

BEYOND

NAVER
ANNUAL REPORT
2020

CONNECT

CONTENTS

04	CEO 메시지
06	Key Highlights
22	2020 at a Glance
26	Financial Highlights

OPERATION REVIEW

32	Service Overview
46	Business Review
54	ESG Review
	- Governance
	- Social
	- Environment

APPENDIX

74	연결재무제표
81	종속기업 현황
84	수상 내역
87	연혁
88	IR 정보



네이버 Annual Report 2020은 당사 홈페이지(www.navercorp.com)에서
PDF 포맷으로 다운로드 가능합니다.

CONNECTING

독창적이고 미래를 선도하는 기술력으로,
사람과 사람, 사람과 정보, 공간, 머신을 연결하며
기술 플랫폼으로 진화해 갑니다.
기술 플랫폼은 첨단 기술을 손쉬운 도구로
바꾸어 나가겠다는 네이버의 약속입니다.

2020년, 비대면 사회로의 전환이 앞당겨지면서,
SME와 창작자, 수많은 사용자 간의 간극을 좁히며,
보다 확장된 연결의 가치를 실현하였습니다.

CONTENTS

04	CEO 메시지
06	Key Highlights
22	2020 at a Glance
26	Financial Highlights

OPERATION REVIEW

32	Service Overview
46	Business Review
54	ESG Review
	- Governance
	- Social
	- Environment

APPENDIX

74	연결재무제표
81	종속기업 현황
84	수상 내역
87	연혁
88	IR 정보



네이버 Annual Report 2020은 당사 홈페이지(www.navercorp.com)에서
PDF 포맷으로 다운로드 가능합니다.

THE GAP

이상과 현실, 시간과 공간, 혁신과 아이디어.
그 수많은 간극을 네이버가 기술로 메워갑니다.

독창적이고 미래를 선도하는 기술력으로,
사람과 사람, 사람과 정보, 공간, 머신을 연결하며
기술 플랫폼으로 진화해 갑니다.
기술 플랫폼은 첨단 기술을 손쉬운 도구로
바꾸어 나가겠다는 네이버의 약속입니다.

2020년, 비대면 사회로의 전환이 앞당겨지면서,
SME와 창작자, 수많은 사용자 간의 간극을 좁히며,
보다 확장된 연결의 가치를 실현하였습니다.

BEYOND CONNECT,
CONNECTING THE GAP

2020년은 COVID-19 위기 속에서 네이버의 기술과 서비스를 활용해 일상의 단절로 인한 이용자들의 어려움을 해결하고, 그간 강조해 온 연결과 상생의 철학 하에 창작자, SME와 함께 의미 있는 성장을 실현한 한 해였습니다. 네이버를 둘러싼 환경은 빠르게 변화 중이며, 이러한 환경 변화를 새로운 도약의 기회로 삼아, 그 동안 회사의 성장을 견인해 왔던 혁신을 바탕으로 글로벌 시장과 신규 사업에 대한 도전을 이어가고 있습니다. 앞으로도 더 넓은 세상에서 더 큰 미래를 꿈꾸며 네이버가 한 단계 더 도약할 수 있는 계기를 만들겠습니다.



한성숙

네이버 주식회사
대표이사 **한성숙**

2020년은 COVID-19의 전 세계적 확산으로 인해 경영환경에 예측 불가능한 어려움이 지속된 한 해였습니다. 이에 네이버는 그간 탄탄히 쌓아온 역량을 바탕으로 리스크를 신중하게 관리하는 한편, 끊임없는 도전과 비즈니스 포트폴리오 관리를 통해 장기적인 성장동력을 확보하고 나아가 글로벌 경쟁력을 강화하기 위해 노력하고 있습니다.

서치플랫폼은 국내 대표 포털 사이트 플랫폼을 기반으로 견조한 실적을 기록하며 안정적으로 성장하고 있습니다. 검색 부문에서는 광고 최적화를 위한 품질 개선과 함께 새로운 니즈에 맞춘 신규 상품을 준비하고, 제휴 매체 확장을 지속하였습니다. 디스플레이 부문에서는 2020년 성과형 광고의 본격적인 확장과 함께 대형 광고주뿐 아니라 중소형 광고주들도 네이버의 다양한 지면에 캠페인 특성에 맞는 상품을 선택하여 집행할 수 있게 되었습니다. 앞으로도 꾸준한 신규 상품 출시와 광고플랫폼 고도화를 통해 마케팅 플랫폼으로서의 경쟁력을 확보해 나갈 계획입니다.

스마트스토어는 SME의 이커머스 전환과 성장을 돕는 효과적인 톨로 자리잡고 있습니다. 네이버는 스마트스토어 판매자들에게 AI 기술 기반의 데이터와 분석 톨을 제공하여 상품/판매/속성 등 다양한 DB를 확보하고, 이를 고도화된 추천 서비스로 제공함으로써 이용자와 판매자 모두가 편의를 느끼는 생태계로 발전시켜 나가고 있습니다. 또한, COVID-19로 인해 온라인 쇼핑 수요가 급증함에 따라 브랜드스토어, 물류 파트너십, 라이브커머스 등 신규 서비스를 선보이며 빠르게 대응하였습니다.

