발·운영 솔루션을 외부에 공개하여 IT 생태계의 보안성 향상
- Security 자체 운영 솔루션의 커버리지 확장 및 기능 고도화 3건 이상 달성

정보보호 관리체계

데이터 경제 시대에 기업은 이용자를 보호하며 안전한 서비스를 제공하기 위해 정보보호에 책임을 다해야 합니다. 네이버는 이용자의 개인정보 자기결정권을 존중하며, 정보보안 수준을 높이고 사이버 안전망을 강화하기 위해 최선의 노력을 기울이고 있습니다. 이에 안정적인 서비스 운영과 이용자의 개인정보 및 프라이버시 보호를 위해 강도높은 정보보호 관리체계를 운영하고 있습니다.

정보보호 정책

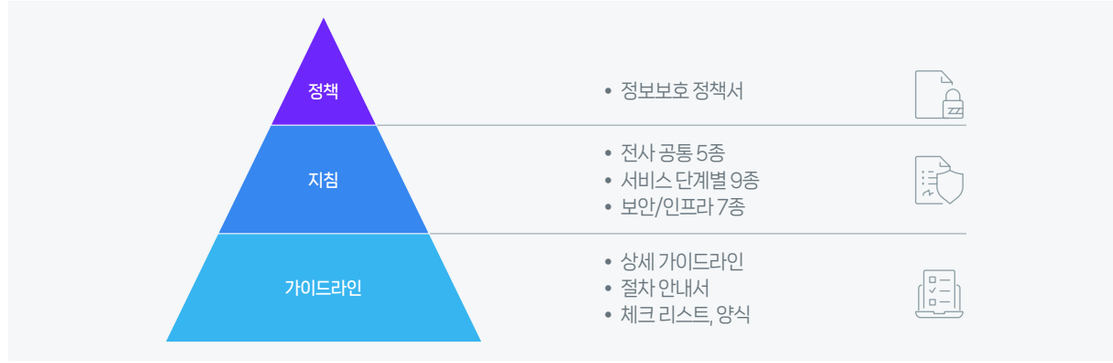
세계적으로 개인정보보호 법제를 강화하는 움직임이 확산됨에 따라 정보보호 및 프라이버시 영역에서 컴플라이언스의 중요성이 부각되고 있습니다. 국내에서는 2020년 개정된 개인정보보호법 시행에 이어, 2021년 정보주체 및 산업계에 큰 영향을 미칠 수 있는 개인정보보호법 2차 개정안이 국회에 제출되었습니다. 중국에서도 2021년 11월 신규로 개인정보보호법이 제정되었고, 영국에서는 아동과 청소년 프라이버시 보호를 위한 연령적합설계 규약이 시행되고 있으며, 미국에서는 아동 온라인 프라이버시보호법(COPPA, Children's Online Privacy Protection Act of 1998) 개정안이 발의되었습니다.

네이버는 이와 같은 변화에 선제적으로 대응하는 한편, 최고 경영진의 의지와 함께 회사 정보자산에 대한 기밀성, 무결성, 가용성 보장을 위한 최상위 정책문서로서 '정보보호 정책서'를 수립하고, 이에 따른 세부 지침 및 가이드라인 등을 구성하여 운영하고 있습니다. 또한 안정적인 서비스운영과 이용자의 개인정보 및 프라이버시 보호를 위해 네이버의 환경과 문화에 맞는 '네이버 개인정보보호 원칙'을 제정하였습니다.

아울러 갈수록 지능화·정교화되는 각종 보안 위협들에 대해 네이버는 'Let's Shift Left' 보안 전략을 통해 서비스 기획/설계/개발 단계에서부터 보안취약점 발생을 최소화하고, 발생된 보안취약점은 버그 바운티(Bug Bounty) 프로그램 운영을 통해 신속하게 개선함으로써 이용자들이 신뢰하고 안전하게 네이버 서비스를 이용할 수 있도록 노력하고 있습니다.

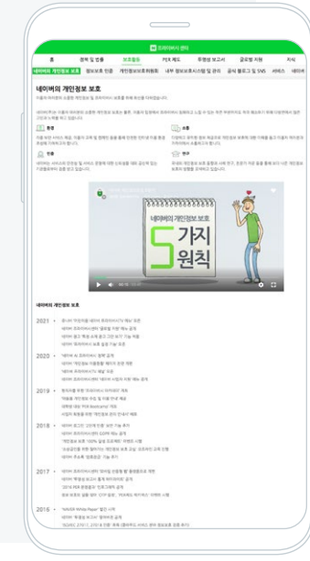
네이버는 계열사를 포함하여 네이버와 계약관계에 있는 관계회사의 정보보호 정책체계를 원칙적으로 네이버의 정보보호 정책체계와 동일하게 적용·운영하고 있습니다. 다만 관계회사가 특정 비즈니스 환경을 고려하여 다른 정보보호 정책이 필요한 경우에는 네이버 정보보호 정책 주관부서와의 협의 후, 네이버 정보보호 정책서에서 규정하는 기본방침 내에서 관계회사 정보보호 세부지침 및 가이드라인을 보다 엄격하게 규정하여 운영합니다. 또한 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 서비스의 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증받고 있으며, 내부 취약점 진단, 장애 관리, 모의 해킹, 보안 관제 운영 등을 통해 365일 24시간 빈틈없는 보안을 원칙으로 삼고 있습니다.

네이버 정보보호 정책체계



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.



정보보호 관리체계

정보보호 관리·감독

네이버는 현재 임원(책임리더)인 CPO(개인정보보호책임자)가 CISO(정보보호 최고책임자)를 겸직하여 기업의 개인정보보호 리스크를 전사적으로 관리하고 있으며[1], 국내외 개인정보보호 및 프라이버시 보호 법제 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 범위를 확장하고 있습니다. 아울러 정보보호 리스크를 최상위 거버넌스 차원인 이사회와 경영진 수준에서 관리하고 있으며, 이사회 내 리스크관리위원회를 설치하고 전사적 리스크 관리를 지원하는 조직인 RM Support로부터 정보보호 이슈 식별 및 대응 논의를 위한 지원을 받고 있습니다.

[1] 2021년 6월 정보통신망법 개정으로 CISO가 개인정보보호책임자 등 유사 정보보호 관련 업무도 수행할 수 있도록 겸직제한이 완화됨

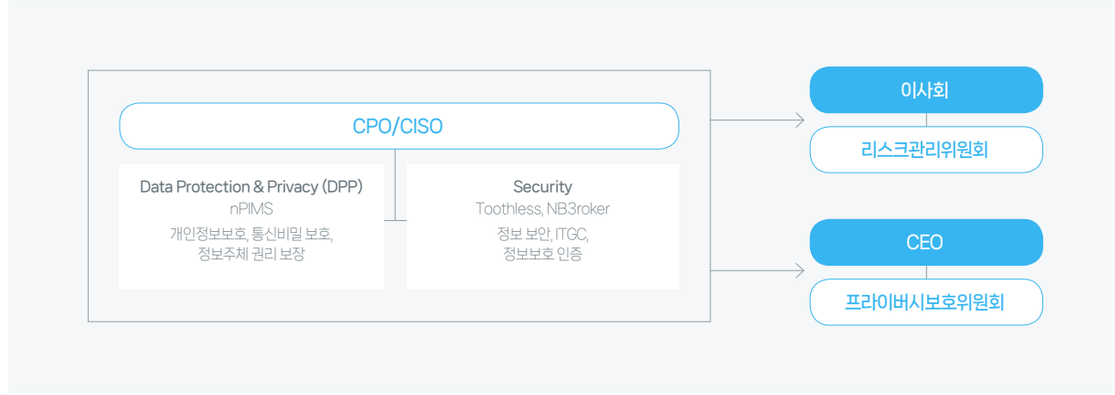
이사회 산하의 리스크관리위원회가 직접 CPO/CISO를 참여시켜 정보보호 및 개인정보보호에 대한 사안에 대한 보고를 받고 안건에 대해 논의하며, CPO/CISO는 논의 결과에 기반하여 수행한 업무 결과를 이사회에 보고합니다. 2022년 리스크관리위원회는 사안의 성격을 고려하여 CPO/CISO로부터 직접 또는 리스크관리 워킹 그룹(Risk Management Working Group)으로부터 4차례 보고 받았습니다.

또한 네이버는 주요 경영진이 참여하는 프라이버시보호위원회를 추가로 운영하며 전사 차원의 개인정보 리스크를 다각도로 관리하고 있습니다. 이에 더해 회사의 사업 영역이 확장됨에 따라 다양한 이용자의 프라이버시 요구에 효과적으로 대응하기 위해 2007년부터 개인정보보호 분야 최고 수준의 학계 및 법조계 인원들로 구성된 '네이버 개인정보보호위원회'를 통해 전문적인 연구활동을 수행하고 외부 자문을 받고 있습니다. 2021년 4월 출범한 제8기 네이버 개인정보보호위원회는 온라인 개인정보보호 기초 연구 활동과 개인정보보호 활동 및 정책에 대한 자문 활동을 강화하고, 네이버 서비스 출시 및 개편 시 적용되는 개인정보보호 정책에 대해 다양한 시각에서 이슈를 검토하여 여러 관점에서 해결방안 및 정책 제언을 적극적으로 제공하고 있습니다.

네이버 CISO/CPO 주요활동

(현) 네이버 CISO/CPO (미등기임원)	CISO 주요활동	• 한국CISO 협의회 부회장
	CPO 주요활동	• 신용정보원 금융데이터 포럼 위원 • 한국지능정보사회진흥원 지능데이터법제도포럼 위원 • 개인정보보호위원회 정책연구심의위원회 위원 • 한국개인정보보호법학회 기업 연구 이사 • 개인정보보호위원회 개인정보 기술포럼 위원 • 행정안전부 공공데이터제공 분쟁조정위원회 위원

네이버 정보보호 관리체계



정보보호 활동

네이버는 개인정보보호 및 정보보안을 위한 주기적인 점검, 취약점 진단 및 모니터링을 진행하고 있으며, 침해 예방시스템 등을 통해 보안 위협에도 적극적으로 대응하고 있습니다. 또한 네이버의 모든 서비스에 대해 개발부터 제공까지 전 영역에서 보안침해 요소를 철저히 관리하여 정보보호 수준 유지 및 향상을 위해 노력합니다.

개인정보 보호 활동

국내 최대의 검색엔진이자 다양한 콘텐츠 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 프로그램으로 네이버가 제공하는 모든 서비스에 대해 개인정보 보호법령 및 내부 규정 준수 여부와 이용자 프라이버시 민감도를 확인하고 리스크를 관리하는 개인정보 영향평가(Privacy Impact Assessment) 시행 및 상시 자문을 위한 개인정보 관리시스템(nPIMS)을 운영하고 있습니다.

사후 통제 프로그램으로는 '서비스 개인정보보호', '위치기반 서비스', '모바일 앱 개인정보보호', '개인정보 수탁자(네이버의 개인정보 처리 업무를 위탁 받아 처리하는 업체)'에 관한 현황 점검을 매년 실시하여 개인정보보호 리스크를 최소화하고 있습니다. 특히 수탁자 개인정보 점검활동은 개인정보보호 법령에 따라 40개 점검항목을 기반으로 각각의 리스크에 따라 상·중·하로 분류하여 진행하며, 위반 확인 시 사전에 수립된 기준에 따라 페널티 스코어를 부과합니다.

평가결과는 네이버의 CPO가 확인하여 수탁자 수준에 기반한 개선을 요청하며, 평가결과 개인정보보호 수준이 낮거나 개선조치가 지속적으로 이행되지 않는 수탁자는 계약해지 등의 제재조치를 취하는 방식으로 수탁자의 개인정보보호 수준 유지 및 향상을 위해 노력합니다.

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'을 별도로 실시하고 있습니다. 현황 점검에는 정보 주체의 사생활 침해, 즉 인권에 위험이 되는 부분에 대한 점검 및 개선 활동이 포함되어 있습니다. 더불어 개인정보 유출 사고 발생 시, 이용자 피해 방지 및 최소화를 위한 신속한 대응을 목표로 '개인정보 유출 대응 가이드'를 마련하여 효과적으로 대응하고 있습니다.

네이버 개인정보보호 시스템

개인정보처리 시스템 관리기준

네이버는 서비스 운영을 위해 필요한 시스템 중 개인정보 처리가 가능하도록 체계적으로 구성된 서비스 운영 시스템, 데이터베이스 시스템 등을 '개인정보처리 시스템'으로 분류하고, 해당 시스템에 대해서는 아래와 같이 접근권한 관리 기준 및 절차 정의, 체계적인 인증 절차, 접근 로그 관리를 통해 접근을 통제하고 있습니다.

- 개인정보처리 시스템을 포함하여 서비스 관리도구 접근 시 회사에서 권고하는 안전한 인증 방법을 통해 계정, 패스워드를 입력하여 접근이 가능합니다. 인증 시 제3자가 접근하지 않도록 암호화하고 있으며, 접근이 필요한 외부자는 별도의 인증 방법을 통해서만 접근이 가능합니다.
- 접근할 수 있는 메뉴에 따라 다양한 권한 그룹을 생성하여 운영 시스템의 접근 권한을 관리합니다. 운영 시스템 권한은 권한 신청 결재를 통해서만 신청 가능하며, 정기·수시 권한 검토를 통해 불필요한 권한은 회수합니다.
- 주기적인 점검을 통해 보안사고에 대비하거나, 보안사고 발생 시 추적을 위해 권한 생성·변경·삭제 로그, 접근 로그, 개인정보 취급 로그를 일정 기간 보관합니다. 서비스 관리도구 내 로그는 접근 통제, 별도 백업 등 물리적·기술적인 방안을 적용하여 보호하고 있습니다.

네이버 맞춤형 광고 안내

네이버 개인정보보호 리포트

정보보호 활동

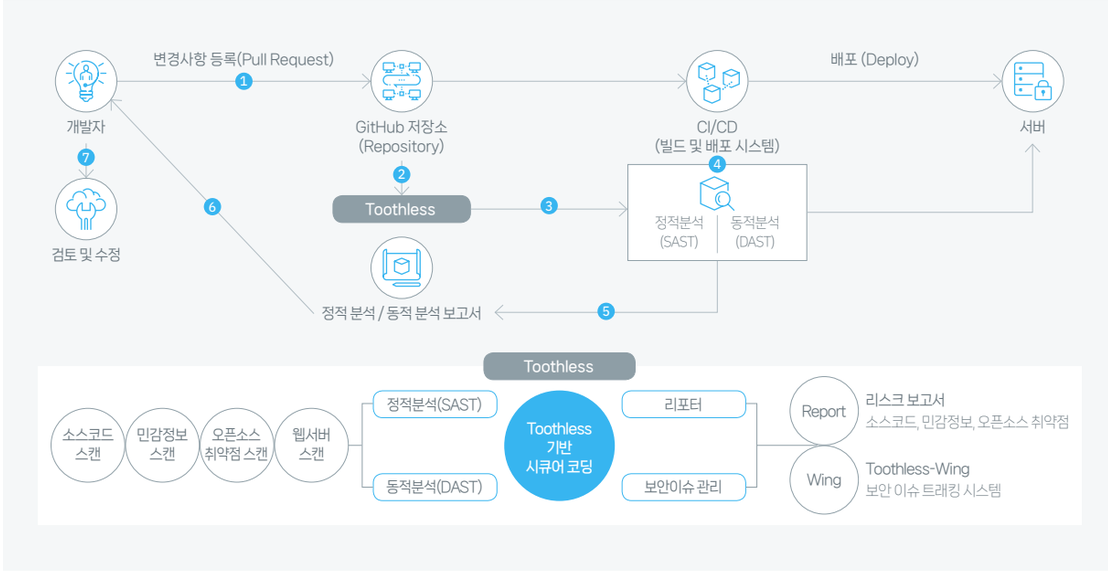
서비스 보안 위험관리

네이버는 서비스 보안에 있어서도 'Security by Design'과 'Usable Security' 원칙을 서비스 전 영역에 적용하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 서비스 기획, 디자인에서의 보안리뷰 절차를 마련하였으며, 개발 완료 시점에서의 보안 검수 절차뿐 아니라 개발 중인 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안리뷰가 가능하도록 원활한 협업을 위한 소스코드 저장소 기반 DevSecOps(Development, Security, Operations) 지원시스템을 개발하여 운영하고 있습니다.

기획·설계·개발 단계에서 보안 요구사항이 아무리 잘 반영되더라도 보안 버그를 사전에 100% 예방할 수는 없기 때문에, 네이버는 자사가 미처 알지 못하는 보안 버그에 대해 외부 분석가의 도움을 받아 사고 발생 이전에 버그를 확인하고 대처할 수 있는 '보안 취약점 보상제도(버그 바운티) 프로그램'을 자체적으로 운영하고 있습니다. 이는 이용자에게 안전한 서비스를 제공하기 위한 모범적인 보안 강화 케이스라고 할 수 있습니다. 2022년 기준 136명이 총 138건의 보안 버그를 제보하였으며, 이에 대해 약 9,100만 원의 포상금 지급이 이루어졌습니다.

또한 네이버는 2018년 네이버의 소프트웨어 보안 취약점을 국제표준 관리 번호인 'CVE(Common Vulnerabilities and Exposures) 번호'로 발급할 수 있는 권한을 가진 'CNA(CVE Numbering Authority)'로 등록되었습니다. 이에 2022년에는 7건의 CVE 번호를 발급하여, CNA 참여 이후 총 19건의 CVE 번호를 발급하였습니다. 이런 다양한 활동을 통해 네이버는 보안 취약점을 체계적으로 관리하고, 신속하게 대응할 수 있는 투명한 기업으로 자리매김해오고 있습니다.

네이버 DevSecOps: Toothless



보안 개선사항

구분		2018	2019	2020	2021	2022
보안 개선사항 발견 수	건	1,128	1,344	1,158	1,062	1,082
완화비율[1]	%	99.82	95.38	88.25	91.62	95.01
미조치[2]	건	2	62	136	89	54
완화-기간 이내 조치	건	728	744	694	650	732
완화-기간 이후 조치	건	370	513	293	270	257
완화-기간 미산정	건	28	25	35	53	40

[1] 2022년 발견된 보안 개선사항에 대한 2023년 6월 기준 조치 현황
[2] 각 연도 차년 1분기 기준 미조치 건수

버그 바운티

구분		2018	2019	2020	2021	2022
보고된 버그 수	개	208	533	314	291	138
제보자 수	명	31	129	154	166	136
포상 금액	만 원	4,425	11,900	8,089	11,553	9,149

CVE 명명 건수

구분		2018	2019	2020	2021	2022
CVE 명명 건수	건	4	2	3	3	7

네이버 버그 바운티 프로그램

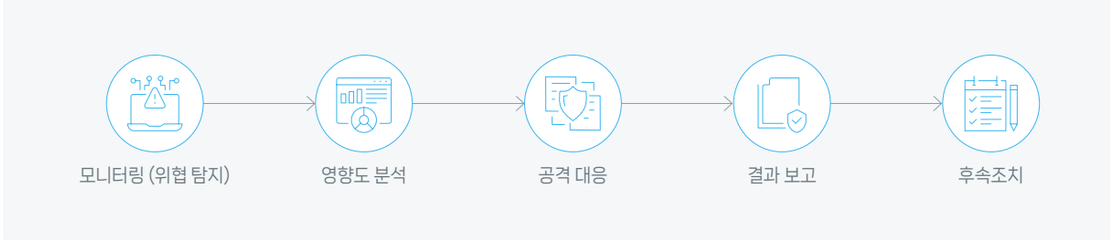
정보보호 활동

침해사고 대응 활동

네이버는 해킹, DDoS, 사이버침해 등 외부로부터의 공격시도를 사전 예방, 실시간 탐지, 분석 및 대응하여 안전하고 신뢰성 있는 서비스를 제공하기 위해 침해사고 대응프로세스 운영하고 있습니다. 다년간 검증된 모니터링 정책과 상관규칙, 위협관리대응체계를 기반으로 전문 인력이 24시간X365일 보안관제를 수행하고 있으며, 공격탐지 시 영향도를 판단하고 영향도에 따라 공격에 대응하고 있습니다. 공격 유형 및 영향 심각도 등급에 따라 대응한 결과를 기반으로 후속 조치를 통해 향후 재발이 되지 않도록 만전을 기하고 있습니다.

또한 네이버는 매년 1회 이상 외부기관과 협조 하에 APT, 서버해킹, DDoS 대응 모의훈련을 진행하고 있으며, 최근 3년동안 전체 공격에 대한 탐지 및 대응을 100% 완료하였습니다. (2023년은 10월 모의훈련 예정)

침해사고 대응 프로세스



모의훈련 유형

APT(Advanced Persistent Threat)
구성원 대상 사회공학적 악성 이메일을 발송하고 이에 대한 탐지/대응 훈련

서버해킹
서버 대상 취약점 공격 탐지/대응 훈련

DDoS(Distributed Denial of Service)
홈페이지 또는 서버 대상으로 대용량의 악성 트래픽을 보내고 이에 대한 탐지/대응 훈련

공격 유형

유형	설명
스캐닝	네트워크 상에서 공격 대상을 파악하기 위한 행위
악성코드	다양한 방식으로 서버나 PC에 악성코드 감염 시도
취약점 공격	알려진 취약점 또는 0-day 취약점을 활용, PC·서버 권한 탈취 시도
DDoS	다수의 서버, PC등을 이용해 비정상적인 트래픽을 유발시켜서 대상 시스템을 마비시키는 공격 행위

심각도 등급

유형	설명
정상	해킹기법 및 보안취약점 등이 발견되었으나 그 피해가 미비하며 사이버상의 국가경제 사회 제반활동이 정상적인 경우
관심	취약점, DDoS, 악성코드 등 공격 시도의 증가
주의	위험도가 높은 취약점, DDoS, 악성코드 등 신규 해킹기법의 출현으로, 피해 발생 가능성이 증가
경계	취약점, DDoS 등 사이버 공격으로 인해 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우
심각	사이버 공격으로 인해 중요정보 또는 지적 재산권의 파괴, 손상, 유출이 발생하여 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우

정보보호 문화 조성

네이버는 이용자 및 파트너의 다양한 정보보호 활동을 지원하며, 투명한 정보보호 소통을 통해 안전한 인터넷 생태계 문화를 조성하고 있습니다. 이에 이용자 프라이버시 강화를 위한 보상 제도(PER), 네이버 피싱예방 캠페인, 파트너 정보보호 역량 강화 활동 등 다양한 활동을 진행하고, 모든 활동을 프라이버시센터를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

개인정보 자기통제권 보장 극대화

네이버는 개인정보처리방침을 통해 이용자 및 법정대리인의 개인정보 보호 관련 권리와 행사 방법을 안내하고 있습니다. 이용자는 언제든지 '회원정보' 페이지에서 자신의 개인정보를 조회하거나 수정·삭제할 수 있으며, 열람을 요청할 수 있습니다. 아울러 법률에 특별한 규정이 있지 않는 한 개인정보 처리의 정지를 요청할 수 있고, 언제든지 회원 탈퇴 등을 통해 개인정보의 수집 및 이용 동의를 철회할 수도 있습니다. 만 14세 미만 아동의 경우, 법정대리인이 아동의 개인정보를 조회하거나 수정 및 삭제, 처리정지, 수집 및 이용 동의를 철회할 권리를 가집니다.

네이버는 이용자의 제휴사 서비스 이용 등을 위해 네이버에서 수집한 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공해야 하는 경우, 개인정보보호법에 따라 이용자로부터 개인정보 제3자 제공에 대한 동의를 받고 있습니다. 네이버는 이용자에게 개인정보를 제공받는 자, 제공목적 및 제공하는 개인정보 항목 등을 사전에 고지하고 이에 대해 명시적·개별적 동의를 받습니다. 이에 따라 서비스 이용 중 이용자의 제휴사 서비스 이용 등을 목적으로 제3자에게 이용자의 개인정보를 제공하는 경우가 발생할 수는 있지만, 금전적인 대가를 지급받을 목적으로 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공하거나 대여해주는 경우는 없습니다.

네이버는 헌법상 권리인 이용자의 개인정보 자기결정권을 보장하기 위해 다양한 노력을 기울여 왔습니다. 2013년부터 네이버 서비스 이용 시 발생한 개인정보 수집 및 이용 내역과 본인이 동의한 제3자 제공 이력을 '개인정보 이용 현황' 페이지를 통해 국내 최초로 이용자 행태에 따라 개인 맞춤형으로 제공하고 있습니다. 2020년 7월에는 이용자가 개인정보 수집 및 제3자 제공에 대해 동의한 날짜를 추가로 공개하고, 나아가 네이버의 모든 서비스 내에서 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공에 대한 동의 철회까지 쉽게 진행할 수 있도록 개인정보 이용 현황 페이지를 개편하여 개인정보 자기통제권의 실현 과정을 원스톱으로 제공할 수 있게 하였습니다. 개인정보 수집 및 이용 동의 철회 시 이미 수집된 개인정보는 삭제되며, 개인정보 제3자 제공 동의 철회 시 제3자에게 추가적인 개인정보 제공이 발생하지 않습니다.

