

주주 서한 - 네이버 커머스의 현재와 미래

주주 여러분께,

3월 17일, 네이버는 39개 증권사 애널리스트들을 대상으로 네이버의 커머스 사업을 주제로 하여 애널리스트 데이를 개최하였습니다. 많은 투자자들이 애널리스트들의 리포트를 통해 저희 커머스 사업의 현황과 계획 그리고 목표를 확인하셨을 것으로 생각되지만, 직접 주주 여러분들에게 주요 내용을 상세하게 공유드리는 것도 의미가 있을 것 같습니다. 앞으로도 주요 투자자 행사가 있을 때는 이렇게 주주 서한을 통해 생각을 함께 나누도록 하겠습니다.

본론에 들어가기에 앞서, 지난주에 있었던 제22기 네이버 정기주주총회에 대해서 말씀드립니다. 주주 여러분들께서 지지해주신 덕분에 모든 안건이 통과되었고, 네이버에 보내주신 신뢰에 대해 다시 한번 감사드립니다. 이번에 새롭게 이사회에 합류한 이견혁 이사가 가진 경제학 박사로서 그리고 굴지의 기업/기관에서 쌓은 전문성과 경험이 네이버가 글로벌 비즈니스 전략을 구체화하는 데 크게 기여할 것으로 기대하며, 저희 경영진은 주주 가치의 지속적인 향상을 궁극적인 목표로 앞으로 나아가겠습니다.

코로나19 위기를 극복해내고 있는 작은 성공들의 힘... SME의 온라인 도전과 성장을 지원해온 네이버 커머스의 방향성

어느새 만으로 1년을 넘어선 코로나19 위기 속에서 네이버는 가지고 있는 기술과 서비스를 활용해 새롭게 온라인 시장에 도전하는 SME들을 지원하며 이커머스 영역에서 함께 의미있는 성장을 이뤄내고 있습니다. 전세계적으로 이커머스 사업이 인터넷 기업들의 중요한 성장 동력이 되고 있는 상황에서, 네이버 또한 탄탄하게 쌓아온 이용자 및 판매자 규모와 커머스 인프라를 기반으로 한국을 대표하는 전자상거래 기업으로 나아가고 있습니다.

특히, 3월달 들어서는 라인과 Z홀딩스의 경영통합 완료, 이마트 및 신세계와의 자사주 교환 등 네이버 커머스 사업에 중대한 영향을 끼칠 수 있는 이벤트들이 많이 있었습니다. 이러한 이벤트들이 지니는 의미를 설명하면서 네이버 커머스 사업이 가지고 있는 기본 철학과 경쟁력, 그리고 저희가 앞으로 나아갈 방향에 대해 말씀드리겠습니다.

다양성의 가치를 품은 견고한 국내 이커머스 1위... 건강한 커머스 생태계 조성해 글로벌 경쟁력 확보

네이버 커머스는 온라인 쇼핑의 모든 과정에서 이용자의 구매 경험과 사업자의 판매 활동이 매끄럽게 이어지도록 하며 함께 성장해 왔습니다. 검색을 기반으로 상품과 가격을 비교하는 것으로 커머스 사업을 시작한 이래 이용자의 온라인 쇼핑 경험을 개선하기 위해 끊임없이 노력해 왔습니다. 이용자에게는 정확한 상품정보를 드리고, 자체 결제 솔루션을 개발해 검색부터 구매완료에 이르기까지 끊임없는 쇼핑 흐름을 만들었습니다. 사업자에게는 손쉽게 창업하고 사업을 키워나갈 수 있도록 스마트스토어 플랫폼을 만들고 발전시켜 나가고 있습니다.

네이버 커머스 사업은 무엇보다 다양성에 가치를 두고 있습니다. 획일화된 상품과 가격과 속도로만 경쟁하기보다는 여러 종류의 상품과 판매자가 존재하는 다양성을 바탕으로 발전하고 있습니다. 이렇게 가지각색의 판매자와 상품이 한국에서 가장 많은 고객들과 맞닿을 수 있는 유연한 플랫폼으로서의 네이버 커머스 경쟁력은 앞으로도 변하지 않을 전망입니다. 판매자들의 새로운 니즈에 맞춰 다양한 머천트 솔루션을 보강하고, 새로운 마케팅 솔루션을 도입하며, 해외 진출을 돕는 글로벌 솔루션으로 진화해 나가겠습니다.