네이버파이낸셜은 네이버 쇼핑 이용자와 SME에게 편리하고 혁신적인 서비스를 제공하는 한편, 데이터를 활용한 기술을 끊임없이 고도화하고, 기존 금융사와의 협업을 통해 차별화된 금융 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 더 많은 SME와 금융이력이 없는 신평일러(Thin Filer)들도 이용할 수 있는 금융 서비스를 확대해 나갈 계획이며, 네이버 플랫폼 내 다양한 서비스와 사용자를 금융 솔루션을 통해 연결할 수 있는 시도를 지속적으로 이어 나갈 예정입니다.

글로벌 이용자가 증가하고 있는 웹툰, V LIVE의 콘텐츠 플랫폼 확장을 위한 투자도 진행하고 있습니다. 2021년 1월 네이버는 세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드(Wattpad) 인수를 결정하였고, 이를 통해 네이버웹툰과 왓패드 간 시너지를 도모하며 세계 최대 스토리텔링 플랫폼으로 진화하고자 합니다. 향후 원천 콘텐츠 확보뿐 아니라 검증된 웹소설/웹툰 작품의 영상화를 확대해 나가며 글로벌 IP 사업에 박차를 가할 계획입니다. V LIVE는 빅히트 엔터테인먼트의 자회사인 위버스컴퍼니와 함께 위버스 통합 플랫폼을 구축하여 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼으로 한 단계 도약해 나갈 계획입니다. 또한 커머스의 새로운 경험을 제공하기 위해, 2021년 3월 네이버는 신세계그룹과 상호 지분교환을 통한 파트너십을 구축할 것을 결정하였습니다. 온라인과 오프라인에서 각자 최고의 역량을 보유한 네이버와 신세계의 협력인 만큼, 이용자와 판매자 모두 지금까지 상상하기 어려웠던 쇼핑 경험과 다양한 커머스 비즈니스 기회를 제공할 계획입니다.

그 외에도 B2B 분야에서 차세대 성장동력 확보를 위한 노력을 이어가고 있습니다. 특히 네이버클라우드에 네이버 그룹에 포진한 기술과 서비스를 클라우드 플랫폼 상에서 융합하고, 고객의 니즈를 지속적으로 상품에 접목하여

산업 별 특화된 서비스를 제공하는데 주력하고 있습니다. 앞으로도 글로벌 스탠다드 수준의 우수한 품질과 서비스 안정성으로 증가하는 수요에 적극적으로 대응하고, 글로벌 선도 기업들과의 전략적 제휴를 통해 해외 진출 기반을 마련하기 위해 노력할 계획입니다.

지난 3월 1일, LINE과 Z홀딩스의 경영통합이 완료되었습니다. 앞으로 라인과 Z홀딩스뿐 아니라, 네이버와 소프트뱅크 4개사 간 다양한 시너지를 창출할 수 있도록 다각도로 협력을 확대해 나갈 예정입니다. 이처럼 네이버는 다양한 파트너와의 협력을 강화하여 국내 사업의 경쟁력을 강화하고, 미국과 일본에서 가시화되고 있는 새로운 사업 기회를 활용하여, 한 단계 더 도약할 수 있는 계기를 만들겠습니다.

또한, 네이버는 지속가능한 미래와 장기적 기업가치 증대를 위한 새로운 경영 패러다임인 ESG 경영에 앞장서고 있습니다. 2020년 10월 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하여 전사 ESG 리스크를 관리하는 한편, 네이버의 중요 ESG 이슈를 정의하고 이를 개선하기 위한 7대 전략(친환경 이커머스 생태계 조성, 인재 유치/양성, 파트너 성장 지원 확대, 지배구조 투명성 유지/선진화, 기후변화 대응, 정보보호/보안, 공정거래 및 윤리경영에 관한 리스크 관리체계 고도화)를 수립했습니다.

네이버는 안정적인 서비스와 미래세대에 소중한 데이터를 안전하게 전할 수 있도록 마련된 근원적 공간부터 친환경 경영을 실천하고 있습니다. 데이터센터 '각'은 데이터 서버의 열을 내리는 친환경 첨단 기술을 적용하고 태양광 재생 에너지를 사용하는 등 에너지 절감을 극대화하고 있으며, 현 사옥인 그린팩토리과 건설중인 제2사옥 1784도 공간 전체에 최첨단 친환경 기술을 적용했습니다.

또한 네이버는 우수한 구성원들과 함께 새로운 플랫폼과 기술을 개발하며, 이를 통해 매일 수많은 이용자와 파트너를 만나고 연결하고 있습니다. 구성원과 이용자, 파트너는 기업의 중요 이해관계자들로, COVID-19 이후 증가하는 불안정성과 사회구조의 취약성으로 지속가능성을 고려한 경영은 더욱 강조되고 있습니다. 특히, 오늘날의 기업 경영 환경은 변화에 민감한 Z세대의 사회 진출, 비대면 사회로의 전환 등 더욱 역동적으로 변하고 있어, 기업의 선도적인 대응이 요구되고 있습니다. 이에 네이버는 구성원의 역량 강화, 이용자 만족, SME의 성공적 디지털 전환, 창작자 지원, 미래세대의 디지털 활용능력 향상 등 다양한 영역에서 네이버만의 소셜 임팩트를 창출하고 있습니다.