투명성 보고서

네이버가 수집한 이용자의 개인정보는 기타 법령에 보관기간이 명시된 경우를 제외하고는 이용자에게 동의 받은 기간 동안만 보관 후 파기하고 있습니다. 정보주체가 아닌 제3자로부터 개인정보를 제공받는 경우, 제3자가 정보주체로부터 네이버로의 개인정보 제공 동의를 받은 범위 내에서만 정보를 제공받고 있으며, 개인정보보호법에 따라 정보주체에게 '개인정보 수집 출처 고지'를 진행하고 있습니다. 수집 출처 고지는 수집 출처, 처리 목적, 처리의 정지를 요구할 권리가 있다는 사실을 포함하여 제공받은 날로부터 3개월 이내에 정보주체에게 통지하고 있습니다.

또한 '네이버 맞춤형 광고 안내' 페이지를 통해 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고에 대하여 정보 수집과 보유, 파기, 이용자 통제권 행사 및 피해구제 방법에 관한 운영원칙을 공개하고 있습니다. 네이버는 EU GDPR(유럽 연합 일반 데이터 보호 규칙), 미국 CCPA(캘리포니아 소비자 개인정보 보호법) 등 각국의 프라이버시 보호법률 제정으로 인해 세계적으로 이용자의 프라이버시 관련 권리에 대한 요구가 높아지고 있는 상황에서 이용자의 자기정보 통제권을 세계적인 수준으로 높이기 위한 선제적인 노력을 이어 나갈 예정입니다.

네이버는 개인정보 및 프라이버시 보호를 하나의 서비스처럼 제공하는 'PaaS (Privacy as a Service)'를 지향하며, 프라이버시 보호와 관련하여 이용자와 함께 소통할 수 있는 방법을 끊임없이 고민해왔습니다. 2013년 국내 최초로 '네이버 프라이버시센터'를 오픈하여 네이버 서비스 전반에 적용되는 개인정보보호 원칙과 각 서비스 운영 정책을 외부에 투명하게 공개하고 있습니다. 또한 매년 2회 '투명성 보고서'를 발간하여 관계 법령에 의해 수사 기관에 제공된 개인정보의 통계를 정기적으로 투명하게 공개하고 있습니다. 나아가 네이버의 개인정보보호 활동을 담은 '네이버 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 미국, 일본 등 글로벌 개인정보 및 프라이버시 관련 법제 및 가이드라인을 프라이버시 센터의 '글로벌 지원' 메뉴로 통합 제공하고, 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈 발생 시 이용자와 함께 논의할 수 있는 공식 블로그, SNS 및 '네이버 프라이버시TV'를 운영하여 이용자와의 소통을 확대해 나가고 있습니다.

네이버 정보보호 주요 연혁

- **2006**
  - 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC27001 국제인증 취득 (세계 최초 개인정보보호 부문 특화)
- **2010**
  - 전사 정보보호 관리체계에 대한 ISMS 인증 취득 (국내 최초 관계사 포함 전체 관계사 대상)
- **2011**
  - 전사 개인정보보호 관리체계에 대한 PIMS 인증 취득 (국내 제 1호 PIMS 인증)
- **2013**
  - 2013 국내 최초 SOC(Service Organization Control) 2, 3 인증 동시 취득
  - 네이버 프라이버시센터 오픈
  - 개인정보보호 연간 리포트 발간 시작
- **2015**
  - 국내 최초로 투명성 보고서 공개, 통신비밀 보호업무 외부 검증 보고서 공개
- **2016**
  - ISO/IEC 27017, 27018 인증 취득 (클라우드 서비스 분야 정보보호 검증 추가)
  - NAVER White Paper 발간 시작
  - 지식iN '작성자 외 비공개' 기능 추가
- **2018**
  - 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, 네이버 프라이버시센터 내 GDPR 안내 페이지 공개
- **2019**
  - 아동용 개인정보 수집 및 이용 안내, 사업자 회원을 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
- **2020**
  - AI 스피커 프라이버시 정책 공개, 국내 최초 '개인정보 이용현황' 옵트아웃 기능[1] 적용, SME 대상 온라인 라이브 개인정보보호 교육 시행
  - 개발 보안 내재화(Security By Design)를 위한 Naver DevSecOps 플랫폼인 Toothless 정착
- **2021**
  - 밴드 for Kids & 밴드웹 아동 개인정보 처리에 대한 PRIVO 인증 취득
  - 네이버 프라이버시 센터 개편으로 '글로벌 지원' 메뉴 오픈, '프라이버시 보호 설정' 주소록 서비스 적용
  - 스마트스토어 판매자 대상 파트너스퀘어TV 정보보안 교육 시행
- **2022**
  - APEC(아시아태평양경제협력체, Asia-Pacific Economic Cooperation) CBPR(국경 간 프라이버시 규칙, Cross-Border Privacy Rules) 인증 국내 기업 최초 취득
  - 네이버 업무 위탁 파트너사 대상 파트너 정보보호 교육 시작

[1] 정보 소유 당사자가 정보수집을 명시적으로 거부할 때에 정보수집을 중단하는 정보처리 방식

정보보호 문화 조성

투명성 보고서 통계

				2019	2020	2021	2022
정부기관 자료 요청 대응 현황 (수사 목적)	압수영장[1]	요청	건	7,712	7,248	7,307	7,312
		처리		6,109	5,269	5,269	5,322
		제공		318,380	1,304,804	4,036,190	881,478
		처리율	%	79	73	72	73
	통신제한 조치	요청	건	18	6	5	3
		처리		18	6	5	3
		제공		82	76	94	72
		처리율	%	100	100	100	100
정부기관 자료 요청 대응 현황 (수사 목적)	통신사실 확인자료	요청	건	4,266	2,506	2,094	1,757
		처리		3,701	2,083	1,821	1,523
		제공		8,139	4,793	3,997	3,390
		처리율	%	87	83	87	87
	통신자료	요청	건	119	49	33	18
		처리		-	-	-	-
		제공		-	-	-	-
		처리율	%	0	0	0	0

* 통계 상의 '요청 및 처리'는 수사기관이 네이버에 접수하여 처리된 '문서의 건 수'를 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 실체적 심사의무 존재여부 확인 및 영장주의 위배 우려 등과 관련한 법원의 판결을 존중하여 통신자료의 제공을 중단함

[1] 압수영장의 경우, 이용자 식별 정보가 아닌 로그기록만 제공된 경우 각 로그를 1건으로 집계함

이용자 정보보호 강화

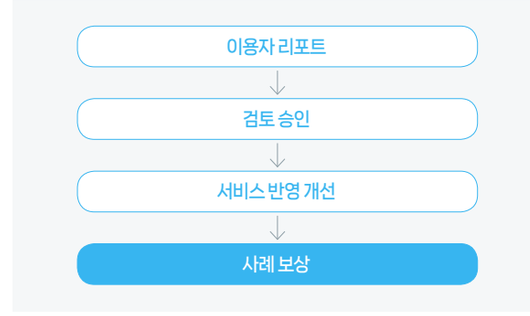
이용자 프라이버시 강화 보상제도

네이버는 이용자 개인정보 및 프라이버시 보호를 위하여 2016년 국내 기업 중 최초로 프라이버시 강화 보상 제도(PER: Privacy Enhancement Reward)를 수립하였으며, 2022년 11월 이용자 정보보호 고도화를 위해 네이버 프라이버시센터 내에 새롭게 오픈했습니다. PER은 기술적인 보안 측면에서 취약점 제보 및 보상을 실시하는 '보안 취약점 보상제도(버그 바운티)'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. 이용자 편의성과 접근성이 보다 향상된 새로운 PER 시스템을 통해 이용자들은 PER 접수 내역과 처리 단계를 실시간으로 확인할 수 있으며, 접수 진행 상황, 총 접수 건수, 총 보상금액 등을 한눈에 살펴볼 수 있게 되었습니다.

PER(Privacy Enhancement Reward) 제도

네이버 프라이버시센터

PER 제도 진행 절차



네이버 이용자 대상 정보보호 피해 예방 캠페인

네이버는 회사 공식 Security 블로그의 '네이버 피싱 예방 캠페인'을 통해 네이버 로그인 서비스를 사칭한 피싱 공격에 대해 이용자가 구별하는 7가지 방법을 제시하였으며, 네이버 계정 도용을 통한 블로그 및 카페의 무단 점유를 예방하기 위해 네이버 실명인증에 대한 필요성 및 방법을 안내하였습니다. 네이버 사칭 및 피싱 메일에 대한 주의사항에 대해서도 이용자들이 쉽게 확인할 수 있도록 네이버 메일 화면(PC, 모바일 버전)에 관련 내용을 상시 공지하고 있습니다. 또한 피싱을 포함하여 계정 도용 피해를 입은 피해자들의 POP3 및 IMAP 설정이 켜져 있는 경우, 피해자의 모든 메일이 실시간으로 공격자 서버에 전송되어 2차·3차 피해로 이어질 수 있으므로 이러한 메일 계정 피해를 예방하기 위한 메일 설정, 활동 기록 보기 등의 방법도 같이 안내하고 있습니다.

네이버는 더 많은 이용자의 개인정보보호 역량 강화를 위해 여러 유관 기관과의 협력을 확대하고 있습니다. 2020년 5월 한국인터넷진흥원(KISA)과 업무협약을 체결하였고, 2021년 KISA와 개인정보위원회가 주관하는 '내 정보 지킴이 캠페인'에 참여하여 일상생활 속 개인정보를 보호할 수 있는 생활 수칙을 카드뉴스로 안내하였습니다.

또한 2021년 11월 한국인터넷기업협회에서 기업들의 이용자 개인정보 보호 활동 및 현황을 소개하는 릴레이 카드뉴스 제작에 첫 주자로 참여하여, 다양한 개인정보 및 프라이버시 관련 지식을 제공하는 네이버 프라이버시센터에 대해 이해하기 쉬운 언어와 흥미로운 그래픽으로 전하였습니다.

네이버 Security 블로그

사업자 회원을 위한 안전한 개인정보 관리 안내서

정보보호 문화 조성

파트너 정보보호 관리

아웃소싱(파트너 위탁 및 협업) 정보보호 절차 강화

네이버는 외부 파트너사와 업무 위탁 및 협업 과정에서 준수해야 하는 정보보호 사항을 규정하고, 계약 발주단계에서부터 협업진행, 협업 종료단계까지 아웃소싱 정보보호를 위한 각 단계별 정보보호 사항을 정의하고 운영하고 있습니다.

파트너 개인정보보호 역량 강화

2022년 7월 '정보보호의 달'을 맞아 개인정보보호책임자(CPO)가 소상공인 사업자를 위한 온라인 개인정보보호 교육을 '소상공인이 알아야 할 개인정보 A to Z' 주제로 진행하였습니다. '개인정보 이해하기', '개인정보 침해 대응 방안 알아보기', '개인정보 침해 사례 살펴보기', '개인정보 참고 자료 활용하기' 순서로 소상공인 사업자가 주지해야 하는 개인정보에 대한 설명과 개인정보 처리 시 주의사항 등에 대해 설명하였습니다.

또한 정기적으로 개인정보보호 캠페인을 실시하여 상품 리뷰 및 Q&A에서 고객 개인정보 미노출, 스마트스토어 등 네이버 서비스의 계정 공유 금지, 불필요한 개인정보 삭제와 개인정보보호의 중요성 등에 대해 안내하였습니다.

아울러 네이버는 파트너사와의 협업 과정에서 핵심기술 및 정보 유출을 방지하기 위해 네이버 사업장에 상주하는 파트너 대상으로 강화된 정보유출 통제가 적용된 파트너용 업무용 단말기를 지급하고 있습니다. 또한 2022년 7월부터 파트너사의 구성원을 대상으로 보안인식 제고 및 협업 과정에서 부주의로 인해 발생할 수 있는 보안위협을 예방하기 위해 '파트너 정보보호 교육'을 진행해 오고 있습니다.

파트너 협업 관리 업무 프로세스

아동 개인정보 보호

2019년 6월 정보통신망법 개정 및 2020년 8월 개인정보보호법 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 동의'의 아동용 버전을 제공하고 있으며, 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 '개인정보 이용내역 통지 메일'을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송합니다.

또한 쥬니버 서비스 내 '어린이용 네이버 프라이버시TV' 채널을 개설하여 어린이 대상 개인정보보호 교육 영상을 제공하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다. 뿐만 아니라 어린이를 위한 밴드 앱 '밴드 for Kids'와 밴드 웹이 PRIVO의 미국 아동 온라인 프라이버시 보호법(COPPA) 세이프 하버 인증을 획득하며, 글로벌 수준의 아동 개인정보보호 체계를 검증받았습니다. 또한 아동과 청소년이 정보주체로서 인터넷 환경에서 자신의 개인정보에 대해 적극적으로 권리를 행사할 수 있도록 지원하기 위해 개인정보보호위원회의 청소년 개인정보보호 리더 양성 사업에 참여하고 있으며, '아동을 위한 네이버의 개인정보 처리 안내' 시청각 자료를 제작·배포하는 등 다방면으로 노력하고 있습니다.

파트너 정보보호 교육 첫 화면

파트너 개인정보보호 역량 강화 주요 마일스톤

2018년
- 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원 대상 고객 개인정보 관리 안내 메일 배포

2019년
- 개인정보보호에 대한 기본 지식과 사업 운영 시 유용한 정보를 담은 '개인정보 관리 안내서' 제작

2021년
- 사업자 회원 대상으로 '우리 고객의 개인정보보호를 위한 기본 수칙', '사례를 통해 알아보는 개인정보 유출·노출 사고 예방법'을 주제로 개인정보보호 안내 메일 배포

2022년
- 소상공인 사업자를 위한 온라인 개인정보보호 교육 실시
- 네이버 파트너 대상 정보교육 실시

정보보호 인식 및 신뢰 제고

네이버의 모든 구성원은 전 세계 수억 명에 달하는 이용자의 일상과 함께 하는 서비스를 제공하는 기업의 일원으로서 자긍심과 책임감을 가지고 더 나은 사이버 보안을 실현하고자 최선을 다합니다.

구성원 정보보호 교육

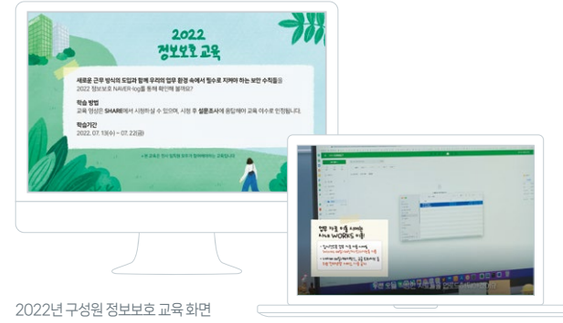
네이버는 개인정보보호법에 따라 연 1회 구성원 교육을 수행해야 하지만, 보다 엄격한 자체 기준을 적용하여 주기적인 교육을 진행하고 있습니다. 2022년에는 기본 교육으로 상·하반기 연 2회 개인정보보호 교육과 1회의 정보보호 교육을 시행하였습니다. 개인정보보호 교육은 네이버 및 네이버 계열사의 계약직을 포함한 전 구성원과 개인정보취급자를 대상으로 하며, 상반기에는 최신 개인정보보호 이슈와 기술에 대해 외부 전문강사들이 교육하는 5개의 맞춤형 강좌를 개설하였으며, 하반기에는 내부 담당자들이 기초부터 실전까지 수준별 맞춤형 강좌를 총 8개 개설하여 구성원들에게 제공하였습니다. 정보보호 교육의 경우 필수적으로 준수해야 하는 보안 수칙을 브이로그(Vlog) 형식으로 구성하여 많은 구성원들의 참여와 호응을 이끌어 냈습니다. 특히 네이버 및 관계사 내 법정 필수 교육대상의 교육 수료 현황을 확인하고, 교육 미수료자는 사내 개인정보 처리 권한을 회수하였으며, 권한 재발급 필요 시에도 개인정보 보호교육 수료 확인 후 발급하고 있습니다.

네이버 개인정보보호 교육은 3가지 수준(기초-입문-실전)으로 제공되어, 구성원들은 직무나 관심사에 따라 원하는 교육을 선택할 수 있습니다. 개인정보보호 담당자들이 직접 촬영 및 제작하거나 더욱 다양한 주제로 교육내용을 편성함으로써 보다 많은 구성원들의 업무에 실질적인 도움이 되도록 하였습니다. 특히 2021년부터는 상·하반기 교육 과정에 글로벌 개인정보보호 관련 강의를 추가하여 글로벌 프라이버시 컴플라이언스 역량을 강화하고자 노력하였습니다. 2022년 기준 상·하반기 모두 대상자의 98%가 교육을 이수하였습니다. 네이버 및 계열 법인 대상으로 '새로운 근무방식의 도입과 함께 우리의 업무 환경 속에서 필수적으로 지켜야 하는 보안 수칙들'이라는 주제의 구성원 정보보호 온라인 교육을 진행하였으며, 2022년 기준 전 구성원 중 97.2%가 관련 교육을 이수하였습니다.

또한 구성원 정보보호 교육과 별개로 2022년 한 해 동안 정보보호 유의사항을 비롯하여 정보보호 캠페인 시행, 정보보호 정책 변경, 보안 취약점 및 패치 관리에 대한 권고 등 정보보호 관련하여 긴급하게 대응해야 하거나 지속적으로 준수해야 하는 사항에 대해 약 120건에 달하는 사내 정보보호 공지를 통해 구성원의 사이버 보안 인식 제고를 도왔습니다.

정기 교육 외에도 2022년 3월에는 '일본 개정 개인정보보호법'과 '한국-EU 개인정보보호 적정성 결정'에 대한 특강을 열어 글로벌 진출 서비스를 지원하였으며, 7월에는 '파트너 대상 정보보호 교육'을 시행하여 네이버의 정보보호 관련 수칙을 안내하였습니다. 뿐만 아니라 상시적인 개인정보보호 캠페인을 통해 구성원들이 일상 속에서 개인정보보호의 중요성을 자연스럽게 인식할 수 있도록 도움을 주고 있습니다.

최근 채용 확대에 따라 많은 인원이 신규로 입사하고 있어, 신규 입사자를 위한 개인정보보호 및 정보보호 교육의 필요성이 높아졌습니다. 이에 정보보호, 개인정보보호, 개발보안 및 정보보호 실천사항 등 4개 교육으로 상세 개편하여 신규 입사자의 정보보호 인식수준을 높이고 회사의 정보보호 규정을 이해한 후 업무를 시작할 수 있도록 하고 있습니다. 신규 입사자 정보보호 교육은 매달 시행되고 있으며, 교육 종료 후 설문조사를 통해 교육 만족도와 개선의견을 조사하여 교육의 효과성을 높일 수 있도록 노력하고 있습니다. 아울러 구성원의 많은 부분을 차지하는 개발자들이 빠르게 변화하는 개발 환경에서도 지속적으로 성장할 수 있도록 'TechShare'를 개설하여 2019년부터 매월 운영하고 있습니다. TechShare는 시스템과 보안 영역에서 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 사이버 보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우를 공유하는 강의입니다.



2022년 구성원 정보보호 교육 화면

정보보호 신뢰 제고

네이버는 국내 대표 개인정보보호 및 정보보호 선도기업으로서 이용자 프라이버시 및 개인정보보호를 위해 국내외의 공신력 있는 기관들로부터 정보보호 체계를 매년 검증받음으로써, 안심하고 이용할 수 있는 정보보안 신뢰성을 제고하고 있습니다.

네이버 정보보호 인증

1 ISMS-P: 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증
정보서비스 보호와 개인정보보호 관리 능력을 통합적으로 고려한 인증

2 ISMS: 정보보호 관리체계 인증
정보통신망의 안전성 확보 및 조직의 정보자산 보호능력에 대한 인증

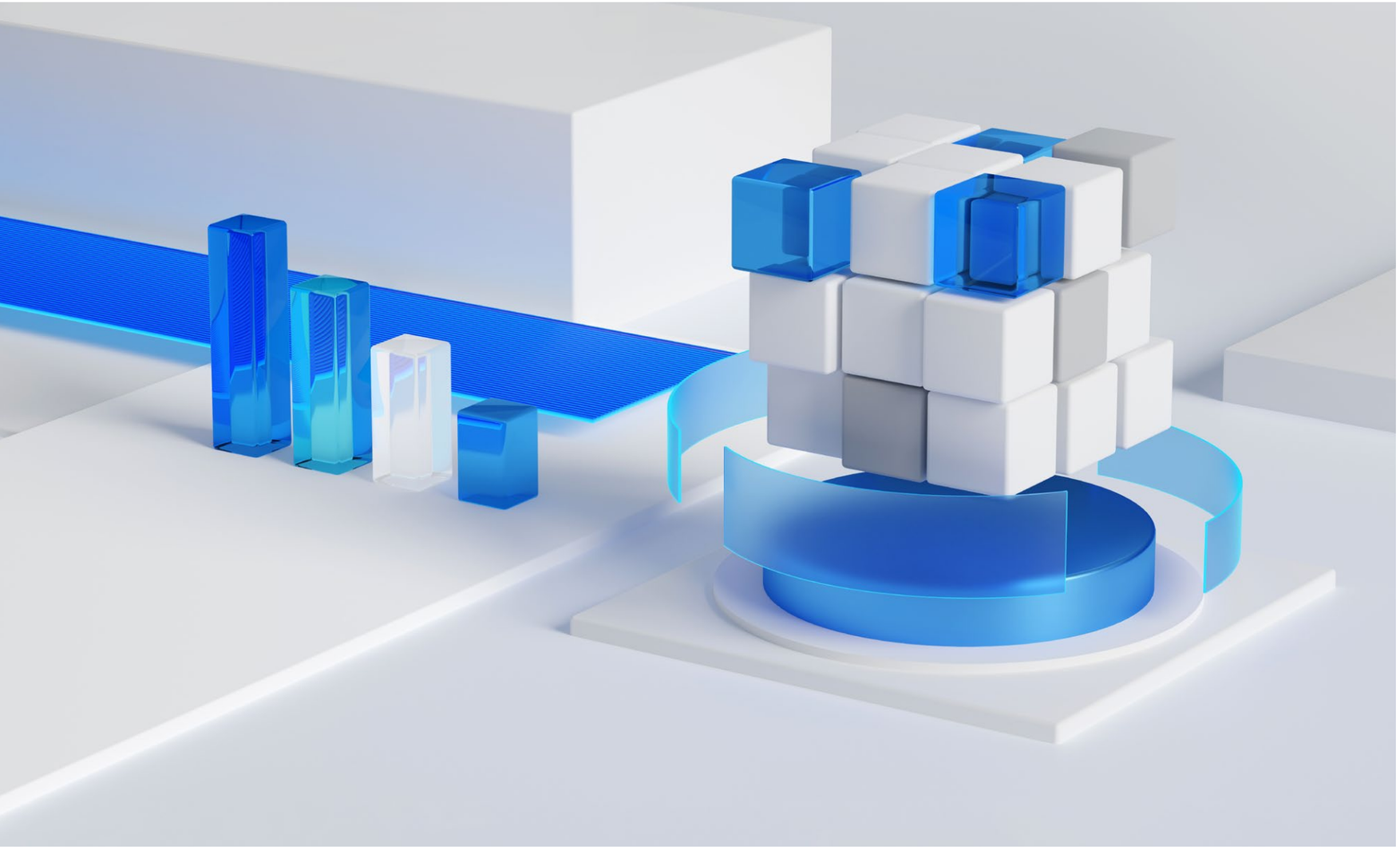
3 APEC CBPR: 글로벌 개인정보보호 관리체계 인증
APEC 프라이버시 보호 원칙을 기반으로 기업의 개인정보보호 체계를 평가하는 국제인증

4 ISO/IEC: 국제 정보보호 관리체계 인증
정보보호 수준의 지속적 개선 및 고객 요구사항 충족을 보장하는 국제인증
ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701 취득

5 SOC: 서비스 조직통제
서비스 조직에 의해 제공되는 서비스에 대한 내부 통제 리포트

ESG COMMITMENT 7

책임 있는 비즈니스 운영



2022 KEY HIGHLIGHTS

반부패경영시스템(ISO 37001) 사후인증심사 통과
(2022.07)

ISO 37001

사내 AI 윤리 자문 프로세스(CHEC) 구축
(2022.11)

AI 윤리 자문프로세스(CHEC)

방송통신위원회 주관 이용자보호업무평가 '우수' 등급 획득
(2022.11)

이용자보호업무평가
'우수' 등급

Minimizing Compliance Risks

네이버는 매일 전 세계 수많은 사람들을 연결하는 글로벌 기업으로서 책임감을 가지고 바르게 사업을 운영하기 위해 노력합니다. 특히 기업윤리 실천을 통해 투명하고 신뢰받는 기업으로서의 책임을 이행하며, 선제적이고 철저한 리스크 관리를 통해 네이버와 연결된 이해관계자의 가치를 보호합니다.