또한 네이버의 커머스 플랫폼은 다양한 규모와 종류의 판매자를 아우르며, 각분야 역량 있는 업체들과 협업해 함께 성장해 나갈 수 있는 유연성과 확장성이 뛰어납니다. 판매자들은 장사가 가장 잘되는 플랫폼을 선택해 자신의 상점을 열고, 매출을 올리기 위하여 각종 솔루션을 활용할 수 있고, 이용자들은 가격비교, 쇼핑라이브, 장보기 등 상품군별로 최적화된 방식으로 구매를 할 수 있습니다. 이렇게 단순하지만 근본적인 시장 논리가 한국에서 가장 건강하게 작동하는 곳이 바로 네이버의 커머스 플랫폼입니다.

네이버는 이렇게 이용자, 판매자, 파트너와 함께 성장하는 이커머스 시장 리더로서 지난해 거래액 28 조원을 달성하며 국내 이커머스 시장 1 위 지위를 확고히 하였고, 앞으로도 이를 유지해 나갈 것입니다.

네이버는 커머스 사업을 지속적으로 선도하기 위해, 판매자 솔루션 강화, 다양한 구매 방식 지원, 멤버십을 통한 파트너십 생태계 확대, 데이터 기반 온디맨드 풀필먼트 구축, 글로벌 진출이라는 다섯 가지 방향으로 계속해서 앞서 나가겠습니다.

1) 머천트 솔루션 등 새로운 '판매자 솔루션' 강화: 커머스 성장 선순환 구조 기대

어느새 네이버에 개설된 스마트스토어 수는 42만개를 넘어섰으며, 연간 스마트스토어를 통해 거래되는 대금이 17조원을 넘어설 만큼 스마트스토어는 한국에서 가장 인기있는 온라인 창업 수단으로 자리를 잡고 있습니다. 올해는 성장을 더욱 가속화해 작년보다 약 50% 늘어난 거래액 25조원 이상을 목표로 하고, 5년 후에는 100만 사업자가 스마트스토어에서 판매하도록 하겠습니다.

그동안 쌓아온 판매자 솔루션 노하우를 기반으로 그 지원 범위를 SME에서 대형 브랜드로까지 확장하여 브랜드 스토어를 작년 2월 출시하였습니다. 현재 패션, 생필품, 가전기기 등 전 범위를 아우르는 290여개의 브랜드가 입점해 한 개의 이탈도 없이 견조한 성장을 거두고 있으며 스마트스토어와 브랜드스토어 판매자 수 및 거래액의 증가는 네이버의 마케팅 솔루션과 결합되어 커머스 매출의 성장으로 직결되고 있습니다.

네이버를 믿고 사업을 시작한 판매자가 더 성장해 사업 규모를 확대할수록 네이버도 함께 성장합니다. 그렇기 때문에 네이버의 역할은 판매자가 장사에만 집중할 수 있도록 사업에 필요한 모든 단계를 머천트솔루션으로 제공하는 것이라고 생각하고 있습니다. 초기에 스토어 구축, 상품관리, 주문/결제 등 기본적인 기능에 집중되었던 솔루션은 고객관리, 정산 및 금융, 데이터 분석, 물류 연계, 새로운 마케팅 솔루션 등 전방위적인 툴로 확대되고 있습니다. 이렇게 온라인에서 장사하는 데 필요한 모든 과정을 빠짐없이 챙겨 머천트솔루션이라 명명하고 비즈니스 효용이 큰 솔루션에 대해서는 합리적인 수익화를 검토해 나갈 계획입니다. 이는 기존의 광고, 수수료 모델에서 한 단계 더 발전된 솔루션 기반의 구독 모델이 될 것이며, 솔루션을 활용해 판매자들의 수익이 증가하면 네이버의 수수료와 광고 매출과 함께, 다시 솔루션 매출 또한 확대되는 선순환 구조가 될 것으로 기대합니다.