이같은 ESG 경영 강화 기조에서 지속가능한 성장을 가능하게 하는 근간은 투명하고 건전한 지배구조입니다. 네이버는 최근 한국기업지배구조원(KCGS)의 '2020년 기업지배구조평가'에서 시가총액 10위 기업 중 유일하게 지배구조 부문에서 A+ 등급을 받았으며, 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자와 소통함으로써 주주 가치를 높이고 시장의 신뢰를 얻기 위해 노력하고 있습니다.

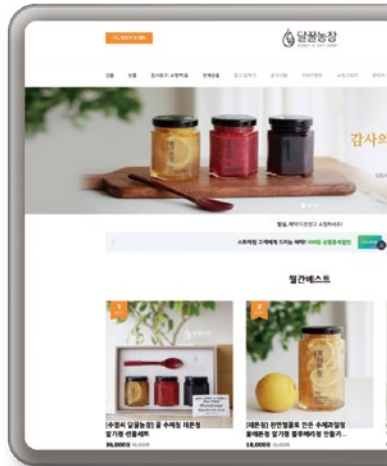
앞으로도 네이버는 주주가치 제고뿐 아니라 사회적 책임과 역할을 다하고자 힘쓸 것이며, COVID-19 사태로 인한 어려움을 극복하는 전 세계적 노력에 적극 동참할 것입니다. 이용자, 구성원, 주주, 파트너, 지역사회 등 다양한 이해관계자 여러분의 지속적인 관심과 지원을 부탁드립니다.

KEY HIGHLIGHTS

네이버는 SME와 창작자들의 성공을
긴 호흡으로 지원합니다.
이러한 노력은 네이버를 활용해
미래를 그리는 사람들의 도전을 통해
숫자로 증명되었고,
그 이상의 가치로 연결되었습니다.

BEYOND NUMBERS

For SMEs



410,000+

네이버 스마트스토어 수

2020년, COVID-19로 인해 많은 SME들이 큰 위기를
마주하게 됨에 따라 네이버는 라이브커머스, 동네시장 장보기,
네이버플러스 멤버십 등 첨단 기술과 차별화된 서비스를
기반으로 SME의 위기 극복과 디지털 전환을 지원하였습니다.
특히, SME의 온라인 판로 개척에 주력하였고, 그 결과
스마트스토어의 SME 증가세가 그 어느 때보다 커, 2020년 말
기준 전년 대비 40% 이상 늘어난 41만 명을 기록하였습니다.
앞으로도 기술과 플랫폼을 활용하여 SME의 지속가능한 성장을
도움으로써 이커머스 생태계의 건강한 발전을 선도하겠습니다.





165x

SME 매출 성장을 최대 165배 증가

네이버의 대표적인 SME 지원 프로그램인 'D-커머스 프로그램'이 SME의 성공적인 창업과 사업 규모 성장에 실질적인 도움을 주고 있는 것으로 나타났습니다. 특히, 창업 1년 미만의 SME에게 결제 수수료를 지원하는 '스타트 제로 수수료'의 도움을 받은 사업자는 그렇지 않은 경우를 가정했을 때보다 매출 성장률이 165배 높다는 연구결과¹⁾를 통해서도 알 수 있듯이 네이버는 SME의 디지털 성장을 도우며 국내 온라인 커머스 생태계의 발전에 기여하고 있습니다.