MANAGEMENT APPROACH

네이버는 네이버의 첨단 기술이 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구이기를 바랍니다. 이러한 네이버의 가치 실현 및 첨단기술의 지속가능한 발전을 위해서는 급변하는 환경에 상응하는 고도화된 리스크 관리가 필요합니다. 이에 네이버는 불법 촬영물, 음란 게시물, 악성 댓글, AI 윤리 등에 대해 리스크 요인을 점검하고 선제적으로 대응하고자 노력하고 있습니다. 아울러 문제 발생 시에는 신속한 대응을 통해 네이버 이용자 보호를 최우선 가치로 두고 있습니다. 네이버는 '네이버 AI 윤리 준칙'을 모든 구성원들이 자연스럽게 실천해 가는 기업문화로 만들기 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 과정에서 얻은 고민과 경험을 사회와 산업 구성원 모두에게 공유하고자 합니다. 이는 네이버가 AI에 대해 고민하고 경험한 것이 단순히 한 기업의 자산으로 남는 것이 아니라, 우리 사회 구성원 모두의 자산이 되는 것이 중요하다고 생각하기 때문입니다. 네이버와 SAPI가 함께 발간하는 NAVER-SAPI AI REPORT도 이러한 노력의 결과물입니다.

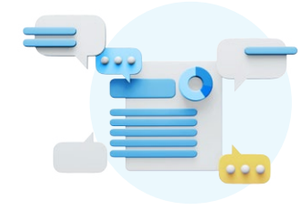
OUR KEY PERFORMANCE INDICATORS(KPI)

내부감사 및 리스크 관리 체계 고도화

- 대내외 경영환경 변화 Risk Pool 기반 연간·중장기 내부감사 계획 수립 및 달성

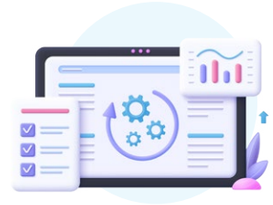
이용자보호업무평가 '우수' 등급 달성

- 방송통신위원회 주관 '이용자보호업무평가' 우수 등급 달성 유지



이용자 보호 및 소통 강화

- 네이버 내 이용자 보호 프로그램 통합체계 구축 및 리브랜딩
- 이용자 보호 관련 업무 관리체계 강화
- 이용자 피해 예방 활동 강화 및 고도화
- 이용자 불편/클레임 개선 및 셀프 해결 지원 확대



건강한 콘텐츠 문화 조성

- AI 기반 유해게시물 차단 프로그램 X-eye 2.0 자동 탐지 영역 확대

AI 윤리

네이버는 첨단 AI 기술을 활용해 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구로서 서비스를 제공하도록 노력하겠습니다. 아울러 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 삼겠습니다.

사람을 위한 AI

네이버는 이용자의 일상에 편리함을 더하기 위해 기술을 개발해 왔고, AI 역시 일상의 도구로 활용될 수 있도록 발전시켜 나가고 있습니다. 네이버는 이러한 가치를 토대로 AI에 대한 사회적 요구와 네이버의 기업철학을 통합적으로 반영한 '네이버 AI 윤리 준칙'을 공개한 바 있습니다. 나아가 2022년 네이버 AI 윤리 준칙을 현장에서 실천하기 위한 노력을 지속하였고, 이를 외부에 소개하였습니다.

2022년 11월 네이버는 서울대 AI 정책 이니셔티브(SNU AI Policy Initiative, SAPI)와 공동 웨비나를 개최해 네이버 AI 윤리 자문 프로세스인 'CHEC(Consultation on Human-Centered AI's Ethical Considerations)'를 공개하였습니다. CHEC는 네이버 AI 윤리 준칙의 관점에서 네이버 AI 서비스에 담긴 인간 중심의 가치를 재조명하고, AI에 대한 사회의 우려사항을 살펴보며 개선해 나가는 프로세스입니다. AI 기술을 활용하는 서비스 부서에서 CHEC를 신청하면, 해당 우려사항을 고려해 서비스 부서에 공유하고, 서비스 담당자와의 논의를 통해 현실적으로 개선 가능한 내용을 전달하는 절차로 이루어져 있습니다. 이는 일방적인 점검이 아닌 현실적인 개선을 이뤄낼 수 있는 상호작용임과 동시에, 사례를 통해 원칙을 구체화시켜 네이버 AI 윤리 준칙을 자연스럽게 준수하는 기업문화를 형성해 나가는 과정입니다. CHEC는 실제로 네이버 AI 윤리 준칙을 서비스 개발에 적용할 때 도움이 될 수 있는 구체적 방안이 필요하다는 의견을 계기로 하여, 개발 및 기획 부서의 피드백을 받고 AI 업무 연관성이 높은 구성원들을 대상으로 진행된 온라인 사내 간담회를 통해 의견을 수렴하는 과정을 거쳐 마련되었습니다. 앞으로도 CHEC가 보다 나은 프로세스가 될 수 있도록 지속적으로 개선해 나갈 계획입니다.

NAVER-SAPI AI 리포트

또한 네이버는 2022년 12월 SAPI와의 협업을 통해 두 번째 리포트인 'NAVER-SAPI AI 리포트: 2022 Case Study – 지식인터랙티브, 클로바 케어콜'을 발간하였습니다. 네이버의 AI 서비스 중 '지식인터랙티브'와 '클로바 케어콜'의 사례를 통해 네이버 AI 윤리 준칙의 관점에서 네이버의 AI 서비스가 현장에서 어떻게 기획 및 개발되었는지 소개했습니다. 대화형 검색 서비스인 지식인터랙티브는 검증된 출처를 활용하여 이용자 맞춤형 답변을 제공함으로써 편리하면서도 신뢰할 수 있는 검색 도구로 활용되고 있습니다. 또한 AI 전화 서비스 클로바 케어콜은 COVID-19 증상 확인이 필요한 대상자의 증세 확인과 중장년 및 1인 가구의 안부 확인에 활용되는 도구로써 안전한 사회 조성에 기여하고 있습니다. 이처럼 네이버는 지식인터랙티브와 클로바 케어콜 등 네이버의 AI 서비스가 다양한 이용자에게 편리한 도구가 될 수 있는 방안을 고민하고 있습니다.

앞으로도 네이버는 공동 웨비나, AI 리포트 등을 통해 네이버 AI 서비스에 담긴 고민과 경험을 사회에 지속적으로 공유하고자 합니다. 네이버가 AI 기술에 인간 중심의 가치를 반영하기 위해 고민한 경험이 의미 있는 사회적 가치를 창출할 수 있도록 계속해서 노력하겠습니다.

[NAVER AI 윤리 교육] 네이버 AI 윤리 준칙의 방향성

네이버 AI 윤리 준칙과 기업문화

네이버는 '네이버 AI 윤리 준칙'을 자연스러운 기업문화로 만들어 나가기 위해 노력하고 있습니다. 2022년부터는 '네이버 AI 윤리 준칙의 방향성' 영상 자료를 제작하여 공개하는 등 네이버의 모든 구성원이 AI 개발과 이용에 있어 네이버 AI 윤리 준칙을 준수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

이 외에도 2022년 불법유해정보 모니터링을 수행하는 그린웹서비스의 담당자를 대상으로 다양한 유형의 서비스와 관련된 직무교육을 실시하고 있습니다. 불법유해정보 관리와 관련된 직무교육 성과는 하기 표와 같습니다.

불법유해정보 관련 직무교육 실시 성과

교육명(서비스)	교육시간 (단위: 시간)
이미지·동영상(+X-eye)	205
카페·블로그·포스트	671
지식인	193
쪽지	3
카블메타 검수	252
콘텐츠	610
검색결과 + 검색어	223
뉴스 댓글	356

디지털 접근성

모든 이용자를 위한, 서비스 디지털 정보 접근성 제고

네이버는 모든 이용자가 특정 환경이나 신체적 장애 등의 제약과 무관하게 네이버의 웹 사이트와 모바일 애플리케이션에서 제공하는 정보에 동등하게 접근하고 이용할 수 있도록 최선의 노력을 기울입니다. 디지털 정보 접근성은 장애인뿐만 아니라 고령자 및 비장애인도 그 대상이 되며, 네이버는 모두의 접근성을 보장하기 위해 W3C의 WCAG(Web Content Accessibility Guidelines)에 근거하여, 한국 접근성 표준인 한국형 웹 콘텐츠 접근성 지침 2.1(KWCAG, Korean Web Content Accessibility Guideline)과 모바일 애플리케이션 콘텐츠 접근성 지침 2.0을 기준으로 삼고 있습니다.

또한 AI와 같은 차세대 기술과 디바이스를 사용함에 있어 누구도 소외되지 않고 모든 사람들의 삶의 질을 높일 수 있도록 접근성과 사용성을 연구하고 있으며, 그 일환으로 국내 최초 접근성·사용성 통합 솔루션인 LINK 시스템을 통해 전체 서비스를 모니터링하여 통합 관리하고 있습니다. 이와 같은 접근성 보장을 위해 네이버는 인식의 용이성, 운용의 용이성, 이해의 용이성, 견고성을 핵심 원칙으로 삼고 보다 편리한 서비스의 개발과 제공에 힘쓰고 있습니다.

네이버는 디지털 정보 접근성에 대한 체험, 관련 표준 및 지침, 교육, 개발도구를 제공하는 '널리(NULI)'를 운영하고 있습니다. 특히 널리는 다양한 이용자의 환경과 상황을 직접 경험해 볼 수 있는 디지털 정보 접근성 체험을 제공합니다. 저시력 시각장애, 전맹 시각장애, 손 운동장애 및 중증 운동장애 이용자, 그리고 다양한 장애 상황에 놓인 이용자 환경을 경험하여 우리 모두 동일한 상황에 놓일 수 있음을 이해하고, 모두를 위한 디지털 정보 접근을 향한 문턱을 낮춰갈 수 있는 방향을 고민하고 있습니다.

뿐만 아니라 네이버는 2012년부터 매년 정보 접근성 세미나인 '널리 세미나'를 주최하고 있습니다. 네이버의 서비스에서 구현되고 있는 기술과 국내외 전문가들과 학계의 연구 결과를 연결하여, 다양한 분야에서 모든 사람을 위한 정보 접근에 대한 고민과 노하우를 공유하고 있습니다. 2022년에는 '현재를 넘어, 새로운 세상으로의 접근(Beyond Now, Access to the new world)'라는 슬로건 아래 '4차 산업 기술이 적용된 현재 접근성과 미래기술'이란 주제로 제10회 널리 세미나가 개최되었습니다.

본 세미나를 통해 네이버 웹툰은 AI 기술로 구현한 웹툰의 대체 텍스트 제공 및 지식iN 앱 서비스의 Flutter Accessibility를 통한 접근성 준수 방법에 대해 설명하였고, KAIST의 게임 접근성과 고려대학교의 웹툰 색약 교정 알고리즘 등을 공유하였습니다. 특히 네이버 웹툰의 AI 기술로 구현한 웹툰의 대체 텍스트 제공은 실제 네이버 웹툰에 적용하여, 전맹 이용자들도 네이버 웹툰을 즐길 수 있도록 2023년에 배포할 예정입니다.

2023년에는 네이버 서비스를 사용하는 모든 이용자들에게 필요한 가이드를 제공하고, VOC를 확인할 수 있는 '네이버 접근성 고객센터'를 오픈하였습니다. 네이버 접근성 고객센터를 통해 필요한 도움말을 확인하고 서비스별 가이드와 필요한 보조기술을 참고할 수 있습니다. 또한 이용자는 문의하기 채널을 통해 서비스 이용에 불편함을 바로 문의할 수 있습니다. 앞으로도 네이버는 네이버의 기술이 모든 사람을 위해 활용될 수 있도록 노력하고, 기술과 사람을 이어주는 접근성이 더욱 많은 사람들에게 보편적인 가치가 될 수 있도록 더 멀리 보고, 더 깊게 고민하고, 더 많이 나누겠습니다.

NULI Website

네이버 접근성 페이지

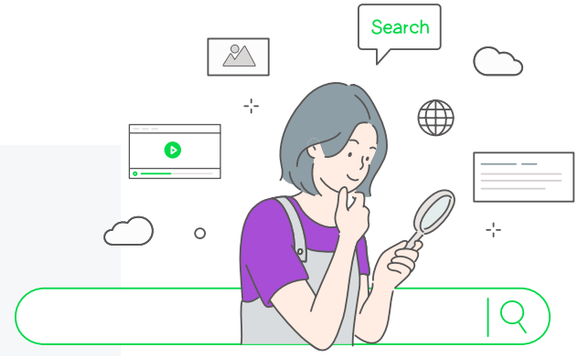
접근성 4대 핵심원칙

인식의 용이성
모든 콘텐츠는 이용자가 인식할 수 있어야 한다.

운용의 용이성
이용자 인터페이스 구성요소는 조작 가능하고 내비게이션할 수 있어야 한다.

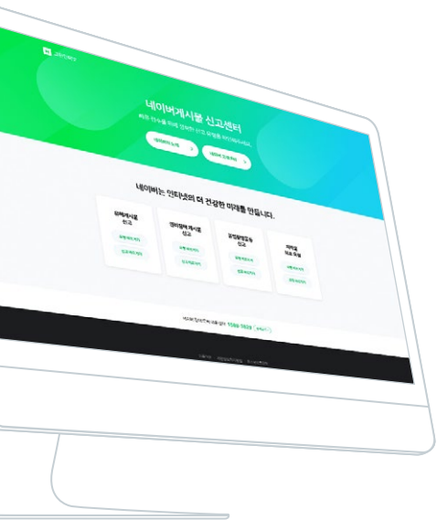
이해의 용이성
콘텐츠는 장애유무에 관계없이 이해할 수 있게 구성되어야 한다.

견고성
웹 콘텐츠는 미래의 기술로도 접근할 수 있도록 견고하게 만들어야 한다.



그린인터넷

네이버는 글로벌 경쟁력을 가진 기술 플랫폼 기업으로서, 이용자에게 새로운 연결의 경험을 선보이며 다양한 기회와 가능성을 열어 나갑니다. 아울러 그 과정에서 네이버 플랫폼 안에서 오가는 정보와 콘텐츠들이 안전하고 풍요로울 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다.



네이버 그린인터넷

네이버게시물 신고센터

이용자 보호를 위한 노력

네이버는 네이버가 제공하는 다양한 서비스 상에서 발생할 수 있는 이용자들의 권리와 이익을 보호하기 위해 다방면으로 노력하고 있습니다. 네이버는 고도화된 미래 기술을 지속적으로 활용하여 이용자 보호 시스템과 인프라를 고도화하고, 이용자의 불편·불만 응대 수준을 제고해 서비스 만족도를 향상시키고, 더 나아가 취약 계층 보호를 위한 대응을 진행하며, 대내외 환경변화에 발맞춰 개선해가고 있습니다. 특히 신뢰할 수 있는 안전한 서비스 환경 제공과 이용자의 권리를 보장하는 글로벌 플랫폼이 될 수 있도록 권익 침해가 발생할 수 있는 모든 위험 요소를 사전에 파악하고 선제적으로 대응하는 프로세스를 구축하여 이용자 피해 발생을 최소화하고자 합니다.

또한 네이버는 기술 경쟁력을 확보하면서도 사회적 요구에 맞는 역할을 다하기 위하여 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 대표적 활동으로 네이버는 '그린인터넷 캠페인'을 통해 인터넷 전반의 불법 게시물 근절에 앞장서고 있습니다. 본 캠페인은 음란 게시물 차단, 불법게시물 차단, 아동 청소년 보호, 저작권 보호, 개인정보 보호, 이용자 만족 및 보호라는 6가지, 각각에 대한 정책과 가이드라인을 수립하고, 이를 신속히 수행하기 위한 세부적인 활동을 진행하고 있습니다. 이 외에도 이용자 표현의 자유와 지식재산권을 보장하는 한편, 유해 콘텐츠를 제한하여 디지털 안전을 확보함으로써 이용자가 안전하게 네이버 플랫폼을 이용할 수 있도록 지원합니다.

또한 2009년 인터넷 자율 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 한국인터넷 자율정책기구(KISO) 정책 규정을 적용한 높은 수준의 운영정책을 마련하여 기준으로 삼고 있습니다.

네이버는 이용자의 권익에 대한 피해 발생 시 손해보상 절차 및 처리지침을 마련하여, 네이버가 제공하는 서비스 및 제품 이용과 관련하여 이용자의 피해를 최소화하고자 적극 노력하고 있으며, 이용자 피해 관련 처리 절차, 분쟁조정 프로세스 및 유의사항, 신고방법 등을 고객센터(홈페이지)를 통해 상세히 안내하고 있습니다.

음란게시물 차단

- X-eye 실시간 AI 이미지 필터링 시스템 적용 확대
- 신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영

불법게시물 차단

- 불법촬영물 등 불법게시물 신고 접수를 위한 24시간 신고센터 운영
- 신속한 불법게시물 차단을 위한 모니터링 전담팀 운영
- 청소년유해성 질의어 검색 시, 부적합한 검색결과 노출 제한
- 불법성 질의어 검색 시, 신고·상담·구제 등 채널을 노출하여 이용자 보호

아동·청소년 보호

- 인터넷 내용등급을 참고하여 유해한 게시물 차단
- 연령제한 기능을 통해 아동·청소년에게 유해한 게시글 노출 최소화
- 지식iN 내 청소년상담지원센터 등 상담 기관과의 연계를 통한 전문상담 진행
- 신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영

저작권 보호

- 창작자 권익 보호를 위한 저작권 보호 센터 운영
- 저작물 불법 유통 사전 방지를 위한 저작물 사전 보호 요청
- DB와의 연계를 통해 저작권이 있는 콘텐츠 자동 블라인드 처리

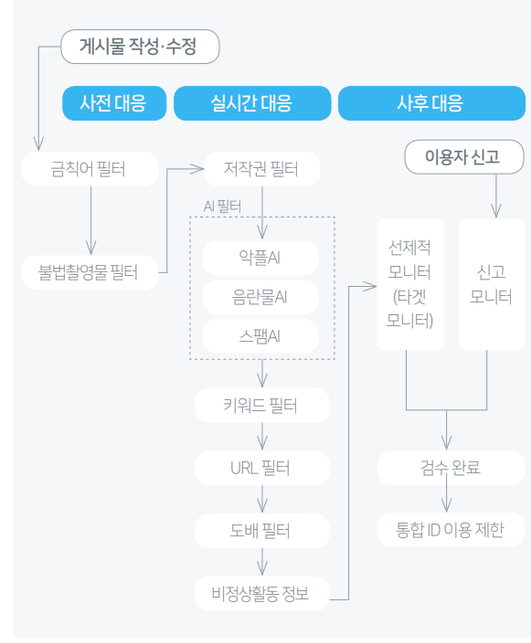
개인정보 보호

- 네이버 내 개인정보 관리를 위한 프라이버시센터 운영
- 개인정보에 관한 다양한 지식을 전하는 개인정보보호 블로그 운영
- 개인정보 노출에 대한 신속한 조치를 위해 긴급신고센터 운영

이용자 만족 및 보호

- 이용자 만족도 조사, 이용자 VOC 분석 등 이용자 경험 기반 서비스 개선
- 이용자 VOC 전용 수집 채널 운영
- 챗봇, 모바일 고객센터 등 차별화된 CS 서비스 확대
- 모니터링 및 서비스 유형별 전담 고객센터 운영

그린인터넷 활동 프로세스 – UGC 모니터링



그린인터넷

그린인터넷 실현을 위한 기술

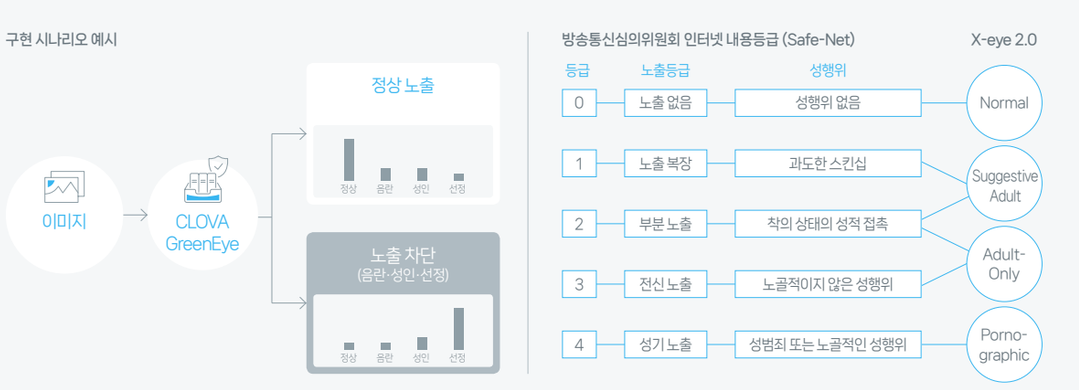
네이버는 서비스 전반에 걸쳐 이용자 보호를 위한 상시 모니터링 체계를 갖추고 있으며, 24시간 신고센터를 통해 신속하게 대응하고 차단함으로써 음란 게시물의 확산 및 2차 피해를 예방하는 데 만전을 기하고 있습니다. 특히 네이버의 자체 음란게시물 차단 기능인 AI 기반 'X-eye'를 활용해 99%의 음란물을 사전에 차단하고 있습니다. 2021년 기존 정상·음란으로만 구분하던 X-eye 1.0 버전에서 X-eye 2.0 모델로 업그레이드하였고, 정상·음란·성인·선정 4가지 등급으로 필터링 커버리지를 확대하면서도 더욱 높은 판단 정확도인 99.5%를 달성하였습니다. 개선된 X-eye 2.0은 uMon[1]과의 연동을 통해 모델 업데이트 과정을 자동화하였으며, 상시 업데이트를 통해 음란물 사전 차단이 더욱 정확하고 용이해질 것으로 기대되고 있습니다. 나아가 2022년에는 X-eye 2.0을 'CLOVA GreenEye'로 리브랜딩하였고, 기술력이 부족한 스타트업이나 기관 등에서 사용할 수 있도록 오픈 API 방식으로 네이버 클라우드 플랫폼을 통해 네이버의 기술을 외부에 공개하였습니다.

[1] uMon: UGC(User-Generated Contents)를 총체적으로 관리 및 검수하는 통합 모니터링 시스템

CLOVA GreenEye

2022년 네이버는 불법촬영물 유통 방지와 악성 댓글 차단을 위해 적극적으로 노력하였습니다. 신속한 불법촬영물 신고와 대응이 가능하도록 불법촬영물 등에 대한 365일 24시간 관리 체계를 구축하였고, 방송통신위원회에서 제공한 기술에 기반하여 불법촬영물 등에 특화된 DNA 필터링 시스템을 도입하였으며, 향후 방송통신위원회와의 지속적인 협업을 통해 고도화해 나갈 예정입니다. 욕설, 혐오표현 등 악성 댓글 문제를 해결하기 위해서 댓글 닉네임과 활동 이력 공개, 특정인의 댓글 차단 기능 도입 등 다양한 기술적 시도를 이어가고 있으며, 댓글 이용이 제한된 이용자의 경우 댓글모음 프로필에 해당 상태가 노출되도록 개선되었습니다. 욕설과 무례한 표현을 탐지하는 AI 클린봇을 도입해 악성 댓글 작성 및 노출 건수를 크게 줄였으며, 욕설뿐 아니라 과도한 성적표현까지 차단하도록 업그레이드하는 등 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 2022년 말에는 클린봇 AI 모델 필터링 커버리지를 확대해 '혐오·비하·차별 특화모델'을 출시, 베이징 2022 동계 올림픽 개최 당시 스포츠 서비스의 '응원톡', '선수톡'에 적용해 악의성 댓글에 적극적으로 대응하였고, AI 클린봇을 다른 영역으로도 확대하기 위한 준비 중에 있습니다. 또한 이용자 피해 예방활동 및 보호 프로세스를 더욱 기민하게 포착할 수 있도록 관련 현업부서를 경영진 직속 위원회로 별도 분류하여 경영진의 관리책임을 고도화하였습니다.

CLOVA GreenEye 기술 소개 및 적용 예시



그린인터넷 실현을 위한 VOC 지원

네이버의 서비스 영역이 확대되면서 이용자의 서비스에 대한 문의, 의견, 기능개선 요청 등과 같은 VOC(Voice of Customer, 고객의 소리) 또한 증가하고 있습니다. 네이버는 이용자의 VOC를 적극적으로 지원하기 위해 기존의 콜, 메일 외에 채팅상담 및 AI 기술을 접목한 스마트봇 상담 등 채널을 확대하여 이용자와 소통하고 있으며, PC 및 모바일 환경 어디서든 접근 가능한 고객센터(http://help.naver.com 등)를 운영하여 이용자 VOC의 신속한 접수와 반영, 그리고 불편사항 최소화를 위해 노력하고 있습니다.

뿐만 아니라 네이버 고객센터 페이지를 방문하지 않고도 네이버 포털에서 관련 내용을 검색하면 해당 도움말을 바로 확인할 수 있도록 제공하는 등 이용자와의 소통에 최선을 다하고 있습니다. 이러한 노력의 결과로 네이버는 2022년 방송통신위원회에서 주관 평가한 '이용자 보호업무 평가'에서 '우수' 등급을 획득하는 성과를 거두었습니다.