2) 정기구독·명품·라이브커머스 등 차별화된 쇼핑 경험 제공 및 신규 시장 확대

이용자에게는 더 다양한 상품과 즐거운 구매경험을 제공할 예정입니다. 온라인 커머스가 확대되었지만 아직 다루지 못하는 카테고리 또한 많습니다. 시장규모는 크지만 온라인 전환은 시작 단계인 생필품, 장보기, 정기구독, 렌탈, 명품 카테고리를 중심으로 빠르게 시장을 확대하겠습니다.

특히 네이버 쇼핑라이브가 빠르게 성장하고 있는데, 이는 네이버가 가진 커머스, 트래픽, UGC, 콘텐츠 자산과 라이브 기술을 한데 모아 만든 결정체로 매일매일 새로운

시장을 만든다는 각오로 사업을 진행 중입니다. 라이브커머스가 먼저 정착된 중국에서는 라이브커머스가 전체 이커머스 거래액의 15% 이상을 차지하고 있습니다. 네이버 쇼핑라이브는 아직 초기단계이지만 아주 가파르게 성장 중이며, 글로벌한 트렌드를 놓치지 않고 새로운 쇼핑의 성장동력으로 키워 나가겠습니다.

3) 탄탄한 제휴 경쟁력과 강력한 이용자 혜택으로 600만 멤버십 생태계 확대 목표

네이버 플러스 멤버십의 핵심 경쟁력은 외부 기업들과의 협력입니다. 최근 티빙과의 콘텐츠 제휴를 완료하였고, 대한항공과 2월 MOU 체결 이후 마일리지 혜택 연계를 논의 중입니다. 이번 이마트·신세계 제휴를 통해서도 전국 이마트·신세계 매장에서 네이버페이 적립과 무료 배송 등 온오프라인을 통합할 수 있는 혜택에 대해 논의할 계획입니다. 네이버 플러스 멤버십은 자체 혜택은 물론, 외부 혜택을 함께 더하고 다른 회사의 멤버십 체계와 연동할 수 있는 열린 구조로 이용자 생활에 반드시 필요한 프로그램으로 성장하리라 기대합니다.

멤버십 가입 이전 대비 가입 이후 네이버 커머스 플랫폼에서 매달 소비하는 금액이 유의미하게 증가함을 확인하였고, 가입 유저들의 월평균 거래액 또한 시간이 지날수록 상승 중인 것 또한 경험하고 있습니다. 이러한 점들이 결합하여 작년말 250만명을 돌파한 네이버 플러스 멤버십 가입자 숫자는 올해말 누적 600만명에 이를 것으로 예상합니다.

4) "상품에 맞는 물류 서비스 디자인"... 데이터 기반 '온디맨드 풀필먼트' 구축해 물류 역량 강화

신세계·이마트와의 협업은 국내 유통업계 최대 규모의 협력이며, 이를 통해 네이버 커머스 플랫폼의 전체 물류경쟁력을 한 차원 더 강화할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 전국에 오프라인 매장을 가진 신세계·이마트와의 다양한 협업을 통해 네이버 이용자들의 쇼핑 경험을 한층 개선할 것입니다. 신세계·이마트의 7,300개 오프라인 거점을 활용해 네이버 장보기에서 당일배송, 익일배송을 도입하거나 멤버십을 활용한 무료배송 혜택을 주는 방안, 스마트스토어 신선식품 배송에 활용하는 방안 등을 구체적으로 검토 중입니다.

신세계·이마트뿐만 아니라 네이버 풀필먼트 생태계에 이미 합류한 CJ대한통운 역시 업계 최고 수준의 물류 역량을 보유한 파트너입니다. 네이버는 이들 파트너들의 장

점을 모아 시너지를 극대화할 수 있는 체계가 무엇일지 함께 고민하고 힘을 집중하겠습니다.

한편 네이버 커머스 플랫폼에서 다루는 상품이 다양해지면서 그에 맞는 물류 방식의 다양화도 중요해지고 있습니다. 네이버는 생필품, 신선식품, 동대문 패션, 가전제품, 명품, 크로스보더 해외물류에 이르기까지 카테고리별로 최적화된 물류 서비스를 차근차근 구축해 나가고 있습니다. 올해부터는 본격적으로 스마트스토어와 브랜드스토어를 중심으로 연계하고 정식 솔루션으로 제공할 계획입니다.