¹⁾ 출처: 네이버 D-커머스 리포트 2020



네이버 D-커머스 리포트 2020

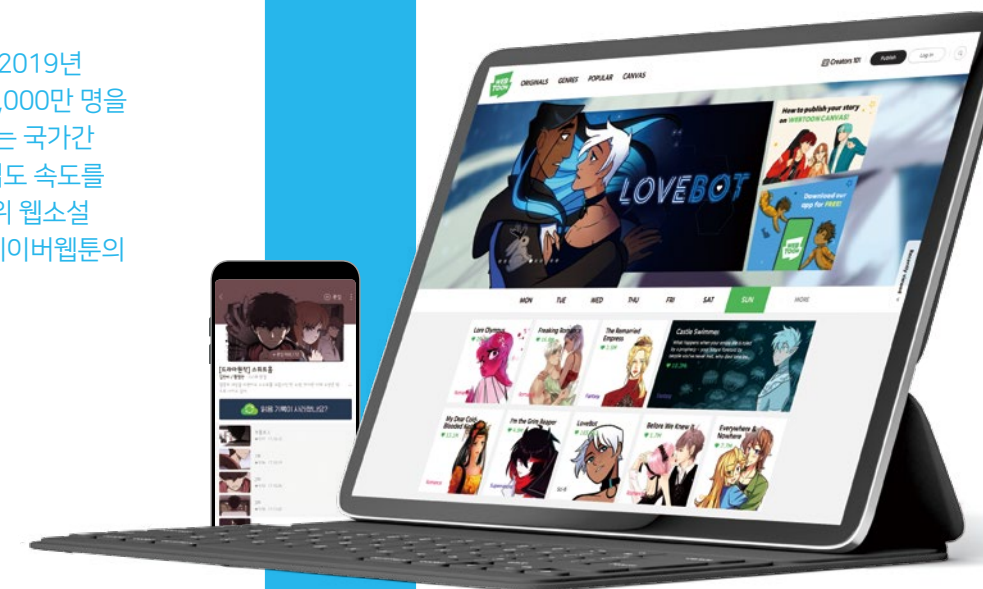
For Creators

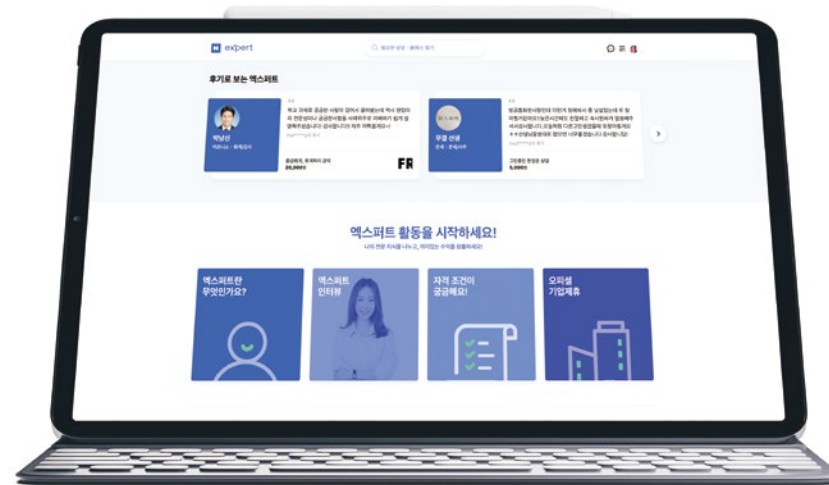


7,200만 명+

네이버웹툰 글로벌 월간 사용자 수

네이버웹툰의 글로벌 영토 확장은 2020년에도 이어졌습니다. 글로벌 월간 사용자 수(MAU)가 2019년 6,000만 명을 돌파한 데 이어, 연초 목표했던 7,000만 명을 훌쩍 넘긴 7,200만 명을 달성했습니다. 최근에는 국가간 콘텐츠 유통과 웹툰 IP(지적재산권) 영상화 사업도 속도를 내고 있습니다. 아울러, 2021년 1월, 글로벌 1위 웹소설 플랫폼 '왓패드' 인수 계약 체결까지 더해지며 네이버웹툰의 글로벌 확장은 가속화되고 있습니다.





400,000건

지식iN 엑스퍼트 상담 완료 건 수

전문가와 사용자들의 새로운 연결을 시도한 '지식iN 엑스퍼트'가 출시 1년만에 비대면 시대의 대표적인 전문지식 상담 플랫폼으로 자리매김했습니다. 2020년 12월 기준, 지식iN 엑스퍼트에는 70여 개의 분야에서 6,000여 명의 전문가가 사용자와 만나고 있으며, 약 40만 건에 달하는 상담이 진행되는 등 전문가와 사용자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

For Future Technologies



100,000,000+

네이버 쇼핑라이브 누적 시청부

시간과 공간의 제약 없이, 별도의 스튜디오나 전문 장비가 없어도 스마트폰 하나로 판매자와 고객을 라이브로 연결시켜주는 '네이버 쇼핑라이브'가 SME와 함께 외연을 확대해 나가고 있습니다. 특히, COVID-19의 전 세계적 유행으로 인해 본격화된 비대면 소비 환경에서 안정적인 라이브 환경을 가능하게 하는 기술력과 세심한 교육 커리큘럼 등 다양한 지원을 기반으로 SME를 위한 효과적인 라이브 커머스 톨로 자리잡으며 출시 6개월만에 누적 시청부 1억 뷰를 돌파하는 기록을 세웠습니다.



25.11%

매출액 대비 연구·개발비 비중¹⁾

네이버는 R&D에 대한 투자를 지속하며 빠르게 변화하는 미래 기술환경을 선도할 수 있는 첨단기술 개발에 매진하고 있습니다. 네이버가 R&D에 투자한 금액은 2020년 한 해에만 1조 3,000억 원 이상이며, 향후 R&D 투자를 통해 확보된 첨단 기술을 통해 네이버가 아우르는 생태계를 확장하고, 모든 이해관계자들에게 더 나은 가치를 제공하며 함께 성장해 나가겠습니다.

¹⁾ 연결재무제표 기준



480만 명

네이버 생태계 안의 SME 수



53만 명

D-커머스 프로그램 참여자 수¹⁾



41만 개

네이버 스마트스토어 수



160만 명

네이버 생태계 안의 창작자 수



12,000명

인플루언서 검색 서비스 참여자 수²⁾



No.1

전 세계 99개 국 만화 앱 수익 1위³⁾



25.11%

매출액 대비 연구·개발비 비중⁴⁾



36.2%

전체 임직원 대비 연구·개발인력 비중⁵⁾



62개

D2SF 투자 스타트업 수⁶⁾

네이버가 기록한 수많은 숫자들 뒤에는 네이버의 기술과 플랫폼이 있습니다.
네이버의 기술이 우리의 일상에서 유용하게 쓰이는 툴이 될 수 있도록,
네이버의 플랫폼이 SME와 창작자의 성장 이야기를 담아낼 수 있도록,

연결을 통해 숫자 너머의 새로운 이야기,
새로운 기회를 만들어냅니다.