이용자 보호업무 평가 및 VOC 관리 현황

구분		2020	2021	2022
이용자 만족도 조사	방송통신위원회 이용자 보호업무 평가	우수	양호	우수
이용자 VOC 관리	접수건수	3,703,497	3,458,497	3,168,294
	처리건수	3,476,554	3,288,039	2,992,985
	처리율	93.9%	95.1%	94.5%

* 네이버 고객센터에 접수된 이용자 불편·불만 외 단순문의·제안 건도 포함

이용자 VOC 운영 프로세스

그린인터넷

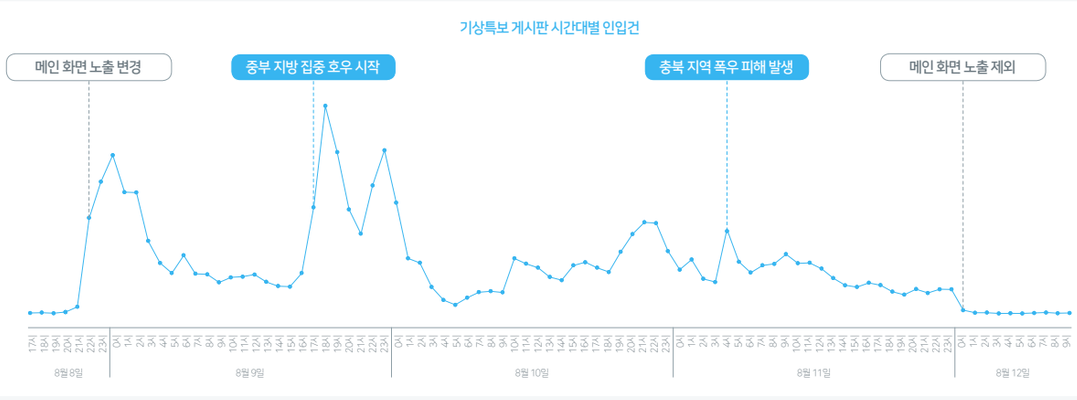
CASE STORY

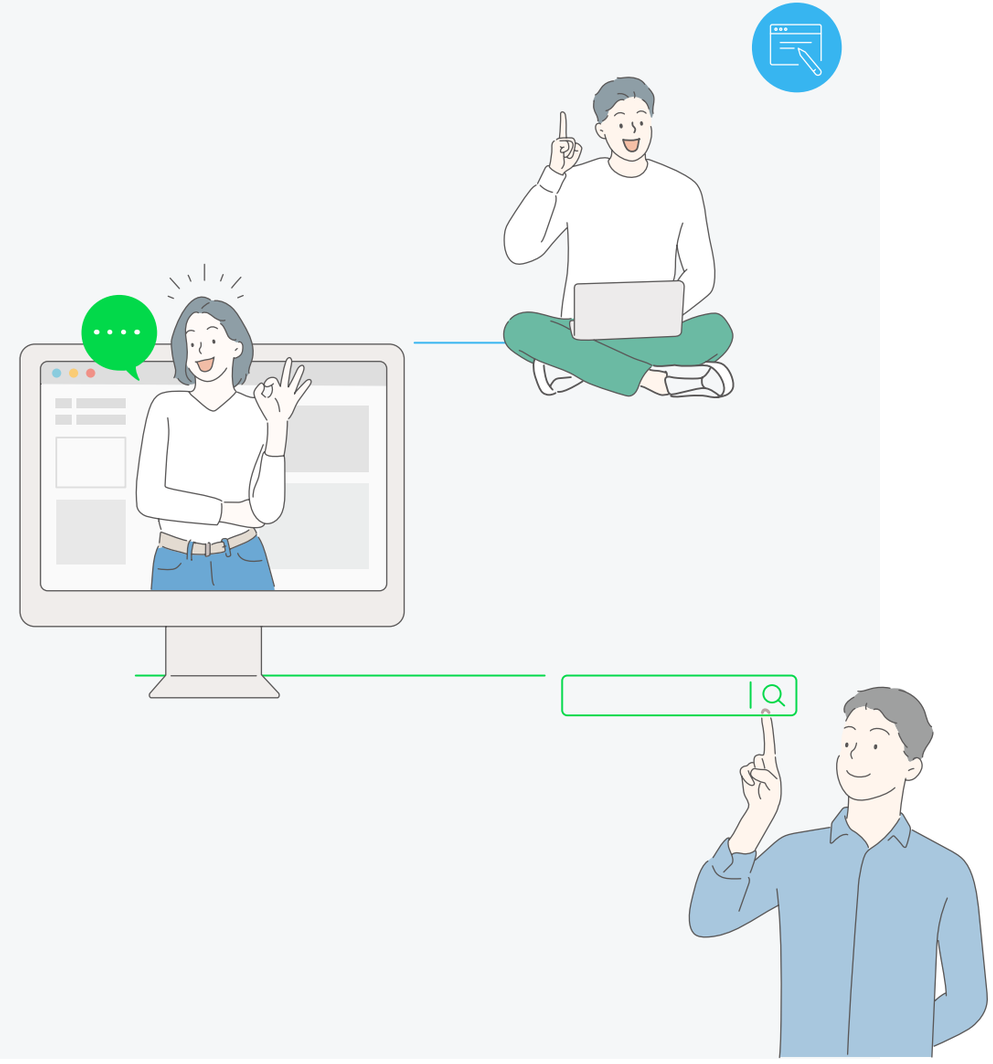
빅 이벤트 속 이용자를 보호하는 네이버의 자세

2022년 8월 기록적인 집중호우가 수도권을 강타하였습니다. 많은 사람들이 가족과 친구, 지인의 안전과 안부를 걱정하던 당시, 네이버는 즉시 포털 메인 검색창 하단의 배너를 마련해 네이버 이용자 모두가 사용할 수 있는 제보톡 서비스를 제공하였습니다. 이를 통해 이용자들은 댓글로 실시간 소통하며 위기상황에 대응하는 데 활용할 수 있었고, 이는 쌍방향 소통도구로서의 댓글의 가치가 제대로 발휘된 사례입니다. 한편 제보톡 서비스에서는 당시 많은 사상자가 발생하는 위급한 상황 속에서도 관심을 유발하기 위한 장난성 도배글과 성인성 이미지 등 서비스 이용에 불편함과 불쾌감을 초래할 수 있는 게시물이 증가하였고, 홍보성 글 등으로 서비스 이용에 방해를 주는 상습 악플러와 어뷰저의 활동도 늘어났습니다. 이에 네이버는 서비스 안전성 및 이용자 보호에 대한 노하우 및 경험을 기반으로 2019년 국내 최초로 도입된 악플 AI 필터링 기술인 클린봇을 적용시켜 불쾌한 댓글이 자동으로 가려질 수 있도록 조치하였습니다. 특히 생명 경시성 댓글을 적극적으로 모니터링해 차단하였고, 이를 반복적으로 작성하는 이용자는 활동을 제한하는 등의 조치를 취하여 서비스 이용에 불편을 초래하거나 서비스의 안전성을 저해할 수 있는 악플 근절을 위해 노력하였습니다.

신속한 정보 공유가 중요한 자연재해 상황뿐만 아니라 전 세계인의 관심이 집중되는 스포츠 이벤트였던 2022 FIFA 카타르 월드컵 기간에도 건전한 댓글문화 정착을 위한 네이버의 노력은 지속되었습니다. 경기의 승패 결과에 따른 악플과 경기에 영향을 준 선수에 대한 혐오성 표현 및 성적 비방 등의 악플에 적극 대응하였고, 특히 악성 댓글이 2차 피해로 연결되지 않도록 악성 댓글 탐지 AI 클린봇을 적극 투입하였습니다. 현재 AI 클린봇의 탐지율을 높이고, 나아가 무차별적인 비하·차별·혐오 표현을 담은 댓글 근절을 위해 AI 클린봇 기술 업그레이드와 성능 강화를 추진하고 있습니다.

날씨변화에 따른 시간대별 댓글흐름





전사 리스크 관리체계

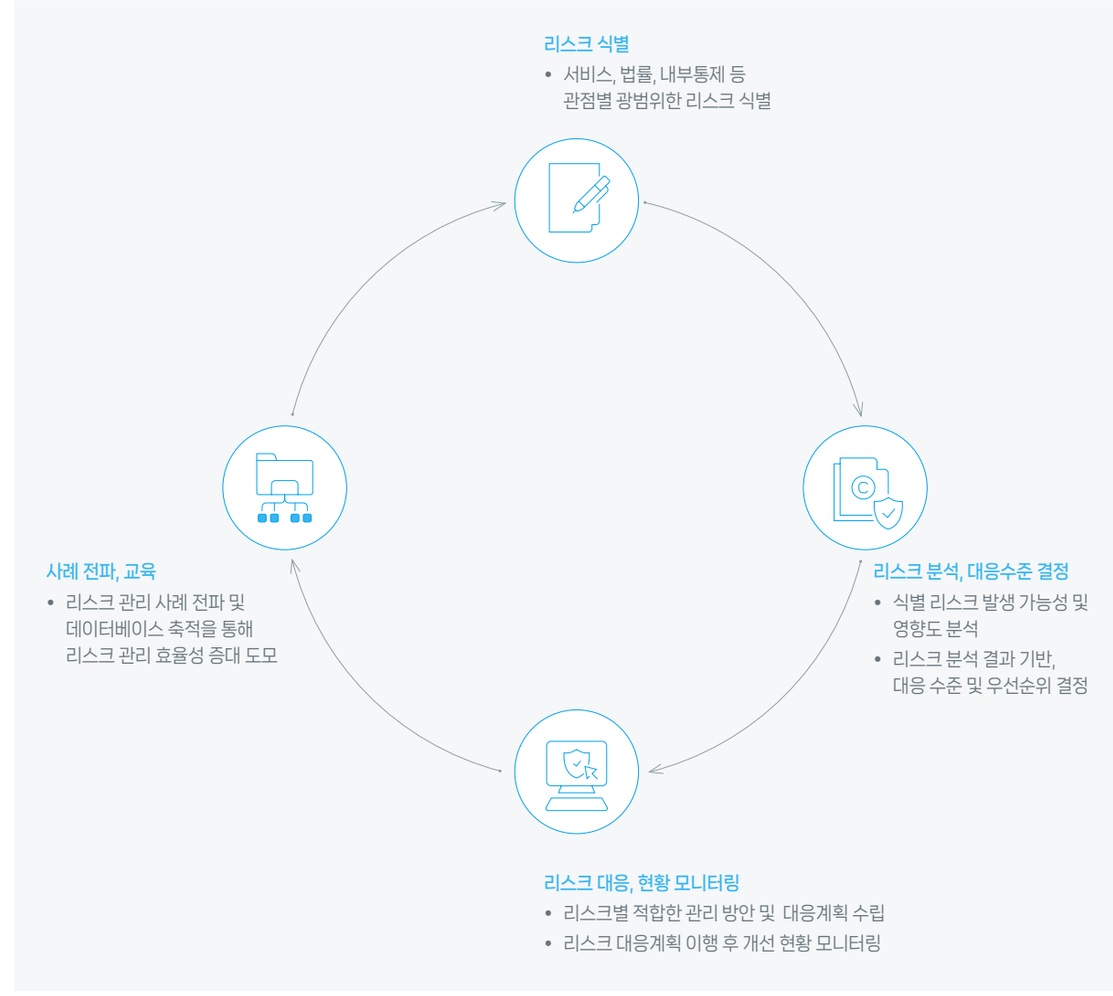
네이버는 경제적·사회적·환경적 측면에서
회사에 발생 가능한 리스크를 전사 차원에서
폭넓게 관리하고 대응해 나가고 있습니다.
앞으로도 단·중·장기 리스크를 체계적으로
관리함으로써 부정적 이슈 발생을 사전에 예방하고
새로운 가치 창출의 기회로 전환할 것입니다.

전사 리스크 관리체계 운영

네이버는 사업의 특성 및 내외부 주요 이해관계자의 요구사항을 반영한 체계적인 전사 리스크 관리체계를 보유하고 있습니다. 지난 2019년 전사 리스크 관리체계 고도화를 위해 TF를 구성하고 전략, 투자, 운영, 대외정책 등에 있어서 조직의 전체 리스크를 검토하여 관리 범주와 방법을 점검하였으며, 서비스 특성에 맞는 대응방안 및 통제수준을 수립하였습니다. 앞으로도 네이버가 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단, 관리할 수 있는 프로세스를 설계함으로써 지속가능한 리스크 관리 수준을 유지할 예정입니다.

네이버는 이사회 내 리스크관리위원회 및 전사 단위의 리스크 관리 워킹그룹을 통해 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침을 수립하고 주기적으로 리스크 관리 현황을 점검하는 등 전사 리스크 관리체계를 운영하고 있습니다. 특히 각 주제별 리스크 관리 책임자가 참여하는 리스크 관리 워킹그룹을 중심으로 주제별 리스크 점검의 전문성을 유지하면서도 통합적인 관점의 논의를 통해 리스크를 관리·예방하고 있으며, 다양한 조직의 협력 대응이 필요한 이슈가 발생한 경우 리스크 관리 워킹그룹 직할 부서인 RM Support가 직접 대응 및 지원하는 유기적이고 긴밀한 협력체계를 갖추고 있습니다.

네이버 리스크 관리 프로세스



전사 리스크 관리체계

1

각 서비스/CIC 부서 및 주제별 리스크 관리(Risk Management) 전담부서

리스크 관리 담당 부서는 각 서비스/CIC는 리스크를 가장 최전방에서 빠르게 식별하고 민첩하게 대응할 수 있는 부서입니다. 서비스/CIC 부서는 법무, DPP, Security, 재무 등 주제별 리스크 관리 부서의 지원 하에 일상적 리스크를 충실히 관리합니다. 주제별 리스크 관리 부서는 서비스/CIC 부서와 소통하며 주제별 리스크를 선제적으로 검토하고 개별 이슈 발생에 대응합니다. 특히 이슈 발생 가능성이 높은 서비스 오픈·변경·종료 시점에 주제별로 리스크를 점검하고 논의하는 서비스 출시 점검 프로세스를 운영함으로써 서비스 오픈·변경·종료에 따른 장애 및 이슈 발생 가능성을 사전에 관리합니다.

2

리스크 관리 워킹그룹(Working Group) 및 RM Support

서비스 운영과 관련하여 각 서비스/CIC 부서 및 주제별 리스크 관리 부서가 개별적으로 판단하거나 대응하기 어려운 복합적 리스크가 인지된 경우, 리스크 관리 워킹그룹에서 검토 및 대응합니다. 리스크 관리 워킹그룹은 주제별 리스크 관리 책임자가 참여하는 정례 회의체로 상시 운영되며, 각 분야별 리스크 예방을 위해 협업하는 동시에 서비스 환경 변화에 따라 추가로 관리해야 할 리스크 영역을 사전에 식별하고 있습니다. 리스크 관리 워킹그룹의 정례회의는 격주로 진행되나, 중대한 리스크가 발생될 경우 실시간 긴급회의를 소집하여 이슈 확산을 미연에 방지하고 네이버 서비스와 관련한 이용자 불편을 최소화합니다.

RM Support는 리스크 관리 워킹그룹을 지원하기 위한 실무 부서로 리스크 관리 워킹그룹 정례회의 운영일정 및 논의주제 등을 관리합니다. 구체적으로는 서비스 출시 점검 프로세스 운영과정에서 인지되거나, 주제별 리스크 관리 부서에 의해 요청받은 리스크 요인 및 서비스 부서의 리스크 지원과정에서 식별된 리스크 요소 중 전사 영향도 및 파급력이 크고 복잡도가 높은 리스크는 리스크 관리 워킹그룹 논의 아젠다로 발굴하고 있습니다. 또한 전사적 차원의 리스크 관리 활동에 대해 직접 대응하고 지원함으로써 리스크 관리의 실효성을 높이고 있습니다.

3

컴플라이언스 워킹그룹(Compliance Working Group) 및 컴플라이언스 전담 부서

컴플라이언스 워킹그룹은 네이버의 경영·전략 상의 리스크를 관리하기 위한 협의기구로 윤리경영, 부패방지, 공정거래자율준수 등 컴플라이언스 체계를 유지하기 위해 다양한 활동을 전개하며, 월 단위 정기회의를 운영하고 있습니다. 컴플라이언스 워킹그룹의 정례회의를 운영하고 있는 Compliance 전담 부서는 네이버가 전사적 차원에서 법률 및 각종 규정을 준수할 수 있도록 내부 통제체계를 구축하고 있습니다. 실효성 있는 통제를 위해 교육·캠페인·실사·점검 등의 다양한 활동을 진행하는 부서로서 네이버 경영활동 과정에서 발생할 수 있는 제반 법규 및 규정들과 관련한 리스크를 예방하거나 최소화할 수 있도록 선제적으로 리스크를 확인·평가·관리하는 역할을 수행합니다. Compliance 부서는 경영진, 이사회 및 사내 유관 부서와 상시 협업하면서 준법·윤리 경영 체계의 구축 및 운영을 담당하고 있습니다. Compliance 부서의 활동은 '윤리·준법경영 고도화' 장에 상세히 설명되어 있습니다.

윤리·준법 경영 고도화

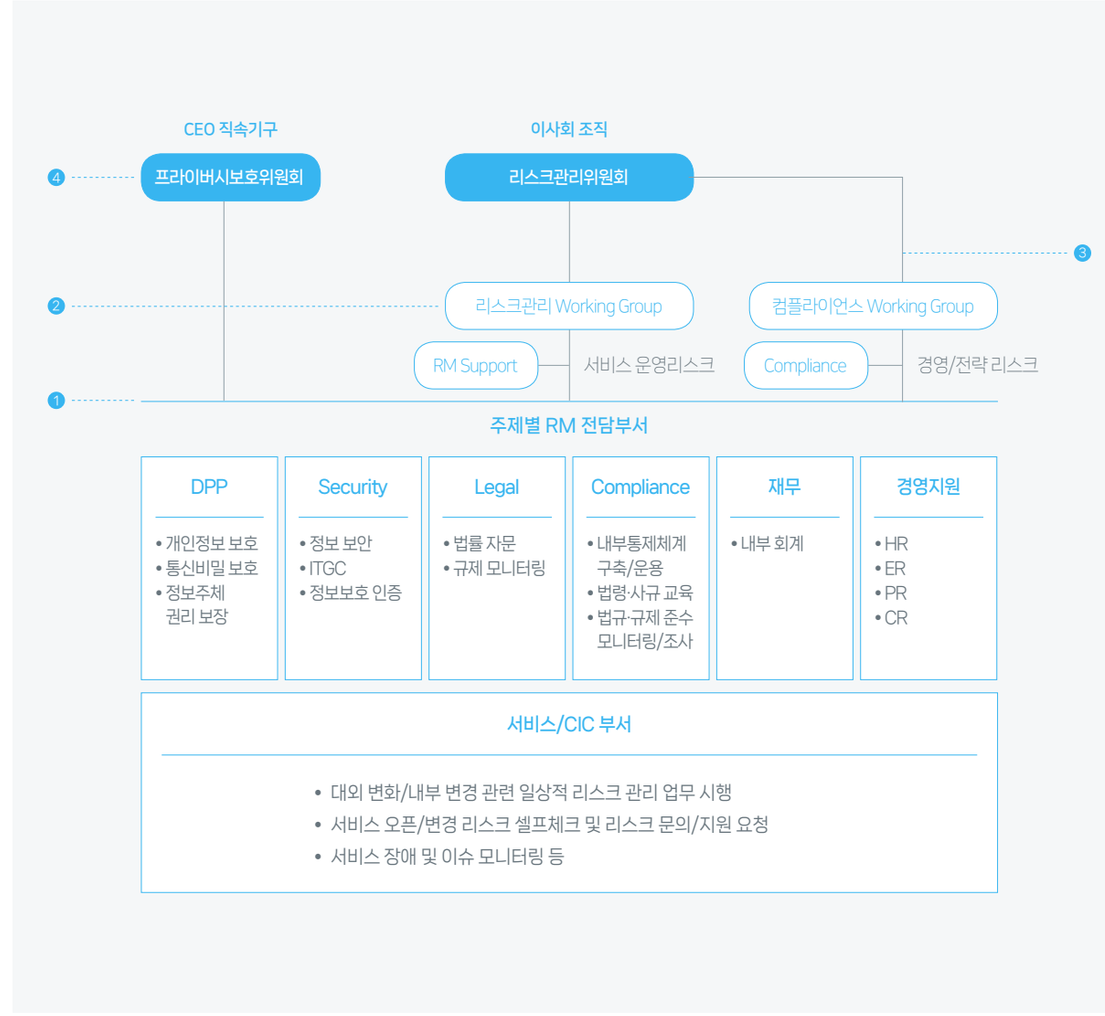
4

리스크관리위원회 및 프라이버시보호위원회

리스크관리위원회는 이사회 내 기구로서 전사 리스크 관리체계의 최고 책임 조직입니다. 전사 통합적 리스크 관리의 기본 방침과 전략을 수립하며 이를 관리하는 역할을 담당하며, 특히 중대 리스크에 대한 대응계획, 이행현황, 대응결과에 대한 보고와 검토를 통해 전사 부서의 효과적인 리스크 관리체계를 담보하고 있습니다.

한편 개인정보 보호 관련 아젠다의 경우, CEO 직속 위원회인 프라이버시 보호위원회에도 보고되어 전문적인 리스크 파악과 통제를 진행합니다. 프라이버시보호위원회는 CPO(Chief Privacy officer)가 좌장을 맡고 있으며, 개인정보 리스크에 대해 경영진 지원에 기반한 엄격한 관리를 통해 이슈 발생을 예방하고 있습니다.

네이버 전사 리스크 관리체계 (Enterprise Risk Management)



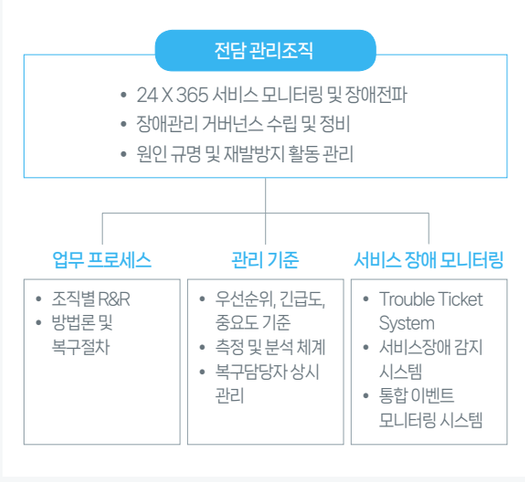
CASE STORY

안정적 서비스 제공을 위한 점검 및 활동

장애 발생 시 신속한 대응을 위해 서비스·트래픽 모니터링 시스템 운영

네이버는 장애 발생 시 신속한 대응을 위해 서비스·트래픽 모니터링 시스템을 운영하고 있습니다. 서비스 모니터링은 별도 전담부서를 통해 24시간 X 365일 체제로 운영되며, 서비스 장애 감지 시 사전에 정의된 중요도에 맞춰 각 서비스별 복구 담당자에게 SMS, 이메일, 푸시(Push) 알림 등을 통해 즉시 전달됩니다. 나아가 재발 방지를 위한 사후관리에도 만전을 기하고 있습니다.

IT 인프라 모니터링의 경우에도 전담 관리부서를 통한 상시 모니터링 체계를 갖추고 있으며, IT 인프라 각 영역별로 메트릭 데이터를 수집하여 실시간으로 모니터링 합니다. 이상 징후 발생 시 해당 정보를 담당자에게 문자, 알림 등을 통해 전송하고 각 부서 및 유관 부서와 공유하여 서비스 영향도를 파악해 정상화를 위한 대응조치를 시행합니다.



안정적 서비스 제공을 위한 데이터센터 설비의 구성과 점검

네이버 클라우드 데이터센터는 운영 중 예기치 못한 기능 고장이 발생하더라도 예비 인프라를 통한 무중단 서비스 운영이 가능하도록 전원, 기계, 소방 등의 설비 인프라를 N+1 이상의 구조로 구성하여 안정성 및 가용성을 확보하고 있습니다. 또한 다양한 지역에 자체 및 임대 데이터센터를 구축함과 동시에 설비 기술에 대한 선제적 투자 및 관리를 진행하고 있으며, 관련 기술역량 내재화 등을 통하여 IDC 서비스의 연속성을 강화하고 있습니다.

나아가 데이터센터의 분기별 정기 점검을 통해 취약점 및 개선 필요사항을 검토하고 개선함으로써 운영 안정성을 고도화하고 있습니다. 아울러 설비의 점검 및 운영의 중요도를 단계별로 구분하고 있으며, 설비 점검주기에 대한 기준 규정화 등을 기반으로 인프라 설비의 운영상태를 최상으로 유지하여 신뢰성을 확보하고 있습니다. 또한 연 1회 이상의 민관 합동 소방훈련을 실시하고 있을 뿐만 아니라, 법적 점검 외에도 자체 점검 및 모의 훈련을 다수 수행하고 있습니다.