5) 네이버 스마트스토어 성공 모델 일본 진출 "글로벌 커머스 컴퍼니 향한 도전 시작"

2019년 발표한 라인-Z홀딩스 경영통합이 3월1일 마무리되었고, 이제 네이버는 Z홀딩스 산하 라인, 야후와의 본격적인 협력을 통해 일본에서도 도전과 성공을 이어나가려 합니다.

그 첫번째 과제로 상반기중에 스마트스토어 플랫폼을 일본에 선보입니다. 네이버 스마트스토어 모델을 라인의 선물하기, 공동구매 등 소셜 커머스 플랫폼에 연동하고 야후 검색, 쇼핑, 페이페이등과 연결해 한국에서 검증된 검색-쇼핑-결제로 이어지는 시너지를 Z홀딩스의 다양한 사업과 만들어 나갈 것입니다.

일본의 소매시장은 우리나라보다 3배 이상 큰 규모지만 아직 커머스의 온라인 침투율은 한국의 1/3 수준으로 성장 잠재력이 매우 큽니다. 특히, 야후 쇼핑은 이미 32조원 규모의 커머스 거래를 기록하고 있어 스마트스토어가 빠르게 성장할 수 있는 발판이 되리라 생각합니다.

이번 도전을 시작점으로 네이버 커머스는 글로벌 커머스 회사로 거듭날 것입니다.

ESG를 아우르는 네이버 상생의 철학, 커머스 비즈니스 성장의 핵심 가치로 삼겠습니다

지금까지 네이버 커머스의 성장 전략에 대해 말씀드렸습니다. 국내에서 네이버는 세분화되는 판매자, 이용자 니즈를 가장 빠르고 깊이 있게 대응할 수 있는 유일한 커머스 플랫폼으로서 확장해 나갈 것입니다. 그리고 필요한 영역에서는 역량 있는 파트너들과 협업하여 함께 성장하며 국내 이커머스 1위 자리를 확고히 하겠습니다. 궁극적으로 국내에서 검증된 성공 공식을 일본을 시작으로 아시아 시장에 적용해 국내를 능가하는 규모의 글로벌 수익을 창출할 것입니다.

네이버 커머스가 이렇게 아시아를 아우르는 꿈을 꿀 수 있게 된 바탕에는 지난 10년간 SME들의 새로운 도전을 지원하고, 네이버 포인트 생태계 속에서 이용자들에게 혜택을 돌려주며 쌓아왔던 상생이라는 철학이 있습니다. 네이버의 일관성 있는 투자는 커머스 생태계를 구성하는 판매자와 이용자, 파트너 모두가 지속 가능한 성장을 하기 위한 자양분이 되었고, 마침내 이 노력이 꽃을 피우고 있습니다.

네이버의 성장이 거듭되어도 판매자가 성공하고 이용자 편익이 극대화되어야 한다는 근간의 철학에는 아무런 변화가 없을 것입니다. 오히려 각종 기반 기술과 외부 협업을 통해 판매자와 이용자 지원을 더욱 효과적으로 늘리면 이익의 선순환 구조가 지속적으로 확대될 것이라고 믿고 있습니다. 이를 통해 네이버의 상생을 기반으로 한 커머스 비즈니스 모델의 가치를 전세계로부터 인정받고자 합니다.

커머스 사업에서의 약진과 함께, 네이버를 구성하고 있는 서치플랫폼, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 등 각 사업 영역들은 서로 시너지를 내며 네이버의 성장에 기여하고 있습니다. 이 모든 사업을 총괄하는 책임자로서 각 사업 부문별 성과와 계획, 목표에 대해서도 이런 주주서한이나 기타 적절한 형태를 통해 앞으로 더 자주 말씀드릴 수 있는 기회를 마련하도록 하겠습니다.

마지막으로 저희를 끊임없이 신뢰해주시는 주주 여러분들께 감사의 마음을 표하고 싶습니다. 여러 분들이 저희 회사에 거는 기대는 네이버가 더욱 발전할 수 있는 계기로 작동하고 있습니다. 헌신적인 4천여 네이버 임직원과 이 여정을 이어갈 수 있도록 여러분의 지속적인 지원을 부탁드립니다.

네이버 주식회사
대표이사 한성숙