BEHIND
THE
NUMBERS

* 2020년 말 기준

¹⁾ 2018년 런칭 이후, 2020년 말 기준 누적 성과

²⁾ 2020년 2월 런칭 이후, 2020년 말 기준 누적 성과

³⁾ Google Play 기준

⁴⁾ 연결재무제표 기준

⁵⁾ 정규직 기준

⁶⁾ 2015년 런칭 이후, 2020년 말 기준 누적 성과

SME의 성공 파트너

SME와 나란히 날갯짓하며 비상합니다

Enable small and medium sized enterprise to rise

SME를 위한 단계 별 지원

START-UP

스마트스토어를
통한 온라인 창업
지원

스타트제로수수료,
성장포인트를 통한
초기 사업자금 지원

네이버데이터 활용을
통한 지속가능한
성장 지원

빠른 정산 서비스를
통한 유동성 지원

스마트스토어 대출을
통한 성장 지원

SCALE-UP

네이버는 창업을 꿈꾸는 미래의 사장님들이 성공적으로 사업을 시작할 수 있도록 단계 별로 지원합니다. 창업 이후에도 기술, 플랫폼, 자금 등 네이버가 보유한 다양한 자원과 역량을 활용한 지원 프로그램을 제공하여 SME들과 네이버가 함께 성장하는 선순환 구조를 만들어 나가고 있습니다. 2020년에는 특히, COVID-19의 위기 속에서도 새로운 미래를 준비하는 SME와 함께 하며 네이버의 플랫폼을 통해 그들의 도전 스토리를 보다 많은 사람들에게 전하였습니다.



사업의 시작부터 성장까지, 받쳐주고 이어주는 SME의 경쟁력

소상공인이 창출하는 연간 매출액은 우리나라 GDP의 34%에 해당하는 규모이며, 사업체 수는 전체의 67%에 해당하는 274만 개에 달합니다¹⁾. 이처럼 우리 경제의 중추적 역할을 하고 있는 SME들의 성장을 네이버는 네이버가 가장 잘 하는 부분에서 세심하게 살피고 지원합니다. 2020년에는 스마트스토어, 쇼핑라이브, 동네시장 장보기 등 다양한 네이버 플랫폼을 통해 사업을 성장시킨 SME들을 주인공으로 하는 TV CF 시리즈를 공개하며 네이버가 지원하는 서비스와 기술, 시스템이 SME의 사업 성장을 위한 경쟁력이라는 메시지를 전하였습니다.

사업자금 지원에 있어서는 '스타트제로수수료', '성장포인트' 등을 통해 SME의 온라인 창업의 시작과 성장을 돕고 있으며, 배송완료 바로 다음날 스마트스토어 판매자에게 판매대금 90%를 정산해 주는 세계에서 가장 '빠른 정산' 서비스를 선보였습니다. 이처럼 정산주기를 획기적으로 앞당겨 원활한 자금 회전을 지원할 수 있게 된 배경에는 네이버 자체 데이터 기반의 위험탐지기술²⁾이 있습니다. 아울러 신용평가사와 네이버 데이터를 결합해 개발한 대안신용평가시스템³⁾을 활용해 기존의 금융 서비스로는 가능하지 않았던 대출 문턱을 낮추며, SME가 빠르게 성장할 수 있도록 그들의 경쟁력이 되어 주고 있습니다.



네이버 SME 광고 캠페인

¹⁾ 출처: 중소벤처기업부 '2018년 소상공인 실태조사'

²⁾ 위험탐지기술(FDS: Fraud Detection System)

³⁾ 대안신용평가시스템(ACSS: Alternative Credit Scoring System)

창작자와 함께 성장하는 플랫폼

창작자와 함께 새로운 가능성을 꿈꿉니다

Encourage creators to
navigate new possibilities

창작자를 위한 플랫폼



네이버웹툰



시리즈



지식인 전문가



인플루언서
검색



나우



온스테이지



그라폴리오

네이버는 연결이라는 가치를 통해 창작자들이
보다 많은 이용자와 만날 수 있도록 지원하는
한편, 이용자들이 더욱 다양하고 좋은 콘텐츠를
만날 수 있는 기반을 마련하고 있습니다.
그리고 창작자, 이용자, 네이버를 잇는 선순환 구조를
통해 건강한 창작자 생태계를 구축하고 있습니다.
특히, 2020년에는 COVID-19로 인한 일상의
단절을 네이버의 기술과 플랫폼으로 연결하며
창작자들이 온라인 무대에서 더욱 빛을 발할 수
있도록 도왔습니다.



창작자들의 이름이 더 큰 무대에서 더욱 빛날 수 있도록!

네이버는 창작자, 이용자와 함께 건강하고 활력 넘치는 창작
생태계를 구축해 가고 있습니다. 2004년 검색 포털 네이버가
제공하던 서비스의 하나로 시작한 웹툰이 빠르고 탄탄한 성장을 이룰
수 있었던 기반은 네이버가 창작자와 함께 구축해 온 글로벌 창작
생태계입니다. 네이버는 2006년 누구나 자신의 작품을 선보일 수
있는 '도전만화' 코너를 마련하였고, 2008년 독자들의 사랑을 받은
아마추어 작가들의 작품을 모아 놓은 '베스트도전' 코너를 추가하며
사업 초창기부터 콘텐츠 창작자를 발굴·육성하는데 집중함으로써
생태계를 키워왔습니다. 국내에서 성공을 거둔 창작자 발굴 시스템은
미국을 비롯한 해외 시장에서도 적용되며 보다 넓은 글로벌 시장에
'웹툰'이라는 새로운 콘텐츠를 알리고 있습니다.