서비스 이중화(HA, High Availability) 기술 적용

네이버는 네이버가 제공하는 서비스의 가용성(Availability)를 높이기 위해 아래와 같이 이중화 기술을 적용하고 있으며, 서비스를 구성하는 각 요소에 문제가 발생하더라도 서비스가 지속되도록 운영합니다.

- GSLB(Global Server Load Balancing) 기술을 적용한 IDC 이중화 및 트랙픽 분산
- IDC 네트워크(백본 및 말단 스위치까지 모든 장비와 경로) 이중화
- 주요 서비스 시스템 분산 기술 적용 (Kubernetes 기반 인프라 플랫폼 운영, IDC 분산 배치)
- DB 이중화(DBMS 별 이중화 기술) 및 모든 IDC 간 상호 백업

각종 재난·재해에 대응하고 예방하는 네이버의 업무연속성계획(BCP)

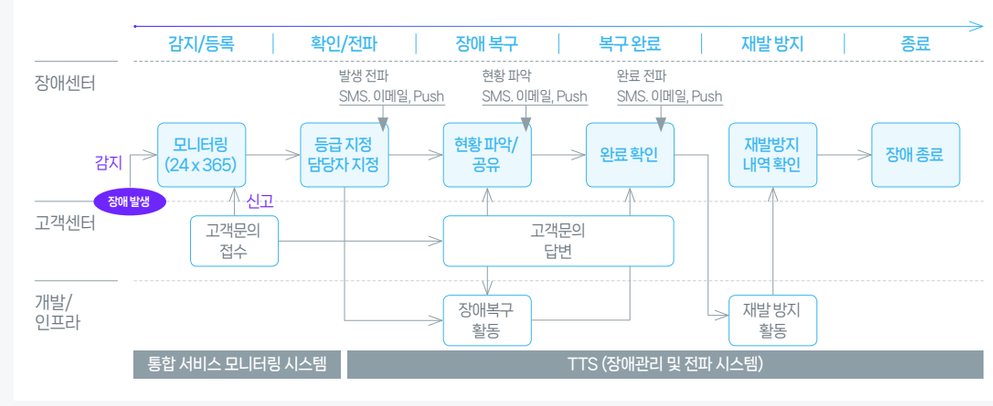
네이버는 재해·재난 등 비상상황 발생 시 서비스가 끊기지 않도록 신속하게 업무를 지속하기 위한 절차인 업무연속성계획(BCP, Business Continuity Plan)을 마련하고 있습니다.

BCP에는 위기 대응 조직과 역할 △위기 경보 단계 및 발령 △화재, 지진, 대설, 테러, 풍수해, 테러, 전염병, 전력분야, 전쟁, 전자적 침해, 사무공간 전력분야, 10개의 세부 위기 상황에 대한 각각의 △대응 매뉴얼 △상황 전파 프로세스 △협력 업체 및 유관 기관의 협조 체계가 포함되어 있습니다. 재난·재해가 발생한 경우, 해당 대응 조치 매뉴얼에 따라 대응 및 복구를 진행하게 됩니다. 상황 별 대응조치 매뉴얼뿐 아니라 직무별 개인행동 요령, 비상연락망, 보고체계, 부서별 액션 아이템까지 상세하게 규정되어 있습니다.

네이버 클라우드 조직을 중심으로 매년 두 차례 진행하는 BCP 모의훈련, 월 1~2회 시행하는 운영안정성 점검훈련 등 지난 10년간 200회 넘는 모의훈련을 실시해 유사 시 즉각 대응 가능한 체계를 갖추고 있습니다. 네이버 서비스는 이러한 체계에 따라 크게 4단계의 '리커버리 서비스 레벨(Recovery Service)'과 3단계의 '컨티뉴어스 서비스 레벨(Continuous Service Level)'로 나누어 관리됩니다. 리커버리 서비스 레벨은 장애 발생 시 서비스를 얼마나 신속하게 복구할 수 있는지에 대해, 컨티뉴어스 서비스 레벨은 비상상황에서도 기능 중단 없이 서비스를 얼마나 연속적으로 제공할 수 있는지에 대해 파악하기 위한 용도로 활용됩니다. 이를 기준으로 서비스 중요도를 크게 상·중·하로 나누어 관리하고 있으며, 데이터 이중화 또는 복수 데이터센터 운영을 통한 연속성 관리체계를 운영하고 있습니다.

예기치 못한 사고에 대한 신속한 처리를 위한 장애 대응 프로세스

네이버는 서비스에 대한 24시간 모니터링을 통해 이상 징후 발생 시 즉각 대처할 수 있는 장애 대응 체계를 갖추고 있으며, 서비스 장애 발생 시 서비스 이용자의 불편을 최소화하기 위하여 신속한 복구가 가능한 프로세스를 마련하고 있습니다.



윤리·준법 경영 고도화

기업윤리는 네이버가 기업으로서 지켜야 할 중요한 사회적 책임입니다. 네이버는 윤리경영을 준수해 모든 이해관계자들과 건강한 파트너십을 이어갈 수 있도록 구성원 모두의 노력을 기반으로 기업 투명성을 제고하고 있습니다.

네이버의 윤리·준법 경영

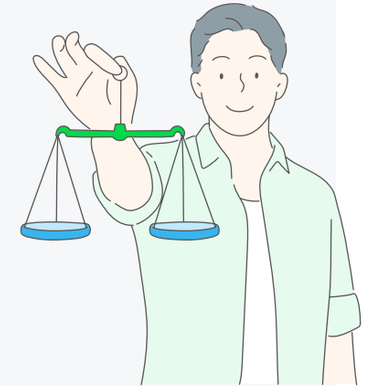
네이버는 기업윤리규범(Integrity Code)을 통해 회사라는 큰 공동체가 가져야 할 책임과 구성원들이 이해상충을 피하고 서로를 존중하며 생활하기 위한 회사의 기준을 규정하고 있습니다. 기업윤리규범은 국문, 영문, 일문 3개 언어로 제공되며, 전 구성원이 이를 실천함으로써 사회와 고객에 대한 책임을 다하고 신뢰받을 수 있는 투명한 회사를 만들어가고 있습니다. 아울러 모든 구성원의 참여와 실천을 공고히 하기 위해 네이버 본사 정규직, 계약직, 파견직, 인턴 등 모두가 매해 기업윤리규범에 서약하고 있으며, 네이버의 관계사에서도 전 구성원을 대상으로 서약을 실시함으로써 윤리규범의 내용과 의미를 되새기고 있습니다. 또한 2021년 부패방지 경영방침을 새롭게 수립하였고, 2023년 1월에는 해당 방침에 규범 준수에 대한 내용을 포함하여 네이버 부패방지 및 규범 준수 경영 방침을 수립하여 공개하였습니다.

네이버 Integrity Code

네이버 부패방지 및 규범 준수 경영 방침

네이버 주식회사(이하 '네이버')는 부패방지 및 규범 준수 경영 시스템을 정착시키고 윤리경영 및 규범 준수 경영을 확립하여 다양한 관계 속에서 건강하게 성장하고 사회적 역할과 책임을 다하고자 다음과 같이 부패방지 및 규범 준수 경영 방침을 수립·공개합니다.

- 네이버는 업무활동에 적용되는 국내외 법률 및 사내 규정 등 모든 규범 준수 의무(Compliance Obligation)를 준수합니다.
- 네이버는 업무상 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등 각종 부패행위를 엄격히 금지합니다.
- 네이버의 모든 구성원은 이 방침과 부패방지 및 규범 준수 경영시스템에 따라 운영 중인 모든 사내 규정을 준수하고, 정기적으로 부패방지 및 규범 준수 경영 서약서에 서명하며 이를 엄수하겠습니다.
- 네이버는 부패방지 및 규범 준수 책임자를 선임하여 독립적인 지위를 보장하고, 필요한 권한과 책임을 부여합니다.
- 네이버는 부패방지 및 규범 준수 경영시스템을 구축하고 시스템의 실행 및 모니터링을 통해 부패방지 및 규범 준수 경영수준을 지속적으로 관리하고 개선합니다.
- 네이버는 부패행위를 포함한 규범 준수 의무 미준수가 의심되거나, 실제 위반행위가 발생하는 경우에 대한 부패방지 및 규범 준수 경영 관련 제보시스템을 마련하고 장려하며, 선의의 제보자에 대한 보호조치를 시행하여 구성원들이 부패방지 및 규범 준수 경영 활동에 부담 없이 참여할 수 있도록 운영합니다.
- 네이버는 구성원이 부패행위를 포함한 규범 준수 의무를 위반하거나, 위반가능성을 인지하고도 그 행위를 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않은 경우, 회사의 규정에 따라 징계 등 그에 상응하는 조치를 취합니다.
- 네이버의 모든 경영진은 부패방지 및 규범 준수 경영시스템이 효율적으로 운영될 수 있도록 지원을 아끼지 않습니다.



윤리·준법 경영 고도화

부패방지 경영시스템 고도화

2021년 네이버는 부패방지 경영체계의 고도화와 국제적 신뢰도 확보를 위해 ISO 37001 인증을 취득하였으며, 2022년 사후 인증심사를 통과했습니다. ISO 37001은 ISO(국제표준화기구)가 제정한 부패방지시스템(Anti-Bribery Management System) 표준규격으로서 조직 내 부패 관련 시스템을 수립, 실행, 유지, 개선하는 데 있어 글로벌 스탠다드를 제안합니다.

ISO 37001 표준의 적용범위는 '뇌물수수(Bribery)'에 한정되어 있으나, 네이버는 보다 적극적인 윤리경영의 실천을 위하여 '부패(Corruption)'의 범위로 확장하고, 이를 기초로 인증심사도 진행하고 있습니다. 2021년 최초 인증 취득 후 사후 인증을 통하여 ISO 37001 인증을 유지하고 있으며, 매년 정기적인 부패 리스크 평가를 통해 실질적인 부패 리스크 감소 및 부패 리스크에 대한 구성원 인식 제고에 최선을 다하고 있습니다.

2022년 네이버는 CEO 윤리경영 약속, 부패방지 경영 규정 및 실무 지침을 보완하고 개선하여 문서화하였으며, 이 외에도 Integrity Code에 구성원 서약을 받아 사업 운영상 잠재적인 위험요인을 최소화하고 윤리경영 문화를 정착시키고자 하였습니다.

부패 리스크 영향도 및 발생 가능성을 기준으로 부패 리스크를 평가하였으며, 리스크를 상·중·하 단계로 나누어 '중' 이상의 잔여 리스크가 남은 영역을 대상으로 문제점을 파악하고 실질적인 개선과제를 도출하였습니다. 부패 리스크 통제 방안들을 매년 각 업무 영역의 특성에 맞게 실행한 후 각 리스크 통제별 증빙을 취합하여 효과성을 평가·관리하고 있습니다. 2022년 6월 네이버는 부패 리스크 평가 결과와 리스크 경감을 위한 통제방안, 내부심사 결과와 개선과제 등 부패방지 경영시스템 운영 결과에 대해 리스크관리위원회에 보고하였습니다.

또한 네이버는 부정부패 위험을 사전에 예방하고 사후에 탐지할 수 있는 체계를 갖추고 있습니다. 그 일환으로 'Self-Check System'을 통해 자율준수 문화를 조성하여 비일반적인 데이터를 자동 탐지해 개인의 행동이 심각한 부정으로 이어지지 않도록 하는 부정위험 사전예방 시스템을 운영하고 있습니다. 상시 모니터링으로 운영되는 Self-Check System은 개인, 경영지원, 비즈니스, 기술에 걸쳐 시스템 상의 비일반적인 건을 수시로 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 구성원에게 이메일을 통해 알리고 소명 기회를 제공하며, 필요 시 조치하도록 합니다.

나아가 모니터링 시나리오 개선을 통해 모니터링의 유효성을 높이고, 적용 범위를 확대하여 시스템적으로 부정부패 리스크 대응 체계를 더욱 고도화하고 있습니다. 네이버의 경영진과 모든 구성원들은 건강한 성장과 더불어 사회적 역할과 책임을 다하기 위해 앞으로도 꾸준히 노력하겠습니다.

규범준수 경영시스템 강화

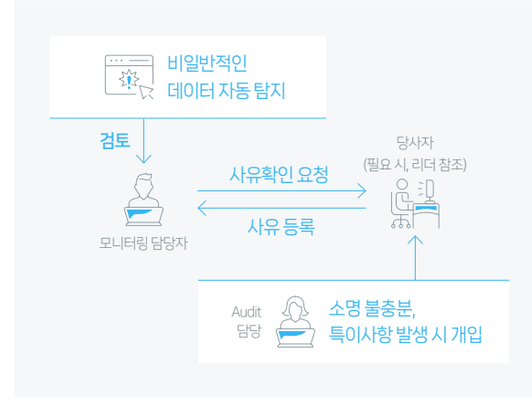
네이버는 2023년 네이버의 규범준수 경영시스템의 효과성과 운영체계의 적합성에 대해 제3자로부터 객관적으로 검증을 받아 대외적 신뢰도를 확보하고자 ISO 37301 인증을 취득하였습니다. ISO 37301은 ISO가 제정한 규범준수 경영시스템(Compliance Management System)에 관한 국제 표준으로, 조직 내에 효과적인 규범준수 경영시스템을 수립, 실행, 유지 및 개선하기 위해 필요한 요구사항을 정의합니다. 네이버는 규범준수 경영시스템 구축 및 운영을 통해 법 위반 리스크를 저감하기 위한 실효성 있는 통제체계를 운영해 나가고 있습니다. 구체적으로 네이버 서비스나 사업 활동에 적용될 다양한 법령들을 식별하고, 이를 바탕으로 매년 각 서비스 및 사업별 리스크를 평가합니다.

아울러 해당 리스크에 대해 통제 수단을 구축하고, 통제 수단이 제대로 운영되고 있는지를 모니터링 및 점검하고 있습니다. 또한 구성원들의 준법지식 수준 향상을 위해 다양한 법령 교육을 제공하고 있으며, 법령 제·개정 사항이나 정부의 주요 정책변경 등이 있으면 이를 검토, 분석하여 사내 구성원들에게 공유하고 있습니다. 아울러 법 위반사항에 대해 익명으로 제보할 수 있는 대내외 신고 채널을 운영하고 있습니다.

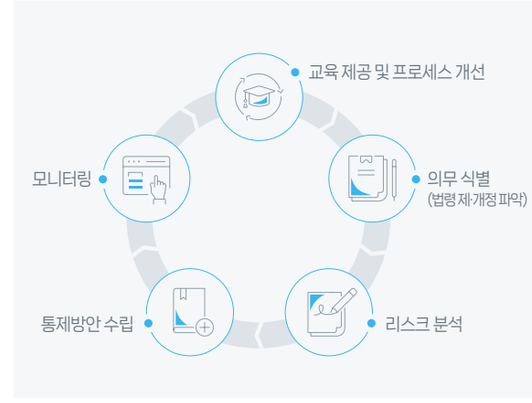
이렇듯 네이버는 법 위반 리스크를 통제하고 예방하기 위한 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 인증심사를 담당한 기관에서는 네이버에 대한 ISO 37301 인증심사 후 네이버가 수행하고 있는 개인정보보호 활동, UGC 모니터링 활동, 괴롭힘 예방 활동 등이 컴플라이언스 측면에서 우수한 사례라는 평가를 하기도 하였습니다. 네이버는 앞으로도 다양하고 네이버 사업에 특화된 법령 교육들을 준비하여 구성원들에게 제공해 나갈 예정이며, 더욱 세밀화된 리스크 분석과 체계화된 통제체계 구축을 통해 법 위반 리스크를 더욱 저감할 수 있도록 지속적으로 노력할 것입니다.

네이버의 부패방지 체계

Self-Check System 운영 프로세스



법 위반 리스크 저감을 위한 규범 준수 경영시스템 운영 프로세스



윤리·준법 경영 고도화

공정거래 자율준수 프로그램

네이버는 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)을 도입하여 운영하고 있습니다. 2021년에는 공정거래위원회 매뉴얼의 요구사항을 담고 네이버의 상황을 반영한 컴플라이언스(Compliance) 규정을 신규로 제정하였고, 대표이사를 중심으로 컴플라이언스 리스크를 관리·통제할 수 있도록 컴플라이언스 워킹그룹(CP 워킹그룹)을 신설하였습니다. 또한 Compliance 부서에서 이사회 내 리스크 관리위원회에 컴플라이언스 관련 안건을 직접 보고할 수 있도록 관리체계를 수립하였습니다. 향후 계속해서 공정거래 관련 법령에 대한 세밀한 점검, 자율점검을 위한 체크리스트 마련 등을 통해 공정거래 자율준수 프로그램을 고도화해 나갈 예정입니다.

나아가 네이버는 매년 구성원을 대상으로 공정거래 관련 교육을 실시하고 있으며, 2021년 공정거래법 전반에 대한 교육을 실시하였고, 2022년에는 유관부서 구성원 대상 필수 교육으로 전자상거래법과 표시광고법 교육을 진행하였습니다. 2022년에 진행된 교육은 전자상거래법상 주의사항, 전자상거래법 위반 사례, 광고 집행 시 주의해야 할 표시광고법상 유의사항에 대한 내용 등으로 구성되었습니다.

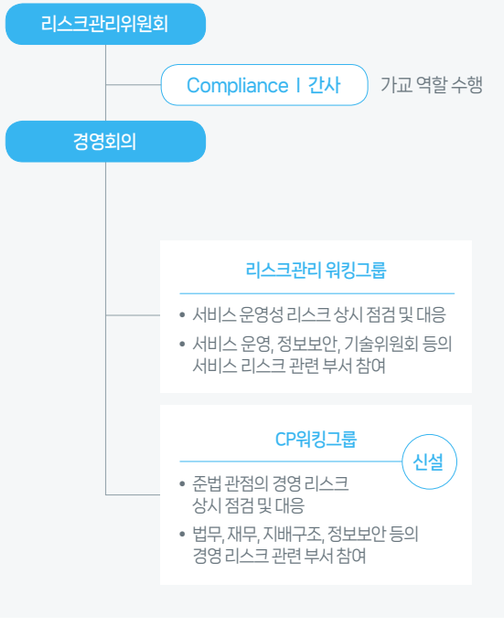
네이버 공정거래 자율준수 편람

기업윤리 상담 및 신고

네이버는 구성원의 공정거래법 등 법령 위반행위, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 대금지급 관련 불만, 비공개정보의 유출, 기타 부정 및 비위행위 등에 대하여 구성원뿐만 아니라 제3자도 상담과 신고를 할 수 있는 기업윤리 상담센터를 운영하고 있습니다. 기업윤리 상담센터는 네이버 홈페이지를 통해 국영문으로 자유롭게 접근이 가능하며 기명 및 익명 모두 제보가 가능합니다. 상담 및 신고내용은 기명으로 제보된 경우에도 비공개로 처리되어 상담자의 신분과 신고내용이 철저하게 보호됩니다. 조사는 준법지원인의 책임 하에 독립적으로 실시됩니다.

징계는 기업윤리규범, 취업규칙 및 관련 규정을 바탕으로 인사위원회에서 심의하며, 외부 전문가를 통해 징계 양정의 적정성을 확인하는 절차를 거칩니다. 제보자는 처리 결과를 웹사이트에서 실시간으로 확인할 수 있습니다. 2022년에는 총 18건의 제보가 있었으며 내부 절차에 따라 100% 처리를 완료하였습니다.

Compliance 관리 체계



2022년 Compliance Program 운영 및 교육 실적

교육 및 활동	관련 법령, 사규	대상(직무/직급)	2022년 수행 실적
Compliance Program 교육	공정거래법 전반	유관직무 구성원	• 실시 횟수: 1회 • 수행 인원: 156명
전자상거래법 교육	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률	커머스 직무 구성원 * 통신판매/통신판매중개업	• 실시 횟수: 1회, 상시 공유 게재 • 수행 인원: 577명
표시광고법 교육	표시·광고의 공정화에 관한 법률	표시광고 직무 구성원	• 실시 횟수: 1회, 상시 공유 게재 • 수행 인원: 18명
적법 도급 준수 교육	하도급거래 공정화에 관한 법률, 파견근로자 보호 등에 관한 법률 등	소싱 직무 부서 책임리더/리더 구성원	• 실시 횟수: 1회 • 수행 인원: 208명
Integrity Code 교육	네이버 사규, 부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법 등	전 구성원 * 신규 영입 구성원 포함	• 실시 횟수: 1회
개인정보보호 교육	개인정보보호법	전 구성원	• 실시 횟수: 2회
직장 내 성희롱, 괴롭힘 예방 교육	근로기준법, 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률	전 구성원 * 신임 리더 대상 추가 시행	• 실시 횟수: 1회
장애인인식개선 교육	장애인 고용촉진 및 직업재활법	전 구성원	• 실시 횟수: 1회
Compliance Letter	제·개정 법령 및 제도 소개	전 구성원	• 실시 횟수: 수시

* 전 구성원 대상 교육은 수행 인원 표기 제외

기업윤리 상담센터 처리 프로세스

1. 제보접수
   - 온라인, 우편, 이메일을 통해 제보 접수 가능(육하 원칙에 따라 내용 기재)
   - 익명/기명 제보가 가능하며, 제보내용 및 제보자 정보는 암호화하여 서버에 보관(개인정보는 수집 및 이용 목적 달성 후 6개월 이내 파기)
2. 사실관계 조사
   - 제보사항에 대한 사실관계 조사 실시
   - 허위 내용임이 명백하거나 기초 사실관계 확인이 어려운 경우 사실관계 조사 미수행 또는 제보자에 대하여 추가자료 제공 요청
   - 조사 참여자에 대한 인권 보호 대응수준 및 우선순위 결정
3. 징계 심의
   - 사실관계 조사 결과를 바탕으로 하여 취업규칙 및 관련 규정에 따라 인사위원회 소집 및 징계 심의
   - 외부 전문가를 통한 징계 심의의 적정성 확인
4. 징계결과 공지 및 당사자 통보
   - 징계 대상자에게 징계심의 결과 통지
   - 징계심의 결과 사내공지(다만 회사 기밀사항 또는 징계 대상자 인권침해 우려 시 예외)

윤리·준법 경영 고도화

이 외에도 이메일, 우편을 통해 제보할 수 있으며, 누구나 안심하고 상담 및 신고할 수 있도록 상담자(제보자)보호 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 '법령 및 사규에 의한 상담자 신분 및 상담 내용 보호', '상담자에 대한 불이익 및 차별금지', '상담자에 대한 보상 및 면책' 등을 명시하고 있습니다.

I. 상담자 신분 및 상담내용을 법령 및 사규에 의하여 엄격히 보호합니다.
II. 상담자 및 신고자에 대한 차별금지 및 보호를 위해 노력합니다.
III. 상담자에 대해 적절한 보상 및 면책을 제공합니다.

네이버는 전체 파트너사를 대상으로 네이버와의 거래과정(업체선정, 계약조건, 계약 종료 등)이 투명하고 공정하게 운영되는지를 점검하기 위해 VoP(Voice of Partners) Survey를 지속적으로 실시하고 있습니다. 또한 정기 서베이를 통한 윤리경영 리스크 영역을 식별하여 연 1회 정기적으로 윤리경영 리스크 감사를 이행하고 있으며, 감사 결과와 후속조치를 감사위원회에 정기적으로 보고합니다. 이러한 설문조사 및 감사 활동을 통해 회사 안팎에서 발생하는 불합리한 상황을 사후적으로 탐지하기 위해서도 노력하고 있습니다.

내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형

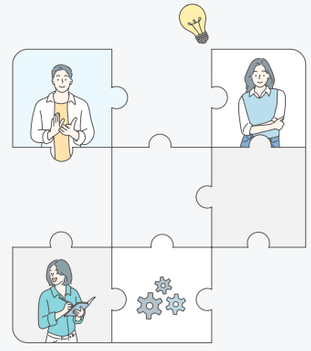
구분	2020	2021	2022
합계	12	6	6
감봉	2	2	1
면책	0	0	0
해임	0	1	0
기타 징계	10	3	5

구성원 부패방지 교육 및 Integrity 교육

네이버는 매년 계약직과 정규직 포함 전 구성원에게 Integrity Code 서약을 필수로 실시하고, 그에 관한 교육을 실시하고 있습니다. 또한 신입 및 경력 입사자에게는 기업윤리에 대한 의무교육을 실시함으로써 윤리경영의 내재화를 위해 다각도로 노력하고 있습니다. 특히 권한과 책임이 큰 리더 직급을 대상으로는 매년 워크샵을 통해 별도의 심화된 윤리경영 교육을 진행합니다. 신규 입사자를 대상으로 'Integrity의 중요성과 나의 역할'에 대한 교육을 실시했으며, 전 구성원 대상으로 네이버의 기업윤리, 반부패, 인권 존중 원칙인 Integrity Code의 주요 내용을 설명하고 중요성을 강조하는 교육을 온라인으로 진행하였습니다. 이와 더불어 2022년부터 모든 구성원을 대상으로 Integrity 교육과 함께 구성원 부패방지 교육을 별도로 실시하고 있습니다.