2020년에는 전 세계 곳곳에 흩어졌던 웹툰 자회사들을 미국 법인인
'웹툰 엔터테인먼트' 아래 두는 구조재편 작업을 진행하였습니다.
향후 미국을 거점지역으로 세계적인 엔터테인먼트 기업들과 IP
비즈니스를 보다 적극적으로 추진함으로써 웹툰 IP의 활성화와
글로벌 웹툰 시장 저변 확대에 집중하며 웹툰 창작 생태계를
더욱 견고하게 다지고자 합니다.

창작자들이 사용자와 더욱 긴밀하게 연결될 수 있도록!

네이버는 기존의 창작과 소비 문화 전반을 혁신하며 창작자들과
사용자의 연결을 다방면으로 지원하고 있습니다. 2020년에는
통합검색 내 창작자 중심의 검색 서비스인 '인플루언서 검색'에
참여하는 창작자들과 이를 이용하는 사용자들의 연결을 강화하기 위해
'인플루언서 검색'을 신설했습니다. 창작자와 사용자들의 연결에 대한
새로운 실험으로 2020년 2월 공식 런칭한 인플루언서 검색은 지난
1년 동안 1만 2,000명이 넘는 창작자들의 참여를 이끌어내며 빠르게
성장하고 있습니다. 앞으로도 네이버는 인플루언서 검색 서비스를 더욱
고도화함으로써 다양한 콘텐츠를 제작하는 창작자들에게 더 큰 보상이
돌아갈 수 있도록 하고, 사용자들에게는 취향에 맞는 인플루언서와
연결돼 새로운 경험을 제공할 수 있도록 도전을 이어갈 계획입니다.

'지식인 전문가'는 각 분야의 다양한 전문가들과 도움이 필요한
사용자들을 실시간으로 편리하게 연결해주는 비대면 서비스입니다.
2019년 11월 말 세금, 노무, 심리상담 3개 분야로 시작한 이후,
약 1년 간 운세, 교육, 영양·다이어트, 피트니스, 자산 컨설팅 등 실생활에
필요한 70여 개 분야로 카테고리를 확대하였고, 이에 따라 참여 중인
전문가들도 6,000여 명으로 크게 증가하며 비대면 시대의 대표적인
전문 상담 플랫폼으로 자리매김하고 있습니다.

이용자를 위한 확장된 플랫폼

이용자를 위한 변화와 진화를 지속합니다

Transform platforms for
new digital experiences

이커머스 선순환 구조

NAVER Plus Membership

이용자 혜택 강화¹⁾ 록인(Lock-in) 효과로
충성고객 증대 가입자 및 거래액
증가 SME와 창작자 매출
증대 네이버 플랫폼 성장

More membership benefits

새로운 기술과 변화가 넘쳐나는 시대, 네이버는 다양한 서비스와 상품을 선보이며, 차별화된 경쟁력으로 글로벌 시장 공략을 가속화하고 있습니다. 검색에서 커머스, 금융 등으로 서비스의 범위를 넓히며 새로운 이용자 경험을 창출하고 있으며, 확장된 플랫폼을 통한 연결의 가치를 기반으로 네이버 생태계 안의 수많은 이용자, 창작자, 판매자들에게 새로운 가치를 제공하며 변화를 선도해 나가고 있습니다.



¹⁾ 네이버페이 포인트 최대 5% 적립, 네이버 플랫폼이 제공하는 다양한 콘텐츠 서비스 이용권 제공 등 추가 혜택 제공



이커머스 플랫폼 확장을 위한 새로운 도전

네이버의 새로운 유료 회원제 서비스인 '네이버플러스 멤버십'이 이용자 혜택 강화에 힘입어 빠르게 성장하고 있습니다. 2020년 6월 정식 출시 이후, 멤버십을 애용하는 충성 이용자 층을 더 많이 확보함으로써 견고한 성장세를 유지하고 있으며, 2020년 말 기준 회원 수 250만 명을 돌파하였습니다. 특히, 멤버십 가입자의 쇼핑 거래액이 미가입자 대비 5배에 달하는데, 이는 멤버십이 네이버 플랫폼에 대한 충성도를 강화하고 있음을 잘 보여줍니다. 뿐만 아니라 멤버십 가입을 기점으로 상대적으로 구매 빈도가 낮았던 이용자들의 구매 또한 활성화되고 있어서 장기적으로 네이버가 커머스 생태계를 확장하는 데 있어 탄탄한 기반이 될 것으로 기대됩니다. 아울러 이러한 흐름은 네이버에서 활동하는 SME와 창작자의 매출 증대로 이어지며, 이는 다시 이용자 혜택 강화를 통한 건강한 성장으로 연결되는 선순환 구조를 만들어 가고 있습니다. 향후 커머스 생태계의 확장과 함께, 그 안에서 형성된 이용자와 판매자들의 관계가 더 깊게 발전될 수 있도록 지원을 강화해 나갈 것이며, 국내에서의 성공 경험을 바탕으로 글로벌 시장에서의 도전을 이어갈 계획입니다.

금융 플랫폼으로의 진화를 위한 새로운 실험

'네이버통장' 출시를 기점으로 금융 플랫폼으로의 진화를 본격화하고 있습니다. 네이버파이낸셜이 미래에셋대우와 함께 2020년 6월 첫 선을 보인 '네이버통장'은 간편한 가입이 가능하며, 저금리시대에 누구나 금융 혜택을 쉽고 편리하게 누리는 것에 방점을 둔 혁신금융 상품입니다. 네이버 앱에서 신분증만으로 쉽고 빠르게 통장 개설이 가능하며, 예치금 보관에 따른 수익은 물론, 네이버페이로 충전·결제 시 포인트 적립 혜택을 추가로 제공합니다. 이어 12월에는 '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출'을 선보이며 스마트스토어 사업자를 위해 대출의 문턱을 낮췄습니다. 앞으로도 네이버는 금융 플랫폼으로의 진화를 위한 다양한 실험을 지속함으로써 그동안 금융 역량이 부족해 사각지대에 머물러야 했던 사회초년생, SME, 전업주부 등 금융 소외계층을 아우르며 금융 시장에서 새로운 가치를 창출할 계획입니다.

모두를 위한 일상의 도구

최첨단 기술을 손쉬운 도구로 바꿔드립니다

Transcend beyond limits
through technology

주요 R&D 영역



AI(인공지능)



로보틱스



자율주행



3D/HD(고해상도)
매핑



AR(증강현실)



빅데이터



보이스 검색

네이버는 매출의 25%가량을 R&D에 투자하고 있습니다. 네이버의 R&D는 AI, 로보틱스, 클라우드 등과 같은 첨단기술을 모두를 위한 일상의 도구로 전환하는데 집중되어 있습니다. 지속적인 기술 개발을 통해 독창적이고 뛰어난 기술력을 확보하여 내일을 앞서 준비하겠습니다.

온라인에 연결된 모든 순간에 가치를 더하는 라이브 기술

2020년은 그간 네이버가 강조해 온 연결과 상생의 철학이 위기와 불확실성을 의미 있는 성장과 희망으로 바꾸어 놓은 한 해였습니다. 특히, 라이브 기술을 활용하여 SME들의 온라인 전환을 도움으로써 어려운 시기를 극복하는데 힘을 보탰고, 창작자들의 이름이 빛을 잃지 않도록 온라인에 관객과 함께 호흡하며 즐길 수 있는 무대를 마련하였습니다.

2020년 3월 처음 선보인 라이브커머스는 판매자들과 이용자들의 호응에 힘입어 7월, '네이버 쇼핑라이브'로 공식 런칭하였고, 2020년 말 기준 누적 시청 1억 뷰를 돌파하며 시장의 주도권을 빠르게 확보하고 있습니다. 특히, 스마트스토어와의 손쉬운 연동으로 진입장벽을 낮추고, 라이브 효과 분석과 단골 관리 기능 등 다양한 톨을 개선한 결과, SME들의 참여가 확대되고 있습니다. 라이브 오디오 스트리밍 서비스인 '나우'는 안정적인 라이브 기술을 기반으로 2019년 9월 출시 이후, 1년 동안 누적 시청자 수가 2,000만 명을 기록할 만큼 빠른 성장세를 보이고 있습니다. 최근 다양해진 비대면 공연환경을 고려하여 XR(extended reality, 확장현실) 기술 등을 라이브 공연에 적용하고 있으며, 인플루언서가 진행하는 라이브 쿡방(요리방송) 등 새로운 실험을 지속하며 한층 진화된 라이브 플랫폼으로 변화하고 있습니다.

비대면 시대, 막힘 없는 성장을 지원할 비대면 기술

기업의 서비스가 비대면 비즈니스로 전환됨에 따라 네이버는 기업고객의 다양한 니즈에 적극적으로 대응하고 시장의 변화에 선제적으로 대응하기 위해 2020년 10월, NBP(네이버비즈니스플랫폼)를 네이버클라우드로 재출범했습니다. 이에 따라 기업용 클라우드와 AI(Artificial Intelligence, 인공지능) 플랫폼, 업무 협업 톨과 같은 기업용 서비스는 물론, 비즈니스에 활용할 수 있는 데이터와 솔루션 등 네이버의 모든 기술과 서비스들이 클라우드 기반으로 상품화되어 제공될 예정입니다. 네이버는 네이버클라우드를 중심으로 일원화된 창구와 솔루션을 통해 기업과 기관들의 디지털 전환을 적극 지원하고 있습니다. 아울러, 별도의 프로그램 설치 없이 Whale 브라우저에 탑재되어 있어 쉽고 편리하게 이용 가능한 화상회의 톨 '웨일ON'을 선보였고, 비대면 교육 확산에 대응하고자 Whale 기반 웹 교육 플랫폼을 개발하고 있습니다.