2022년도 네이버 기업윤리, 반부패, 원칙(Integrity Code) 및 부패방지 교육 현황

- 교육 대상: 네이버 소속 전 구성원
- 교육 실시기간: 03.21~12.31



전체 참여 인원
4,937명

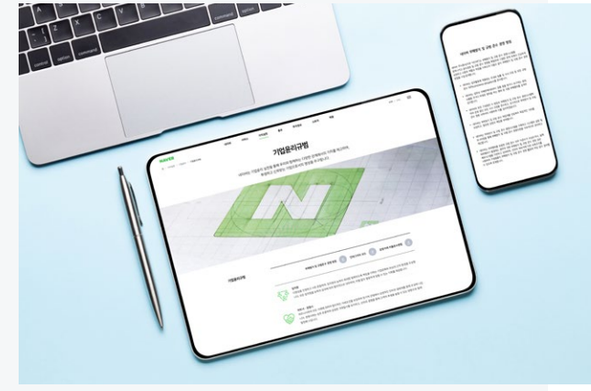
수료 인원
4,737명

이수율
약 96%

부패방지 방침의 주요 내용

1. 네이버의 부패방지 관련 법규 및 사내 규정 준수, 부패행위 엄격 금지
2. 네이버의 부패방지 경영시스템 구축, 운영 및 지속적 개선 의지
3. 네이버 모든 구성원의 부패방지 방침 및 사내 규정 준수
4. 네이버 모든 구성원의 정기적인 부패방지·준법경영 서약 및 준수
5. 네이버의 부패방지 경영을 위한 부패방지 준수 책임자 선임 및 독립적 지위 보장
6. 부패행위 관련 제보자에 대한 비밀보장 및 보호
7. 네이버 구성원의 관련 법령 또는 부패방지 방침을 포함한 사내 규정 등 위반 (위반을 인지하고도 이를 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않은 경우 포함)시 징계 등 상응하는 조치

부패방지 방침에 따라 모든 구성원이 준수해야 하는 사내규정에는 Integrity Code도 포함됩니다.



* 네이버 Integrity Code 및 부패방침 교육 자료 발췌

적법한 세무 관리

네이버는 '원칙에 따른 세금 신고와 납부', '국가 재정에 기여를 통한 사회 공헌'을 세무관리의 원칙으로 삼아 회사가 사업을 영위하는 국가들의 세법을 충실히 준수하여 납세의무를 이행함으로써 세무 리스크를 관리하고 사회적 책임을 다하고 있습니다.

세무관리 원칙

네이버는 법률이 정하는 바에 의거, 납세의무를 성실히 수행하기 위하여 모든 거래에서 국내외 조세 법규 및 조약을 엄격히 준수하고 있으며, 정확한 세무신고와 성실한 세금납부를 통해 국가 재정에 이바지하고 있습니다. 또한 국내 과세당국 및 현지법인이 속한 국가의 과세당국과도 투명한 관계를 유지하고 있습니다.

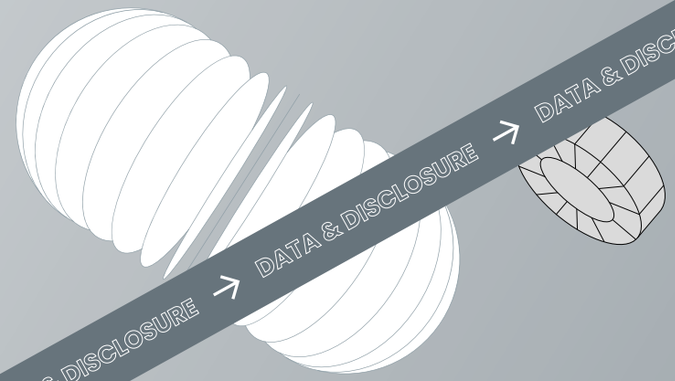
국내외 특수관계자 거래에서 정상가격 거래를 원칙으로 하여, 조세 이슈가 발생하지 않도록 가격 정책을 수립하고 지속적으로 모니터링합니다. 또한 국제거래와 관련하여 OECD 가이드라인을 준수하고 있으며, 2017년 BEPS(Base Erosion and Profit Shifting) 방지를 위한 국가별 과세정보 제출 입법화에 따라 각 과세당국에 이전가격과 관련된 자료를 제공하고 있습니다.

조세부담 투명성 제고

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

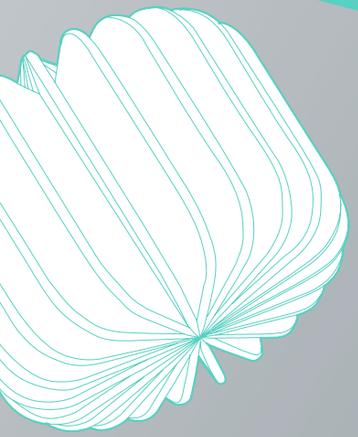
세무 리스크 관리

네이버는 거래 시 사전에 외부 세무전문가의 의견을 고려하여 리스크를 판단하고 의사결정을 내리고 있으며, 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 의사를 최종적으로 결정합니다.



DATA & DISCLOSURE

4.1 재무성과표
4.2 ESG성과표
4.3 SASB INDEX
4.4 GRI INDEX
4.5 온실가스 배출량 검증 성명서
4.6 제3자 검증 의견서
4.7 수상



재무성과표

연결재무상태표

제 24기 2022.12.31 현재
제 23기 2021.12.31 현재
제 22기 2020.12.31 현재

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
자산			
I. 유동자산	6,439,570,710,743	5,527,878,425,552	10,544,659,200,319
현금및현금성자산	2,724,168,321,708	2,781,395,543,827	1,600,304,349,922
단기금융상품	1,216,410,034,221	673,555,739,311	291,292,142,737
당기손익-공정가치 측정 금융자산	745,584,919,599	461,932,777,511	922,939,095,062
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	-	24,254,505,540	-
매출채권및기타채권	1,540,471,078,134	1,454,660,666,688	986,826,023,076
재고자산	8,651,839,041	6,139,904,767	4,344,942,323
기타유동자산	194,039,763,315	124,296,250,629	77,702,716,446
당기법인세자산	10,244,754,725	1,643,037,279	996,472,888
매각예정자산	-	-	6,660,253,457,865
II. 비유동자산	27,459,472,178,393	28,163,128,331,488	6,469,579,463,451
유형자산	2,457,820,240,295	2,111,261,659,613	1,684,563,340,866
사용권자산	738,710,004,475	290,462,942,745	129,537,198,819
무형자산	1,481,423,637,125	932,152,347,274	105,136,186,861
장기금융상품	14,255,722,000	14,255,722,000	14,255,722,000
당기손익-공정가치 측정 금융자산	2,427,610,041,051	2,407,725,020,317	1,801,384,240,769
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	1,354,122,792,627	2,099,232,986,626	1,330,951,990,243
관계기업 및 공동기업 투자	18,541,286,921,720	20,090,304,016,842	1,199,425,686,734
이연법인세자산	265,767,603,355	98,430,685,422	108,572,845,624
매출채권및기타채권	76,754,808,757	46,387,217,185	28,578,223,832
기타비유동자산	101,720,406,988	72,915,733,464	67,174,027,703
자산총계	33,899,042,889,136	33,691,006,757,040	17,014,238,663,770

재무성과표

연결재무상태표

제 24기 2022.12.31 현재
제 23기 2021.12.31 현재
제 22기 2020.12.31 현재

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
부채			
Ⅰ. 유동부채	5,480,633,710,849	3,923,319,146,652	7,911,751,492,331
매입채무및기타채무	1,245,664,499,219	992,675,127,701	689,280,186,019
당기손익-공정가치 측정 금융부채	71,905,225,561	-	17,137,640,886
단기차입금	1,381,399,298,786	461,321,818,464	576,223,326,575
당기법인세부채	349,087,471,196	515,246,293,598	384,340,634,677
충당부채	5,450,342,335	6,657,331,759	31,708,383,889
리스부채	193,376,317,267	105,615,989,665	53,345,709,463
기타유동부채	2,233,750,556,485	1,841,802,585,465	1,484,474,330,127
매각예정부채	-	-	4,675,241,280,695
Ⅱ. 비유동부채	4,968,086,697,836	5,740,311,261,113	847,355,136,226
매입채무및기타채무	69,639,961,691	118,079,924,927	68,448,327,272
당기손익-공정가치 측정 금융부채	684,617,869,427	508,994,104,631	7,962,264,800
사채	1,704,518,276,546	1,636,827,463,521	-
장기차입금	328,034,313,380	1,552,014,025,878	150,678,259,061
순확정급여부채	577,397,964,363	554,264,628,196	462,094,245,426
충당부채	17,784,624,686	8,918,100,642	9,186,175,870
리스부채	589,253,964,655	205,661,717,226	92,170,749,140
이연법인세부채	985,870,669,008	1,155,139,324,751	56,519,491,022
기타비유동부채	10,969,054,080	411,971,341	295,623,635
부채총계	10,448,720,408,685	9,663,630,407,765	8,759,106,628,557

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
자본			
Ⅰ. 지배기업 소유주지분	22,744,095,607,040	23,535,637,694,902	7,367,219,163,302
자본금	16,481,339,500	16,481,339,500	16,481,339,500
자본잉여금	1,556,453,389,615	1,490,214,367,768	1,793,273,489,872
기타자본구성요소	(2,474,526,129,371)	(1,051,465,837,344)	(1,059,479,508,530)
매각예정자산 관련 기타포괄손익누계액	-	-	(37,870,641,018)
이익잉여금	23,645,687,007,296	23,080,407,824,978	6,654,814,483,478
Ⅱ. 비지배지분	706,226,873,411	491,738,654,373	887,912,871,911
자본총계	23,450,322,480,451	24,027,376,349,275	8,255,132,035,213
자본및부채총계	33,899,042,889,136	33,691,006,757,040	17,014,238,663,770

재무성과표

연결포괄손익계산서

제 24기 2022.01.01 부터 2022.12.31 까지
제 23기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지
제 22기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
I. 영업수익	8,220,078,708,810	6,817,599,707,250	5,304,145,900,386
II. 영업비용	(6,915,414,298,267)	(5,492,121,536,133)	(4,088,803,443,113)
III. 영업이익	1,304,664,410,543	1,325,478,171,117	1,215,342,457,273
기타수익	310,571,804,200	52,722,438,756	43,356,685,840
기타비용	375,658,237,080	232,866,247,091	118,822,813,655
이자수익	59,164,658,931	20,004,490,256	15,997,193,160
금융수익	619,735,977,200	765,693,953,525	508,563,848,219
금융비용	931,522,674,095	349,334,091,066	146,432,800,279
지분법이익	96,761,151,453	544,701,156,204	115,554,340,355
IV. 법인세비용차감전순이익	1,083,717,091,152	2,126,399,871,701	1,633,558,910,913
법인세비용	410,536,791,065	648,668,889,581	492,534,781,634
V. 계속영업순이익	673,180,300,087	1,477,730,982,120	1,141,024,129,279
VI. 중단영업순이익	-	14,999,894,577,525	(296,027,152,130)
VII. 당기순이익	673,180,300,087	16,477,625,559,645	844,996,977,149
지배기업 소유주지분	760,260,876,247	16,489,849,771,129	1,002,086,766,379
계속영업이익	760,260,876,247	1,493,472,246,748	1,144,888,651,236
중단영업이익(손실)	-	14,996,377,524,381	(142,801,884,857)
비지배지분	(87,080,576,160)	(12,224,211,484)	(157,089,789,230)
계속영업이익(손실)	(87,080,576,160)	(15,741,264,628)	(3,864,521,957)
중단영업이익(손실)	-	3,517,053,144	(153,225,267,273)

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
VIII. 기타포괄손익	(1,388,015,023,214)	(252,564,745,906)	221,200,846,911
후속기간에 당기손익으로 재분류되는 항목	(1,201,075,972,444)	(190,772,138,482)	17,441,573,739
기타포괄손익-공정가치 채무상품 평가손익	-	(483,039,456)	(730,019,603)
해외사업환산손익	122,569,353,269	71,043,967,706	76,248,398,266
지분법자본변동	(1,323,645,325,713)	(261,333,066,732)	(58,076,804,924)
후속기간에 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	(186,939,050,770)	(61,792,607,424)	203,759,273,172
기타포괄손익-공정가치 지분상품 평가손익	(484,843,494,849)	(90,787,478,622)	168,450,037,860
기타포괄손익-공정가치 지분상품 처분손익	(45,127,813,925)	21,602,409,626	37,778,484,516
지분법자본변동	274,285,784,800	9,512,437,761	(1,084,708,978)
순확정급여부채의 재측정요소	68,746,473,204	(2,119,976,189)	(1,384,540,226)
IX. 총포괄손익	(714,834,723,127)	16,225,060,813,739	1,066,197,824,060
지배기업 소유주지분	(681,315,237,223)	16,233,387,235,875	1,219,788,331,559
비지배지분	(33,519,485,904)	(8,326,422,136)	(153,590,507,499)
X. 지배기업 지분에 대한 주당이익			
기본주당순이익			
계속영업순이익	5,007	9,977	7,857
중단영업순이익	-	100,877	(980)
희석주당순이익			
계속영업순이익	4,985	9,887	7,813
중단영업순이익	-	99,973	(980)

재무성과표

연결자본변동표

제 24기 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지
제 23기 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	지배기업 소유주지분				비지배지분	합계
	자본금	자본잉여금	기타자본구성요소	이익잉여금		
2022.1.1(당기초)	16,481,339,500	1,490,214,367,768	(1,051,465,837,344)	23,080,407,824,978	491,738,654,373	24,027,376,349,275
당기순이익(손실)	-	-	-	760,260,876,247	(87,080,576,160)	673,180,300,087
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	-	-	(474,353,140,790)	-	(10,490,354,059)	(484,843,494,849)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	-	-	-	(45,127,813,925)	-	(45,127,813,925)
해외사업환산손익	-	-	63,009,982,513	-	59,559,370,756	122,569,353,269
지분법자본변동	-	-	(1,048,615,188,657)	-	(744,352,256)	(1,049,359,540,913)
순확정급여부채 재측정요소	-	-	-	63,510,047,389	5,236,425,815	68,746,473,204
소유주와의 거래						
연차배당	-	-	-	(213,363,927,393)	-	(213,363,927,393)
주식기준보상거래	-	67,393,043,440	39,825,657,554	-	34,276,350,905	141,495,051,899
비지배지분과의 거래	-	(1,154,021,593)	(2,927,602,647)	-	213,731,354,037	209,649,729,797
2022.12.31(당기말)	16,481,339,500	1,556,453,389,615	(2,474,526,129,371)	23,645,687,007,296	706,226,873,411	23,450,322,480,451

재무성과표

연결자본변동표

제 24기 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지
제 23기 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	지배기업 소유주지분				비지배지분	합계
	자본금	자본잉여금	기타자본구성요소	이익잉여금		
2021.1.1(전기초)	16,481,339,500	1,793,273,489,872	(1,097,350,149,548)	6,654,814,483,478	887,912,871,911	8,255,132,035,213
당기순이익	-	-	-	16,489,849,771,129	(12,224,211,484)	16,477,625,559,645
기타포괄손익-공정가치 측정 채무상품 평가손익	-	-	(483,039,456)	-	-	(483,039,456)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	-	-	(89,930,381,735)	-	(857,096,887)	(90,787,478,622)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	-	-	-	20,113,624,459	1,488,785,167	21,602,409,626
해외사업환산손익	-	-	69,361,969,714	-	1,681,997,992	71,043,967,706
지분법자본변동	-	-	(252,386,900,150)	-	566,271,179	(251,820,628,971)
순확정급여부채 재측정요소	-	-	-	(3,137,808,086)	1,017,831,897	(2,119,976,189)
소유주와의 거래						
연차배당	-	-	-	(59,278,532,070)	(531,574,395)	(59,810,106,465)
주식기준보상거래	-	42,100,214,545	203,998,585,965	-	31,193,147,446	277,291,947,956
자기주식의 소각	-	-	15,492,077,217	(15,492,077,217)	-	-
자기주식거래	-	332,414,020,979	104,643,917,817	-	-	437,057,938,796
종속기업의 처분	-	363,352,647,014	(215,252,060)	(6,461,636,715)	(503,245,404,163)	(146,569,645,924)
비지배지분과의 거래	-	(1,040,926,004,642)	(4,596,665,108)	-	84,736,035,710	(960,786,634,040)
2021.12.31(전기말)	16,481,339,500	1,490,214,367,768	(1,051,465,837,344)	23,080,407,824,978	491,738,654,373	24,027,376,349,275

재무성과표

연결현금흐름표

제 24기 2022.01.01 부터 2022.12.31 까지
제 23기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지
제 22기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
I. 영업활동 현금흐름	1,453,390,444,990	1,379,905,728,836	1,447,212,217,640
영업으로부터 창출된 현금흐름	2,298,686,419,871	2,070,030,950,700	2,041,772,594,491
이자의 수입	20,673,303,127	26,262,580,497	20,014,015,757
이자의 지급	(40,173,810,844)	(58,256,588,522)	(71,543,208,626)
배당금의 수취	34,753,150,218	54,754,937,073	30,187,486,156
법인세의 납부	(860,548,617,382)	(712,886,150,912)	(573,218,670,138)
II. 투자활동 현금흐름	(1,215,888,095,959)	(13,998,804,731,074)	(2,503,202,276,036)
단기금융상품의 순증감	(574,934,228,334)	(348,046,243,066)	(25,654,808,271)
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(5,151,401,634,229)	(6,449,235,633,165)	(5,243,104,789,547)
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	4,727,172,598,822	6,505,643,614,364	3,894,138,692,719
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 감소	(16,016,168,742)	-	-
장기금융상품의 증가	-	-	(2,560,000,000)
장기금융상품의 감소	-	-	21,200,000,000
유형자산의 취득	(700,733,545,914)	(753,942,606,877)	(759,403,180,962)
유형자산의 처분	12,203,857,538	6,695,944,177	8,987,856,807
리스채권의 회수	7,462,366,762	3,773,243,178	1,417,837,269
무형자산의 취득	(55,500,428,444)	(51,876,515,767)	(106,290,121,972)
무형자산의 처분	923,978,480	167,684,511	3,304,588,760
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(46,595,632,596)	(509,090,098,200)	(50,971,937,342)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	126,380,427,929	229,335,330,042	232,310,319,161
관계기업및공동기업투자주식의 취득	(257,838,142,800)	(1,005,949,593,054)	(504,730,950,380)
관계기업및공동기업투자주식의 처분	702,978,746,957	440,573,420,629	104,952,900,033
사업결합으로 인한 현금의 순증감	4,264,026,832	(692,206,904,793)	2,260,617,141
종속기업의 관계기업 전환 등으로 인한 순현금흐름	-	(11,244,715,159,430)	(20,383,308,053)
단기대여금의 순증감	(494,633,010)	(115,777,475,728)	(35,244,144,863)
장기대여금의 순증감	146,412,000	(40,000,000)	(11,864,566,845)
기타투자활동으로 인한 현금유출입액	6,093,902,790	(14,113,737,895)	(11,567,279,691)

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 24기	제 23기	제 22기
III. 재무활동 현금흐름	(339,465,120,952)	11,642,326,424,402	1,192,133,678,978
단기차입금의 차입	139,564,583,333	260,601,900,208	2,116,540,667,363
단기차입금의 상환	(358,505,249,749)	(529,248,749,764)	(915,187,873,624)
장기차입금의 차입	106,435,416,667	1,598,040,294,214	886,562,480,808
장기차입금의 상환	(100,690,379,540)	(2,642,484)	-
사채의 발행	-	9,403,866,052,933	5,960,669,395
사채의 상환	-	-	(789,055,599,548)
리스부채의 상환	(178,551,442,728)	(114,274,687,061)	(174,107,173,293)
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 증가	130,504,106,918	386,482,769,394	-
자기주식의 취득	-	-	(15,516,003,480)
자기주식의 처분	-	176,145,173,981	-
배당금 지급	(213,363,927,393)	(59,784,555,522)	(54,949,639,640)
종속기업의 유상증자	-	-	1,023,167,174,015
주식선택권의 행사	61,406,468,500	39,796,328,200	-
비지배지분과의 거래로 인한 현금유입	87,981,692,188	114,530,208,868	46,060,159,984
비지배지분과의 거래로 인한 현금유출	(15,572,499,931)	(350,963,263,102)	(945,751,987,650)
기타재무활동으로 인한 현금유입액	3,916,338,007	1,070,216,109,602	23,806,129,662
기타재무활동으로 인한 현금유출액	(2,590,227,224)	(353,078,515,065)	(15,395,325,014)
IV. 현금및현금성자산의 환율변동효과	44,735,549,802	(87,699,641,884)	(30,989,618,453)
V. 현금및현금성자산의 순감소	(57,227,222,119)	(1,064,272,219,720)	105,154,002,129
VI. 기초 현금및현금성자산	2,781,395,543,827	3,845,667,763,547	3,740,513,761,418
기초 매각예정자산으로 분류된 현금및현금성자산	-	2,245,363,413,625	-
기초 재무상태표상 현금및현금성자산	2,781,395,543,827	1,600,304,349,922	3,740,513,761,418
VII. 기말 현금및현금성자산	2,724,168,321,708	2,781,395,543,827	3,845,667,763,547

재무성과표

종속기업 현황

구분	회사명	소재지	주요사업	자산총액 (백만 원)	지분율
주요 종속기업 (20개사)	NAVER J.Hub Corporation	일본	글로벌 사업지원	2,084,367	100
	네이버클라우드 주식회사	대한민국	IT인프라 서비스	1,373,971	100
	네이버웹툰 유한회사	대한민국	웹툰 서비스 개발 및 운영	959,626	100
	LINE Digital Frontier Corporation	일본	일본 웹툰 서비스 개발 및 운영	368,211	100
	NAVER France	프랑스	유럽사업 개발 및 R&D	339,500	100
	eBOOK Initiative Japan Co., Ltd.	일본	일본 전자책 서비스	149,796	100
	NAVER Cloud Asia Pacific Pte Ltd	싱가포르	IT 인프라 서비스 (아시아)	90,938	100
	스튜디오엔 주식회사	대한민국	영화 제작 및 유통	82,419	100
	Works Mobile Japan Corporation	일본	그룹웨어 개발 및 서비스 운영 (일본)	81,596	100
	네이버랩스 주식회사	대한민국	R&D	25,354	100
	C-FUND Subfund 3	프랑스	투자	197,023	99.75
	에스브이에이소다사모투자 합작회사	대한민국	투자	90,601	99.52
	에스비넥스트미디어이노베이션펀드	대한민국	투자	228,936	96.3
	티비티 글로벌 성장 제1호 투자조합	대한민국	투자	96,949	89.91
	웍스모바일 주식회사	대한민국	그룹웨어 개발 및 서비스 운영	231,354	89.41
	네이버파이낸셜 주식회사	대한민국	전자금융업	3,252,545	89.21
	스노우 주식회사	대한민국	카메라, 커뮤니케이션 앱 개발 서비스	277,847	82.96
	네이버제트 주식회사	대한민국	모바일 서비스 개발 및 운영	193,590	70.51
	WEBTOON Entertainment Inc	미국	웹툰 서비스 개발 및 운영	1,356,681	67.52
	크림 주식회사[1)]	대한민국	한정판 상품 거래 플랫폼	241,704	48.75
기타 종속기업 (80개사)	주식회사 문피아, 에스브이에이콘텐트미디어이호 사모투자 합자회사, 엔테크서비스 주식회사, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제2호, NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED, Wattpad Corporation, C-FUND Subfund 5, NAVER Cloud Japan Corporation, 네이버아이앤에스 주식회사, 주식회사 그린웹서비스, 네이버웹툰컴퍼니 주식회사, C-Fund, 주식회사 로커스, SNOW China Limited., 주식회사 인컴즈, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제1호, NAVER-KTB 오디오콘텐츠 전문투자조합, 주식회사 스프링캠프, Wattpad Webtoon Studios Inc., Watong Entertainment Limited, 케이크 주식회사, 플레이리스트 주식회사, NAVER CHINA CORPORATION, 스마트 스프링펀드, 엔아이티서비스 주식회사, NAVER CLOUD AMERICA INC, NAVER Cloud Europe GmbH, C-FUND Subfund 4, 주식회사 컴파트너스, NAVER U.Hub Inc, 주식회사 어뮤즈, 유한회사 로커스극장애니2015문화산업전문회사, C-FUND Subfund 2, 주식회사 작가컴퍼니, 주식회사 싸이더스, NW MEDIA CONTENTS INC., 스프링캠프 초기전문 투자조합 제4호, Yiruike Information Technology (Beijing) Co., Ltd., Chengdu NCC Technology Corporation, NAVER Z Limited, 스튜디오리코 주식회사, SNOW China (Beijing) Co., Ltd., 주식회사 스튜디오제이에이치에스, 팹 주식회사, 슈퍼랩스 주식회사, ZaiZai Entertainment Corp., 네이버-퀀텀콘텐츠1호펀드, Beijing Metaverse China Technology Corporation, NAVER BAND Inc, SNOW Japan Corporation, Broccoli Entertainment Corporation, 주식회사 엔비전스, 주식회사 오디언소리, Do Ventures Annex Fund, LP, 주식회사 로커스엑스, Dongman Entertainment Corporation, 주식회사 세미콜론스튜디오, (유)문피아웹툰문화산업전문회사, NAVER WP I, L.P., NAVER Z USA, INC., 엠콘텐츠랩스 주식회사, 네이버핸즈 주식회사, Wattpad Inc, SNOW VIETNAM COMPANY LIMITED, NAVER Z JAPAN Corporation., Wattpad Webtoon Studios Inc., Sidus and Teu Entertainment Joint Stock Company, 나매인 주식회사, Locus Shanghai Corporation, YLAB Japan Co., ltd, Wattpad Studios Inc, 엔에프보험서비스 주식회사, 주식회사 비닷두, SNOW Inc., WP Technology (UK), Wattpad Studios (Cell Phone Swap) Inc., NAVER WP II, LLC, WP Technology Corporation, PROTON PARENT, INC., PROTON MERGER SUB, INC.				

* 사업보고서 상의 연결대상 종속회사 현황 상 주요종속회사 여부에 따름

1) 크림 주식회사는 주주 구성상 지배력 행사 형태로 소유, 기타 19개사는 의결권의 과반수를 소유

ESG성과표

환경

			2020	2021	2022
온실가스 배출 현황					
온실가스 총 배출량[2]	**합계**	tCO_2e	**79,907**	**78,872**	**88,651**
	그린팩토리		6,731	5,888	3,972
	1784[1]		-	1,636	9,889
	커넥트원[1]		-	923	1,349
	네이버 스퀘어[1]		-	693	804
	임차사업장[1]		-	403	5,597
	데이터센터 각 춘천		73,176	69,329	67,040
온실가스 배출량 Scope 1	그린팩토리	tCO_2e	197	204	17
	1784		-	0	289
	커넥트원		-	265	454
	네이버 스퀘어		-	8	13
	임차사업장		-	4	48
	데이터센터 각 춘천		33	44	44
온실가스 배출량 Scope 2	그린팩토리	tCO_2e	6,534	5,684	3,955
	1784		-	1,636	9,600
	커넥트원		-	658	895
	네이버 스퀘어		-	685	791
	임차사업장		-	399	5,549
	데이터센터 각 춘천		73,143	69,286	66,996
온실가스 집약도	**합계**	tCO_2e/매출 (십억 원)	**15.07**	**11.57**	**10.78**
	그린팩토리		1.27	0.86	0.48
	1784		-	0.24	1.20
	커넥트원		-	0.14	0.16
	네이버 스퀘어		-	0.1	0.10
	임차사업장		-	0.06	0.68
	데이터센터 각 춘천		13.8	10.17	8.16
온실가스 배출량 Scope 3	**합계**	tCO_2e	-	215,157	209,708

[1] 2021년부터 1784, 커넥트원, 네이버 스퀘어, 임차사업장의 온실가스 배출량 집계
[2] 위 배출량은 23.06.30일 기준 값으로 추후 환경부 적합성 평가 결과에 따라 변동될 수 있음

			2020	2021	2022
에너지 사용 현황					
총 에너지 사용량	**합계**	TJ	**1,649**	**1,646**	**1,854**
	그린팩토리		143	124	84
	1784		-	34	209
	커넥트원		-	18	27
	네이버 스퀘어		-	14	16
	임차사업장		-	8	117
	데이터센터 각 춘천		1,506	1,448	1,401
에너지 집약도	**합계**	TJ/매출 (십억 원)	**0.31**	**0.24**	**0.23**
	그린팩토리		0.03	0.02	0.01
	1784		-	0.00	0.03
	커넥트원		-	0.00	0.00
	네이버 스퀘어		-	0.00	0.00
	임차사업장		-	0.00	0.01
	데이터센터 각 춘천		0.28	0.21	0.17

ESG성과표

환경

			2020	2021	2022
직접 에너지 사용량					
	합계	TJ	**4.5**	**9.7**	**15.6**
LNG	그린팩토리	TJ	3.9	1.9	0.3
LNG	1784	TJ	-	0.0	1.8
LNG	커넥트원	TJ	-	5.2	8.9
LNG	네이버 스퀘어	TJ	-	0.1	0.3
LNG	임차사업장	TJ	-	0.1	0.7
LNG	데이터센터 각 춘천	TJ	0.4	0.5	0.4
이동연소	1784	TJ	-	1.6	2.9
이동연소	데이터센터 각 춘천	TJ	0.1	0.0	0.0
경유	그린팩토리	TJ	0.0	0.0	-
경유	1784	TJ	-	0.0	-
경유	커넥트원	TJ	-	0.0	0.0
경유	네이버 스퀘어	TJ	-	0.0	-
경유	데이터센터 각 춘천	TJ	0.1	0.3	0.3
간접 에너지 사용량					
	합계	TJ	**1,645**	**1,640**	**1,839.3**
전력	그린팩토리	TJ	130	113	77.4
전력	1784	TJ	-	32	189.6
전력	커넥트원	TJ	-	14	18.7
전력	네이버 스퀘어	TJ	-	14	16.5
전력	임차사업장	TJ	-	8	114.0
전력	데이터센터 각 춘천[3]	TJ	1,506	1,448	1,399.9
스팀	그린팩토리	TJ	9	8	6.6
스팀	1784	TJ	-	3	14.0
스팀	임차사업장	TJ	-	-	2.6

[3] 네트워크 10G 리빌딩으로 서버 운영 감소

			2020	2021	2022
온실가스 배출량 절감					
	합계	tCO_2e	**-**	**16,967**	**17,414**
지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감	그린팩토리	tCO_2e	-	28	2
지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감	1784	tCO_2e	-	716	2,264
재생에너지 전력 구매를 통한 절감	1784	tCO_2e	-	-	46
재생에너지 전력 생산을 통한 절감	1784	tCO_2e	-	10	85
재생에너지 전력 생산을 통한 절감	커넥트원	tCO_2e	-	26	28
재생에너지 전력 생산을 통한 절감	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	99	98	95
사옥관리를 통한 절감	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	7,709	6,726	6,197
자연공조냉방기 도입을 통한 절감	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	10,963	9,363	8,697
재생에너지 사용량					
	합계	MWh	**314**	**1,082**	**5,490**
지열	그린팩토리	MWh	101	101	5
지열	1784	MWh	-	684	4,929
태양광	1784	MWh	-	22	187
태양광	커넥트원	MWh	-	62	61
태양광	데이터센터 각 춘천	MWh	213	213	207
재생에너지 PPA계약					
재생에너지 PPA 계약	1784	MWh	-	-	101
재생에너지 사용 비율	**합계**	%	-	-	3.0

ESG성과표

환경

			2020	2021	2022
용수 사용 현황					
용수 사용량	**합계**	m^3	**167,212**	**173,139**	**246,121**
용수 취수량 (상수도)	그린팩토리	m^3	76,438	54,625	30,995
	1784	m^3	-	5,284	63,198
	커넥트원	m^3	-	14,463	14,463
	데이터센터 각 춘천[4]	m^3	90,774	98,767	137,465
용수 재사용량	그린팩토리	m^3	7,060	5,739	2,810
	1784	m^3	-	1,142	910
	커넥트원	m^3	2,035	1,937	2,365
용수 재사용률	그린팩토리	%	9	11	9
	1784	%	-	22	1
	커넥트원	%	-	21	16
폐기물 및 재활용 현황					
폐기물 배출량	**합계**	Ton	**233**	**145**	**282**
생활 폐기물	그린팩토리	Ton	170	84	49
재활용 폐기물	그린팩토리	Ton	56	33	18
생활 폐기물	1784	Ton	0	0	132
재활용 폐기물 – 위탁 처리	1784	Ton	0	0	54
재활용 폐기물 – AI리사이클	1784	Ton	-	-	2
생활 폐기물	커넥트원	Ton	9	8	9
재활용 폐기물	커넥트원	Ton	-	2	3
생활 폐기물	네이버 스퀘어	Ton	-	10	6
재활용 폐기물	네이버 스퀘어	Ton	-	0	0
생활 폐기물	데이터센터 각 춘천	Ton	7	8	9
재활용률	그린팩토리	%	25	28	27
	1784	%	0	0	30
	커넥트원	%	-	16	25
	네이버 스퀘어	%	-	4	4
기타 친환경 활동 성과					
녹색제품 구매 비율	**합계**	%	-	-	97[5]
환경법규에 따른 과징금					
그린팩토리		건	0	0	0
		원	0	0	0
1784		건	-	0	0
		원	-	0	0
커넥트원		건	0	0	0
		원	0	0	0
네이버 스퀘어		건	0	0	0
		원	0	0	0
임차사업장		건	0	0	0
		원	0	0	0
데이터센터 각 춘천		건	0	0	0
		원	0	0	0

[4] 2022년 무더위로 쿨링타워 냉각수 온도를 낮추기 위해 상수도 공급

[5] 발주건수 기준 97%

ESG성과표

사회

			2020	2021	2022
사회/인적자본					
총 고용					
총 직원수[1]		명	4,103	4,696	**4,963**
고용형태별	**정규직**	명	**3,904**	**4,403**	**4,670**
	남성		2,503	2,811	2,864
	여성		1,401	1,592	1,806
	비정규직		**199**	**293**	293
	남성		136	156	157
	여성		63	137	136
직군별	**사무직**	명	**1,717**	**1,949**	**2,215**
	남성		697	750	818
	여성		1,020	1,199	1,397
	기술직		**2,386**	**2,747**	**2,748**
	남성		1,942	2,217	2,203
	여성		444	530	545
성별	남성	명	2,639	2,967	3,021
	여성		1,464	1,729	1,942
연령대별	30대 미만	명	1,109	1,354	1,260
	30세 이상 40세 미만		1,946	2,116	2,310
	40세 이상 50세 미만		1,015	1,161	1,292
	50세 이상		33	65	101

			2020	2021	2022
다양성 존중					
국적별	외국인 수	명	32	35	37
해외사업장	**총 해외사업장 직원 수**		**918**	**862**	**624**
	해외 파견자 수	명	13	15	25
	현지인 고용자 수		905	847	599
여성 인재	여성 비율	%	36	37	39
	여성 관리자(직책리더) 비율		25	27	30
	C-level[2] 고위 경영진 중 여성 비율		23	23	21
특별고용 및 마이너리티	장애인 고용	명	8	11	12[3]
	국가보훈자 고용		23	25	24
채용 및 이직					
신규[4]	**총 신규 채용**	명	**700**	**838**	**599**
성별	남성	명	482	562	318
	여성		218	276	281
연령대별	30세 미만	명	484	528	328
	30세 이상 40세 미만		180	280	250
	40세 이상 50세 미만		35	29	21
	50세 이상		1	1	-
이직[5]	**총 이직자**	**명**	**133**	**247**	**280**
	이직률	%	**3.9**	**4.4**	**6.1**
성별	남성	명	105	171	211
	여성		28	76	69
연령대별	30세 미만	명	34	54	92
	30세 이상 40세 미만		77	135	144
	40세 이상 50세 미만		21	56	43
	50세 이상		1	2	1

* 이직자 수, 출산휴가 사용자 수, C-level 성비는 전년도 대비 기준 변경으로 인한 일부 수치 정정

[1] 각 해 말일자 기준, 정규직, 계약직, 파견직, 임원, 인턴 포함

[2] 사내이사, GIO, CIC대표, 사업대표 및 총괄 포함

[3] 중증 장애인 3명 포함 (중증 장애인 2인으로 환산 시 총 15명)

[4] 정규직 입사자 기준

[5] 자발적 의원퇴직자 기준, 비자발적 퇴직자는 3명 (퇴직률 0.03%)

ESG성과표

사회

			2020	2021	2022
출산휴가 및 육아휴직					
출산휴가 사용자 수[6]		명	204	245	236
성별	남성	명	160	200	182
	여성	명	44	45	54
출산 후 복귀율		%	100	100	100
육아휴직 사용자 수		명	138	109	116
성별	남성	명	32	21	27
	여성	명	106	88	89
육아휴직 사용 후 복귀율		%	99	100	99.1
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속 비율		%	98.2	91.7	93.7
성과평가 및 보상					
구성원 성과 평가 실시율		%	92.4	93.6	96.5
구성원 스톡그랜트 부여 비율[7]		%	-	100	100
구성원 교육훈련					
전체 교육비용[8]		원	3,389,730,833	3,677,543,896	4,868,018,509
인당 교육비 평균		원	826,159	783,123	980,862
안전보건[9]					
산업재해 인원		명	4	1	2
산업재해율		%	0.09	0.02	0.04
파트너 관리					
동반성장 협력회사	공정거래협약 체결	개사	151	159	153
	총 신규 등록	개사	1,546	1,780	2,018

		2022년 상반기		2022년 하반기	
		대상자 수	수료율	대상자 수	수료율
정보보호					
구성원 정보보호 교육 (연 1회)		-	-	4,862	97.2%
구성원 개인정보보호 교육 (연 2회)[1]		4,653	98%	2,334	98%
고용형태별	정규직	4,401	99%	2,240	98%
	임원	124	100%	80	100%
	계약직	48	100%	11	100%
	파견직	19	95%	3	100%
	인턴	61	98%	-	-

* 수료율은 교육 실시 시점의 전체 구성원 수에 기반함
[1] 상반기 : 전 구성원 대상, 하반기 : 개인정보취급자 대상

지배구조

		2020	2021	2022
총 내부 윤리규정 위반 건수	건	12	6	6
내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 – 감봉	건	2	2	1
내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 – 면책	건	0	0	0
내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 – 해임	건	0	1	0
내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 – 기타 징계	건	10	3	5

* 이직자 수, 출산휴가 사용자 수, C-level 성비는 전년도 대비 기준 변경으로 인한 일부 수치 정정
[6] 2022년부터 배우자출산휴가와 산전후휴가(출산전후휴가 분할) 인원으로 집계
[7] 대상자 대비 수여 비율, 스톡 그랜트 대상 및 수여 기준은 수여 시기를 기준으로 한 재직 기간에 따름
[8] 2022년부터 어학, 직무, 일반교육, 채용비에 기반해 산출

[9] 산업안전보건법 제57조제3항 및 같은 법 시행규칙 제73조에 따른 산업재해 조사표 제출 건수와 동일

SASB INDEX

Topic	Code	회계 지표	구분	Unit	링크
하드웨어 인프라의 환경 영향	TC-IM-130a.1	(1) 전체 에너지 사용량, (2) 그리드 전력 비율, (3) 재생에너지 비율	정량	GJ, %	(1) 에너지 사용 현황 (p.143) (2) 네이버 사업장은 모두 국내 상용전력을 사용하여 그리드 전력 사용량 없음 (3) 재생에너지 사용량 (p.144)
	TC-IM-130a.2	(1) 전체 용수 취수량, (2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율	정량	m^2, %	(1) 용수 취수량(상수도) (p.145) (2) 용수 사용량 (p.145), 취수 지역의 수자원 민감도 (p.107)
	TC-IM-130a.3	데이터센터에 적용된 환경적인 고려사항의 접근 방식	논의 & 분석	n/a	친환경 사업장 조성 (p.106)
데이터 프라이버시, 광고 기준, 표현의 자유	TC-IM-220a.1	행동 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 정책 및 관행	논의 & 분석	n/a	정보보호 활동 (p.113-115) 정보보호 문화 조성 (p.116-118) 정보보안 인식 및 신뢰 제고 (p.119)
	TC-IM-220a.2	원래 목적 범위와 다르게 활용한 개인 정보 건 수	정량	수	0, 네이버는 개인정보 수집 시 안내한 목적 외 다른 목적으로 개인정보를 활용하지 않으며, 이용자의 동의를 받지 않고 제3자에게 개인정보를 제공 또는 판매하지 않습니다.
	TC-IM-220a.3	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	0
	TC-IM-220a.4	이용자 정보 관련 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 건 수, (3) 공개 비율	정량	수, %	투명성 보고서 통계 (p.117)
	TC-IM-220a.5	서비스 국가 중 정부의 모니터링, 차단, 필터링, 검열 등이 존재하는 국가 수	논의 & 분석	n/a	네이버는 대한민국을 포함해 서비스를 제공 중인 각 국의 게시물 정책 관리 기준을 준수하여 운영하고 있습니다.
데이터 보안	TC-IM-230a.1	(1) 개인정보 침해 건 수, (2) 개인식별정보(PII, Personally Identifiable Information) 관련 침해 비율, (3) 정보 침해로 인해 영향을 받은 사용자 수	정량	수, %	0, 네이버의 개인정보 유출 사고는 2019년 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건이 유일합니다.
	TC-IM-230a.2	제3자 사이버보안 리스크 관리 표준을 포함한 정보보호 리스크의 식별과 해결을 위한 접근 방식	논의 & 분석	n/a	정보보호 활동 (p.113-115) 서비스 보안 위험관리 (p.114)
임직원 고용, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	외국인 임직원 비율	정량	%	다양성 존중 (p.146)
	TC-IM-330a.2	임직원 몰입도 비율	정량	%	조직 효과성 진단 (p.74)
	TC-IM-330a.3	(1) 경영진, (2) 기술직, (3) 모든 임직원의 성 다양성	정량	%	인적자본 (p.146)
지적재산권 보호 및 경쟁 행위	TC-IM-520a.1	공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	0, 2022년 회계연도 동안 발생한 '반경쟁적 행위'에 따른 '법적 절차'로 발생한 '금전적 손실'에 해당하는 사항이 없습니다.

GRI INDEX

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
UNIVERSAL STANDARDS				
General Disclosures 2021	2-1	조직 상세	NAVER AT A GLANCE	p.14
	2-2	지속가능성 보고에 포함된 기업체	ABOUT THIS REPORT NAVER AT A GLANCE	p.2
	2-3	보고기간, 주기, 연락처	About This Report	p.2
	2-4	정보의 재기술	중대한 변화 없음	
	2-5	외부 검증	ABOUT THIS REPORT 검증 의견서 및 IR 정보	p.2 p.156
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 사업관계	TEAM NAVER - BUSINESS MODEL TEAM NAVER - TODAY TEAM NAVER - TOMORROW	p.22 p.23 p.39
	2-7	임직원	ESG 성과표 – 사회 - 고용	p.146
	2-8	피고용자가 아닌 근로자	ESG 성과표 – 사회 - 고용	p.146
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	이사회 구성 및 독립성 이사회 운영 ESG 추진 조직	p.94 p.6 p.48-49
	2-10	최고 거버넌스 기구의 추천 및 선임	이사회 구성 및 독립성 이사의 선임과 이해상충 방지 이사회 운영	p.94 p.96 p.96-97
	2-11	최고 거버넌스 기구의 의장	이사회 구성 현황	p.95
	2-12	경영에 미치는 영향을 감독하기 위한 최고 거버넌스 기구의 역할	이사회 구성 및 독립성 ESG 추진 조직	p.94 p.48-49
	2-13	경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임	ESG 추진 조직	p.48-49
	2-14	지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	ESG 추진 조직	p.48-49
	2-15	이해관계 상충	이사회 구성 및 독립성 이사의 선임과 이해상충 방지 이사회 운영	p.94-95 p.96 p.96-97

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
UNIVERSAL STANDARDS				
General Disclosures 2021	2-16	중요 사항 보고	이사회 운영 전사 리스크 관리체계	p.96-97 p.127-128
	2-17	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식	이사회 운영	p.96-97
	2-18	최고 거버넌스 기구의 활동 평가	이사회 성과평가 및 보상 경영진 성과평가 및 보상	p.98 p.92-93
	2-19	보수 정책	이사회 성과평가 및 보상	p.98
	2-20	보수 결정 절차	이사회 성과평가 및 보상 경영진 성과평가 및 보상	p.98 p.92-93
	2-21	연간 총 보상의 비율	CEO-임직원 보수 비율	p.93
	2-22	지속가능경영 전략 성명서	Letter to Stakeholders	p.13
	2-23	정책 약속	사람 중심 정책 공정거래 자율준수 프로그램	p.69 p.132
	2-24	정책 약속 내재	네이버 사람 중심 경영 현황	p.70-71
	2-25	부정적 영향 복원 프로세스	전사 리스크 관리체계 Case Story – 네이버의 업무 연속성 계획	p.127-128 p.128
	2-26	우려사항 조언 및 제기 메커니즘	기업윤리 상담 및 신고 지속가능한 공급망 생태계 구축 - 공정한 거래와 구매 파트너(협력사) 지속가능성 제고	p.132-133 p.80
	2-27	법·규제에 대한 컴플라이언스	사업보고서 – 제재 등과 관련된 사항 SASB Index - 지적재산권 보호 및 경쟁 행위, 이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	p.148
	2-28	가입 협회	수상 및 가입 협회	p.158
	2-29	이해관계자 참여에 대한 접근	이해관계자 참여 및 소통	p.50-51
	2-30	단체 협약	공정한 고용 및 노사관계	p.71

GRI INDEX

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
UNIVERSAL STANDARDS				
Material Topics 2021	3-1	중요 주제 결정 절차	중대성 평가 프로세스	p.54
	3-2	중요 주제 목록	2022 중요 주제	p.54-55
	3-3	중요 주제의 관리	ESG Framework 이해관계자 참여 및 소통 중요 주제 대응	p.46-47 p.50-51 p.56
		- 정보보안 및 프라이버시	정보보호 사이버 보안 관리체계	p.111-112
		- 이용자 보호 및 서비스 책임	네이버 그린인터넷	p.124-126
		- 글로벌 경쟁력 강화	ESG 가치창출 플랫폼 조성 TEAM NAVER - TODAY TEAM NAVER - TOMORROW	p.59-61 p.23-38 p.39-44
		- 인권 존중	사람 중심 경영	p.69-71
		- 기후변화 대응	탄소 배출 저감 노력 친환경 사업장 조성	p.101-105 p.106-108
		- 비즈니스 윤리 및 컴플라이언스	네이버의 윤리·준법 경영 적법한 세무 관리	p.130-133 p.134

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
TOPIC STANDARDS				
ECONOMY				
Economic Performance	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	이해관계자별 가치 분배 주요 재무성과	p.52 p.136-142
	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	TCFD 보고서	🔗
Indirect Economic Impacts	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	네이버 프로젝트 꽃 지역사회 상생 2022 D-커머스 보고서	p.82 p.84-87 🔗
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	네이버 프로젝트 꽃 이해관계자별 가치 분배 2022 D-커머스 보고서	p.82 p.52 🔗
Anti-corruption	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	네이버의 윤리·준법 경영 구성원 부패방지 교육 및 Integrity 교육	p.130-132 p.133
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	네이버의 윤리·준법 경영	p.130-133
Tax	207-1	조세 접근법 및 규제 준수	적법한 세무 관리	p.134
	207-2	조세 거버넌스, 통제 및 리스크 관리 체계	적법한 세무관리 - 세무 리스크 관리	p.134
	207-3	조세 관련 이해관계자 참여 및 고충 처리 절차	적법한 세무 관리	p.134

GRI INDEX

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
TOPIC STANDARDS				
ENVIRONMENT				
Energy	302-1	조직 내부 에너지소비	ESG 성과표 - 환경 – 에너지 사용 현황	p.143
	302-2	조직 외부 에너지 소비	ESG 성과표 - 환경 – 에너지 사용 현황	p.143
	302-3	에너지 집약도	ESG 성과표 - 환경 – 에너지 사용 현황	p.143
	302-4	에너지소비 감축	ESG 성과표 - 환경 – 에너지 사용 현황 2040 Carbon Negative 달성	p.143 p.99-108
Water and Effluents	303-3	용수 취수량	ESG 성과표 - 환경 – 용수 취수량(상수도)	p.145
	303-5	용수 사용량	ESG 성과표 - 환경 – 용수 사용량	p.145
Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	ESG 성과표 - 환경 – 온실가스 배출 현황	p.143
	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	ESG 성과표 - 환경 – 온실가스 배출 현황	p.143
	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	ESG 성과표 - 환경 – 온실가스 배출 현황 Carbon Negative 2040 TCFD 보고서	p.143 p.101-105 🔗
Waste	306-3	폐기물 발생량 및 종류	ESG 성과표 - 환경 – 폐기물 및 재활용 현황	p.145
	306-4	폐기 단계에서의 재활용	ESG 성과표 - 환경 – 폐기물 및 재활용 현황	p.145

GRI Standards	No.	보고사항	보고위치	
TOPIC STANDARDS				
SOCIAL				
Employment	401-1	임직원 신규 채용 임직원 및 이직	ESG 성과표 – 사회 - 고용	p.146
	401-2	임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	구성원 복지 및 웰빙 포스트 코로나 구성원 정서 케어 프로그램	p.72-73
	401-3	육아휴직	ESG 성과표 – 사회 - 출산휴가 및 육아휴직	p.147
Labor/ Management Relations	402-1	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	경영상 변동 발생 최소 30일 전 통지	
Occupational Health and Safety	403-3	산업보건 서비스	구성원 안전보건 정책 및 관리 활동	p.72-73
	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여, 상담, 커뮤니케이션	구성원 안전보건 정책 및 관리 활동	p.72-73
	403-6	근로자 건강 증진	구성원 안전보건 정책 및 관리 활동 구성원 복지 및 웰빙	p.72-73
Training and Education	404-1	임직원 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	구성원 역량 개발과 인재 육성	p.68
	404-2	임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	구성원 역량 개발과 인재 육성	p.66-68
	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	구성원 성과평가와 보상	p.64-65
Diversity and Equal Opportunity	405-1	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	이사회 구성 및 독립성 구성원 다양성 존중 ESG 성과표 – 사회 - 고용	p.94-95, 97 p.75 p.146
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	사업보고서 구성원 다양성 존중	🔗 p.75
Human Rights Assessment	412-2	인권 정책 및 절차에 관한 임직원 훈련	인권교육 2022년 Compliance Program 운영 및 교육 실적	p.71 p.131
Local Communities	413-1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장	네이버 프로젝트 꽃 지역사회 상생 2022 D-커머스 보고서	p.82-83 p.84-87 🔗
Customer Privacy	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건	투명성 보고서 통계	p.117

온실가스 배출량 검증 성명서

Scope 1&2

검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)의 국내 온실가스 배출량 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출(Scope2)에 대한 검증을 실시하였습니다.

검증 기준 및 지침

한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2022-279호)
- ISO 14064-1, 3 : 2006
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories

검증 수준

네이버(주)의 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합리적 보증수준(총배출량의 ±5.0% 미만)을 만족하고 있습니다.

검증 결론

검증팀 검증 결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

2022년 온실가스 배출량

(단위: tCO_2eq)

일련번호	사업장명	연간 온실가스 배출량		
		직접배출	간접배출	총 배출량
1	데이터센터각(춘천)	44	66,996	67,040
2	그린팩토리	18	3,953	3,970
3	커넥트원	455	895	1,349
4	파트너스퀘어	14	611	624
5	임차사업장	7	341	347
6	1784	289	9,595	9,884
7	테크원타워	31	3,697	3,728
	업계 총계	**857**	**86,088**	**86,942**

※ 참고: 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

2023년 06월 19일

* 보고서 내 값은 2023.06.30 기준 배출량 적합성 평가 결과에 따른 환경부 배출량 인증 결과값으로 본 검증 의견서와 차이가 있습니다. 추후 이의신청을 통해 값이 변경될 수 있습니다.

[별지 제7호 서식]

2022년도 배출량 인증 통보서

업체정보	① 업체명	네이버 주식회사	② 법인등록번호	1101111707178
	③ 대표자	한성숙	④ 전화번호	031-784-5412
	⑤ 주 소	경기도 성남시 분당구 불정로 6 (정자동, 그린팩토리)		
	⑥ 사업장 현황	데이터센터 각(춘천),커넥트원,그린팩토리 등 7개 사업장		
배출량	⑦ 인증결과	'22년도 배출권 제출시 기준배출량	88,651 tCO2-eq	
		4차 계획기간 할당시기준년도 참고배출량	88,651 tCO2-eq	

1.「온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법률」제25조(배출량의 인증 등) 및 동법 시행령 제42조(배출량의 인증)에 따라 2022년도 온실가스 배출량 인증결과를 위와 같이 알려드립니다.

2. 할당대상업체는 위 배출량 인증결과에 이의(異議)가 있는 경우,「온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법률」제38조(이의신청) 및 동법 시행령 제55조에 따라, 통지받은 날 부터 30일 이내에 소명자료를 첨부하여 환경부장관에게 이의신청을 할 수 있음을 알려드립니다.

2023년 05월 31일

환경부장관 (직인)

네 이 버 주 식 회 사 귀 하

※ 첨부서류

첨부 1. 배출량 인증결과 세부내역서 1부.
첨부 2. 적합성 평가결과 부적합 배출시설 현황 1부.
첨부 3.「 2022 년도 배출권 제출시 기준 배출량」산정시 제외된 배출시설의 배출량 현황 1부.
첨부 4. 배출량 재산정 내역서 1부.
첨부 5. 사업장 고유배출계수(Tier3) 검토 결과서 1부.

온실가스 배출량 검증 성명서

Scope 3

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 '검증'이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 네이버 주식회사의 온실가스 선언에 대한 기타 간접배출(Scope3)에 대한 검증을 수행하였습니다.

- 보고경계 : Scope3
  * 카테고리 1. 구매한 제품 및 서비스(누적 비율 상위 75%, 매입금액 비율 25%)
    카테고리 2. 자본재(누적 비율 상위 75%, 매입금액 비율 25%)
    카테고리 3. Scope1,2에 포함되지 않은 구매 전력 및 에너지 관련 활동(운영통제권 내 사업장)
    카테고리 4. 업스트림 운송·유통(매입 데이터 상위 80%)
    카테고리 5. 사업장 발생 폐기물(임차사업장 외 직접 소유 사업장)
    카테고리 6. 출장(국내·외 출장)
    카테고리 7. 통근(직원통근 및 재택근무)
    카테고리 8. 업스트림 임차자산(임차 자산 중 물류창고 限)
    카테고리 9. 다운스트림 운송·유통(Clova Clock 운송)
    카테고리 11. 판매된 제품 사용(Clova Clock 사용)
    카테고리 12. 판매된 제품 폐기(Clova Clock 폐기)
    카테고리 13. 다운스트림 임대자산(임대 부동산)
    카테고리 15. 투자(종속기업 포함)
- 보고년도 : 2022년

3. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 국제표준 및 국내 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.

- ISO 14064-1,3 : 2006
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 : 제2022-279호)
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories
- WRI(World Resources Institute) Greenhouse Gas Protocol
- The Corporate Value Chain (Scope3) Accounting and Reporting Standard

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 "제한적 보증 수준"의 검증을 제공합니다.
네이버 주식회사는 온실가스 의견서를 준비하고 공정하게 공개할 책임이 있으며, 한국표준협회의 책임은 온실가스 배출량에 대한 보증업무에 한정합니다.

5. 검증한계

온실가스 배출량은 검증범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

검증 범위에 한하여 ISO 14064-3 검증절차를 통해 검증한 한국남부발전(주)의 온실가스 배출량에 오류 및 허위사실이 발견되지 않았습니다.

부록. 2022년 온실가스 배출량

카테고리	배출량(tCO_2eq)	비중(%)
1. 구매한 제품·서비스	83,825.589	39.973
2. 자본재에 대한 상위흐름		
3. Scope 1,2에 포함되지 않은 연료 및 에너지 관련 활동	7,137.104	3.403
4. 업스트림 물류	10.215	0.005
5. 사업장 발생 폐기물	248.641	0.119
6. 출장	453.209	0.261
7. 통근	2,034.900	0.970
8. 업스트림 임차자산	39.839	0.019
9. 다운스트림 운송·유통	2.339	0.001
11. 판매된 제품 사용	11,392.236	5.432
12. 판매된 제품 폐기	131.429	0.063
13. 다운스트림 임대자산	423.562	0.202
15. 투자	104,009.072	49.597
합계	**209,708**	**100.00%**

※ 참고: 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

2023년 06월 19일

온실가스 배출량 검증 성명서

자발적 감축

검증 범위

한국표준협회는 네이버 주식회사에서 의뢰한 '온실가스 감축사업'에 관한 근거자료 및 기타 문서물을 기반으로 온실가스 감축량 검증을 실시하였습니다.

- 감축기간 : 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일
- 적용방법론
  - 공공부문 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부고시 제2022-58)
    [별표7] 외부감축사업 온실가스 감축량 산정 방법론
  - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2022-279호)
- 근거자료 : 네이버 실적보고서 및 근거자료, 기타 문서물

No.	감축사업명	적용방법론
1	1784 지열시스템 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 신규 지열시스템 설치를 통한 네이버 1784 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 002. 지열 열 공급
2	1784 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 태양광발전 설비 설치를 통한 네이버 1784 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 001. 재생에너지 발전(태양광)
3	1784 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 태양광 발전소(1.49564MW 규모)에서 생산된 재생에너지 전기 사용을 통한 '네이버1784' 사업장의 온실가스를 감축	인증지침 '제18조 배출량 산정제외'
4	그린팩토리 지열시스템 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 신규 지열시스템을 설치를 통한 그린팩토리 사옥의 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 002. 지열 열 공급
5	커넥트원 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 태양광발전 설비를 설치를 통한 재생에너지를 생산하여 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 001. 재생에너지 발전(태양광)
6	데이터센터 각 춘천 태양광발전 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 태양광발전 설비를 설치를 통한 재생에너지를 생산하여 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 001. 재생에너지 발전(태양광)
7	데이터센터 각 춘천 고효율 조명기기 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 고효율 조명기기(LED전등) 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 006. 고효율 조명기기 교체
8	데이터센터 각 춘천 고효율변압기 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 고효율 변압기(아몰퍼스 변압기) 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 교체
9	데이터센터 각 춘천 외기냉방 온실가스 감축사업 * 적용기술 : 외기냉방 설비(자연에너지 활용) 설치를 통해 에너지를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 교체
10	데이터센터 각 춘천 인버터온실가스 감축사업 * 적용기술 : 고효율 설비(인버터) 설치를 통해 온실가스를 절감하는 기술	[별표7] 007. 고효율 설비 교체

검증 기준 및 지침

한국표준협회는 리스크 평가 및 데이터 분석, 샘플링 기반으로 검증을 수행하였으며 다음의 기준 및 지침을 준용, 참고하여 검증을 수행하였습니다.

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2022-279호)
- ISO 14064-2, 3 : 2006
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories

검증수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 감축량에 대하여 "제한적 보증 수준"의 검증을 제공합니다.
네이버 주식회사는 온실가스 감축량을 산정·준비하고 공정하게 제출할 책임이 있으며, 한국표준협회는 온실가스 감축량 검증 대한 보증업무에 한정합니다.

검증한계

한국표준협회는 네이버 주식회사에서 제시한 관련 보고서, 정보, 데이터를 샘플링하는 방법으로 검증을 수행하였으며 이에 따른 고유한 한계를 지니고 있습니다. 검증팀은 평가기준에 부합하는 충실한 평가를 수행하고자 노력하였지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 평가의 한계로 제시합니다.

검증 결론

검증팀은 사업경계, 베이스라인 시나리오, 데이터 및 감축량 산정 등 적절성을 확인하였으며 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았음을 확인합니다.

온실가스 감축량 (기간 : 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월31일) (단위 : tCO_2eq/년)

No.	감축사업명	온실가스 감축량
1	1784 지열시스템 온실가스 감축사업	2,264
2	1784 태양광발전 온실가스 감축사업	85
3	1784 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업	46
4	그린팩토리 지열시스템 온실가스 감축사업	2
5	커넥트원 태양광발전 온실가스 감축사업	28
6	데이터센터 각 춘천 태양광발전 온실가스 감축사업	95
7	데이터센터 각 춘천 고효율 조명기기 온실가스 감축사업	69
8	데이터센터 각 춘천 고효율변압기 온실가스 감축사업	180
9	데이터센터 각 춘천 외기냉방 온실가스 감축사업	8,697
10	데이터센터 각 춘천 인버터온실가스 감축사업	5,948

2023년 06월 19일

온실가스 배출량 검증 성명서

온실가스 감축효과

검증 범위

한국표준협회는 네이버 주식회사에서 의뢰한 '온실가스 감축사업'에 관한 근거자료 및 기타 문서물을 기반으로 온실가스 감축기술 및 온실가스 감축효과에 대하여 검증을 실시하였습니다.

- 적용기간
  - 인쇄용지 사용 절감을 위한 전자문서 활용 : 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일
  - 일회용컵 사용 절감을 위한 다회용컵 사용 : 2022년 4월 1일 ~ 2022년 12월 31일
- 근거자료 : 네이버 실적보고서 및 근거자료, 기타 문서물

No.	사업명	산정방법론
1	인쇄용지 사용 절감을 위한 전자문서 활용	사업 전 배출량에서 다회용컵 사용 프로젝트 수행 후 배출량을 차감하여 온실가스 감축량 산정
2	일회용컵 사용 절감을 위한 다회용컵 사용	사업 전 배출량에서 네이버 전자문서 서비스 사용 프로젝트 수행 후 배출량을 차감하여 온실가스 사회적 감축량 산정

검증 기준 및 지침

한국표준협회는 리스크 평가 및 데이터 분석, 샘플링 기반으로 검증을 수행하였으며 다음의 기준 및 지침을 준용, 참고하여 검증을 수행하였습니다.

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2022-279호)
- ISO 14064-2, 3 : 2006
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories

검증수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 감축량에 대하여 "제한적 보증 수준"의 검증을 제공합니다.
네이버 주식회사는 온실가스 감축량을 산정·준비하고 공정하게 제출할 책임이 있으며, 한국표준협회는 온실가스 감축량 검증 대한 보증업무에 한정합니다.

검증한계

한국표준협회는 네이버 주식회사에서 제시한 관련 보고서, 정보, 데이터를 샘플링하는 방법으로 검증을 수행하였으며 이에 따른 고유한 한계를 지니고 있습니다. 검증팀은 평가기준에 부합하는 충실한 평가를 수행하고자 노력하였지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 평가의 한계로 제시합니다.

검증 결론

검증팀은 네이버 주식회사에서 제시한 사업경계, 베이스라인 시나리오, 데이터 및 감축량 산정 등에 대한 검증 과정에서 중요한 불일치 사항이 발견되지 않았으며, 온실가스 감축량에 오류 및 허위사실이 발견되지 않았음을 확인합니다.

온실가스 감축효과

(단위 : tCO2eq/년)

No.	사업명	온실가스 감축량
1	인쇄용지 사용 절감을 위한 전자문서 활용 *적용기간 : 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일	1,294
2	일회용컵 사용 절감을 위한 다회용컵 사용 *적용기간 : 2022년 4월 1일 ~ 2022년 12월 31일	8

본 검증은 자발적 온실가스 감축사업으로 배출권 획득 및 타 감축사업의 중복 등록용으로 활용될 수 없음.

2023년 06월 19일

한국표준협회장

제3자 검증 의견서

주식회사 디엔브이비즈니스어슈어런스코리아 (이하, "DNV")는 네이버 주식회사 (이하, "네이버")의 '2022 통합보고서' (이하 "보고서")에 대해 독립적인 제 3 자 검증을 수행하도록 요청받았습니다.

검증 의견

검증을 수행한 결과, DNV는 아래 기술된 검증 원칙 측면에서 네이버의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 성과 데이터의 신뢰성 측면에서, 보고된 데이터가 네이버의 운영 과정에서 관리되는 실무 데이터와 적절히 대조되지 않았거나 적용된 가정이 부적절하다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. DNV는 본 보고서가 GRI Standards 의 'in accordance' 옵션에 부합하다고 판단합니다.

중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요 주제에 연결된 GRI Standards의 특정 세부 지표(Topic Standards)는 다음과 같음을 확인하였습니다.

No.	중요 주제	Topic Standard
1	정보보안 및 프라이버시	418-1
2	이용자 보호 및 서비스 책임	417-2
3	글로벌 경쟁력 강화	201-1
4	인권 존중	405-1, 412-2
5	기후변화 대응	302-4
6	비즈니스 윤리 및 컴플라이언스	205-3

검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서, DNV의 관찰 의견은 아래와 같습니다:

- 포괄성 원칙 (The Principle of Inclusivity)

  네이버는 이해관계자를 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 정의하고, 각 그룹별 이해관계자 참여를 위한 다양한 참여와 소통의 채널을 제공하고 있습니다. 네이버는 이해관계자별 주요 관심사항 및 이와 관련된 대응 활동을 보고하고 있으며, 확인된 주요 관심사항은 네이버 ESG 7 대 추진전략과 연계하여 설명하고 있습니다. 또한, 네이버는 이해관계자의 주요 관심사항을 중대성 평가 프로세스에 반영하여 회사 주요 정책과 함께 고려하고 있음을 이해관계자들에게 적절히 설명하고 있습니다.

- 중대성 원칙 (The Principle of Materiality)

  네이버는 지속가능보고 관련 다양한 표준 및 동향 분석을 통하여 20 개의 이슈 풀을 도출하였습니다. 이슈 풀은 이해관계자 중요도 및 비즈니스 중요도에 대한 분석과 함께 외부 환경과 기업 활동 간의 상관관계를 반영하는 이중 중대성 분석을 실시하였으며, 이 가운데 상위 총 6 개의 이슈를 중요 주제(Material Topics)로 선정하여 구체적으로 보고하고 있습니다. 네이버는 중대성 평가 시 다양한 출처로부터 각 이슈들의 중요도를 식별하였으며 최신 ESG 트렌드를 반영한 새로운 이슈들이 적절히 검토되었고 이는 보고서에 반영되어 있습니다. DNV 는 중대성 평가를 통해 선정된 이슈 및 보고 주제들이 네이버의 통합보고서에 반영되어 있음을 확인하였습니다.

- 대응성 원칙 (The Principle of Responsiveness)

  네이버는 빠르게 변화하는 사업환경과 ESG 규제에 대한 적극적인 대응방안으로서 '네이버 7 대 ESG 추진전략 체계'를 2022 년 개편 및 고도화 하였습니다. 네이버는 기존 ESG 추진전략에 따른 대응성과 보고와 함께 세부 ESG 추진전략별 중장기 목표 및 Action plan을 구체적으로 제시하고 있습니다. 또한 ESG 전략 과제의 효과적인 달성을 위하여 ESG Working Group을 확대하였으며, 이는 ESG 전략과제 달성 뿐만 아니라 이해관계자를 포함한 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 추가 과제 발굴을 위한 소통의 역할을 할 것으로 기대하고 있습니다.

- 영향성 원칙 (The Principle of Impact)

  네이버는 이해관계자들의 관심도 및 기대사항이 반영된 중요 주제들에 대한 이슈 선정 배경 및 이행 현황을 구체적으로 공개하고 있습니다. 또한, 네이버는 중대성 평가를 통해 선정된 중요 주제들이 물리적, 시간적 보고 경계에 따라 완전하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 검증팀은 네이버의 ESG 추진전략 목표 및 세부 Action plan에 대한 성과 및 계획과 관련된 정보를 정량화하여 구체적으로 제시할 수 있을 것으로 기대합니다.

- 특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성 (Reliability of Specific Sustainability Performance Information)

  DNV는 네이버의 보고서가 AA1000 AP(2018)의 원칙을 따르고 있는지에 대한 평가 (Type 1 검증)에 더해, 특정 지속가능성 성과 정보로서 에너지 사용 절감량에 한하여 Type 2 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하여 데이터 처리 프로세스에 대한 설명을 들었으며, 샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였습니다. 검증 결과로 판단하였을 때, 보고서에 기재된 지속가능성 성과 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 발견되지 않았습니다. 네이버는 신뢰할 수 있는 방식과 데이터로 지속가능성 성과의 출처와 의미를 설명할 수 있으며, 관련 데이터의 식별과 추적이 가능하였습니다. 네이버는 지난 3 개년의 지속가능성 성과를 보고하여 시간의 흐름에 따른 비교가 가능하도록 하였으며, 검증 과정 중 발견된 오류들이나 명확하지 않은 표현들은 최종 보고서 발간 전에 수정되었습니다.

제3자 검증 의견서

검증 범위 및 방법

검증 활동은 국제인증업무기준 (“ISAE 3000”), GRI 지속가능성 보고 표준 (“GRI Standards”) 등 국제 규격을 반영한 DNV의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustainTM과 AA1000AS v3에 따라 Type1 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 진행되었으며, 상기에 기술된 바와 같이 일부 특정 성과 정보에 대해서는 Type 2 방법을 적용하였습니다.

보고서에 명시된 보고 경계 외의 자회사, 관련 회사, 협력사 및 제 3 자의 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 네이버의 재무제표 및 금융감독원의 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr)에 공시된 자료, 그리고 홈페이지(www.navercorp.com)에 게시된 자료는 검증 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증 의견을 제공함에 있어 근거가 된다고 판단되는 정보를 수집하기 위해 작업을 계획하고 수행하였습니다. 데이터 검증은 네이버에서 수집한 데이터에 대해 질의 및 분석, 그리고 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 환경 및 사회 데이터의 경우 조직 차원에서 취합된 데이터를 확인하는 형태로 검증을 진행하였습니다.

의견 판단 기준

검증은 2023년 6월 실시되었습니다. DNV는 검증 프로세스의 일환으로 아래의 활동을 수행하였습니다.

- 보고서 문구, 주장에 대한 확인, 보고서 작성에 활용된 데이터 관리 시스템, 정보의 흐름 및 통제의 견고성 평가
- 지속가능성 데이터 및 지속가능 전략의 이행을 위한 관리 체계 및 관련 프로세스 검토를 위해 네이버 본사 방문 (대한민국 성남)
- 주요 부서 담당자들과의 대면 인터뷰
- 문서 검토, 데이터 샘플링, 보고서 작성에 활용된 데이터 베이스, 전산 관리 시스템 등의 테스트
- 중대성 평가 결과 및 프로세스 검토

㈜디엔브이비즈니스어슈어런스코리아
대한민국 서울
2023년 6월 26일

AA1000
Licensed Report
000-10/V3-64XIQ

박상연
선임심사원 및 검증팀장

김재희
선임심사원

윤창록
기술검토자

네이버 관리자 및 DNV의 책임
네이버는 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있습니다. 당사의 성명은 독립적 의견으로 간주되어야 하며, 관련된 모든 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 작성되었습니다. DNV는 본 성명서를 제외하고 보고서 작성에 관련된 업무를 수행하지 않았습니다. 검증은 DNV에 제공된 네이버의 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며 사실이라는 가정을 기반으로 실시되었습니다. DNV는 본 성명서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 단체에 대한 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

적격성 및 독립성
DNV가 수립하고 있는 정책 및 절차는 DNV 및 그 임직원, 그리고 해당되는 경우 다른 모든 인원(DNV의 타법인 임직원 포함)에게 독립성 요건을 적용하고, 관련 윤리적 요구사항에 따라 독립성을 유지하도록 설계되어 있습니다. 본 검증 활동은 지속가능성 전문가들로 구성된 독립적인 검증팀에 의해 실시되었습니다.

DNV - Business Assurance
DNV 그룹의 일원인 DNV Business Assurance Korea는 인증, 검증, 평가 및 교육 서비스를 제공하는 글로벌 기업으로, 고객이 지속가능한 비즈니스 성과를 달성할 수 있도록 지원합니다.

수상

2018. 06	• 동반성장지수 평가 2년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
08	• 파파고·웨일·네이버지도, 독일 레드닷 어워드 커뮤니케이션부문 수상 (Red Dot Award)
09	• LICO 웹애니메이션 '연애하루전', 'BCWW2018' 뉴미디어콘텐츠상 대상 수상
10	• IDEA 4개 부문에서 클로바 프렌즈 등 6종 프로덕트 수상 (IDEA) • 포춘 선정 '미래유망기업(The Future 50)' 6위에 선정 (FORTUNE)
11	• 네이버·네이버랩스 CES2019 이노베이션 어워드 4개 프로덕트 수상 • 네이버 비즈니스 플랫폼, '그랜드 클라우드 컨퍼런스' 장관상 수상 (과학기술정보통신부) (클라우드 산업발전유공장관 표창)
2019. 02	• 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	• '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정 (고용노동부)
10	• '2019 대한민국 소상공인대회' 감사패 수상 • 네이버웍스, 클로바 클락 등 6개 제품, 일본 '굿디자인 어워드' 수상 (Good Design Award) • 동반성장주간 기념식 자발적 상생협력 부문 대통령 표창 수상 (중소벤처기업부, 동반성장위원회)
12	• 대한민국 동반성장 시상식 3년 연속 '동반성장지수평가 최우수 기업상' 수상 (동반성장위원회)
2020. 02	• 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award) 08월 • LACP 2019 비전어워드 금상 수상
09	• 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상 • 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
11	• 2020 포브스 선정 The World's Best Employers 2020 37위 • 포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위
12	• 정책소통 유공 장관 표창 수상 (행정안전부) • 클로바 램프, CES 혁신상 수상
2021.09	• 동반성장지수 평가 5년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회) • LACP 2021 비전어워드 대상 수상 • 2021 ARC 특별 연차보고서 부문 대상 수상 • 클로바 램프, 미국 IDEA 디자인 어워드 금상 수상
10	• 네이버클라우드 라인웍스, 일본 2021 굿디자인어워드 수상
11	• 한국표준협회 지속가능성보고서 최초 발간 부문 수상
12	• 동반성장지수 평가 최우수기업상 수상 (동반성장위원회)
2022. 08	• LACP 비전어워드 Platinum 및 Gold 수상 • 2022 ARC 통합보고서 부문 수상
11	• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상
12	• 대한민국 ESG 경영대상 커뮤니케이션 부문 최우수상 • 한국경영인증원 글로벌스탠더드 경영대상 지속가능보고서상 • 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 • 동반성장지수 평가 6년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)

NAVER