세계가 인정한 네이버의 AI 기술

네이버는 R&D 전문 자회사 네이버랩스를 주축으로 AI, 로보틱스, 자율주행, 3D/HD 매핑, AR 등의 연구에 매진하고 있습니다. 2020년에는 로봇을 연결할 클라우드 시스템을 선보이며, 로봇 대중화에 한걸음 더 다가섰습니다. 네이버랩스가 지난 11월, 국내 최대 개발자 컨퍼런스인 데뷰2020에서 공개한 'ARC(인공지능-로봇-클라우드)'는 AI와 클라우드, 로봇을 실시간으로 연결하는 클라우드 기반의 멀티 로봇 인텔리전스 시스템으로, 로봇의 두뇌 역할을 함으로써 로봇 각각의 제작비는 낮추고, 효율은 높일 수 있습니다. 네이버는 ARC를 로봇 친화형으로 건설중인 신사옥에 적용해 로봇 서비스 상용화를 위한 실험을 본격화할 예정입니다.

네이버의 AI 기술은 세계적인 학회와 전시회에서도 경쟁력을 입증하고 있습니다. 세계적인 기술 컨퍼런스인 'CVPR 2020'에 참여하여 7개의 AI 기술 논문을 발표해 학계의 큰 주목을 받은 네이버의 논문들은 컴퓨터 비전 기술 연구에 대한 것으로 컴퓨터 비전 기술은 번역, 이미지 분류, 자율주행, 동영상 등 다양한 영역에서 널리 활용되고 있습니다. 또한, 클로바 램프는 세계 최대 IT 전시회인 'CES 2021'에서 2020년 출시된 제품들 중 가장 혁신적인 제품들을 선정하는 'CES 혁신상' 수상에 성공하며 글로벌 무대에서 존재감을 빛냈습니다. 클로바 램프는 OCR, 컴퓨터 비전, 음성 합성, 자연어 처리 등 네이버의 AI 기술이 집약된 학습용 스마트 조명입니다.

2020 AT A GLANCE

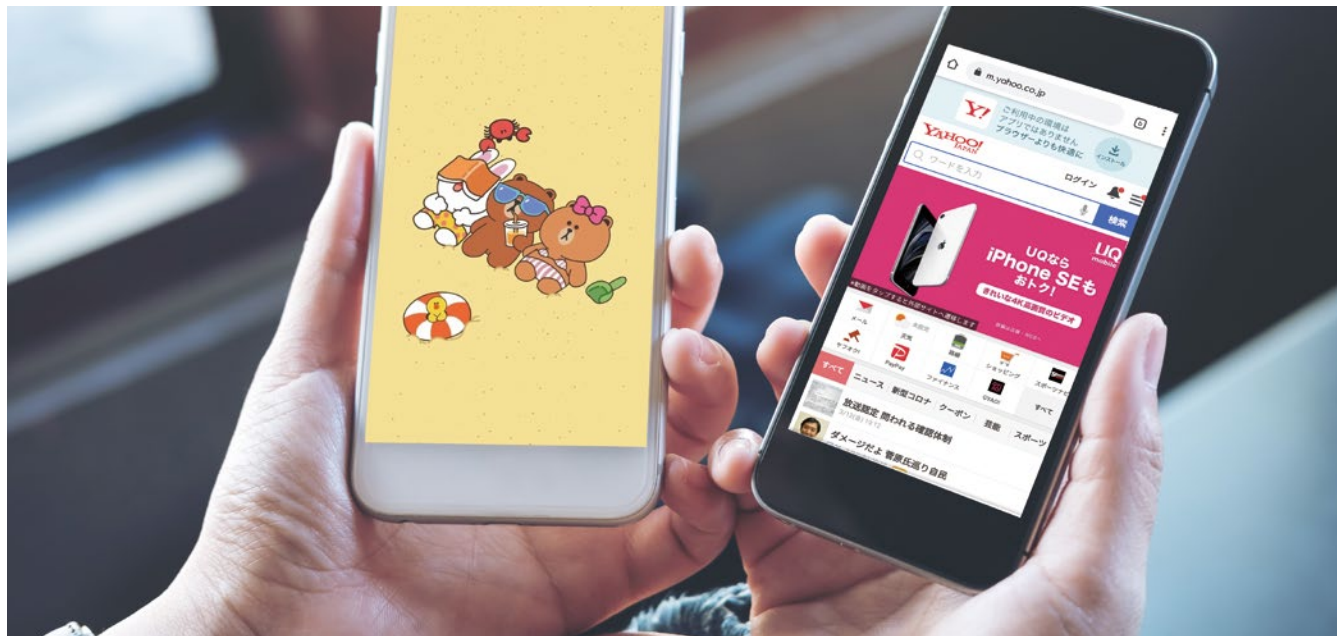
기술, 산업 간 경계가 사라지는 4차 산업혁명의 시대,
네이버는 자체적인 도전과 노력에 외부 파트너들과의
긴밀한 협력을 더해 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다.

#Leadership for future growth

라인·야후재팬 통합법인 A홀딩스 출범

2021년 3월 1일, 네이버의 자회사 라인과 소프트뱅크 자회사 Z홀딩스의 경영통합 절차가 모두 완료되어 통합법인인 A홀딩스가 출범되었습니다. 라인과 야후재팬의 통합법인은 향후 각각의 사업 역량을 합한 시너지를 강화하여, 아시아를 대표하는 ICT 기업으로 발돋움하고자 합니다. 1020 세대가 주로 사용하는 라인과 4050 세대가 사용해 온 야후재팬과의 통합을 통해 이용자 분포의 다양화가 가능할 것으로 내다보고 있습니다.

또한, 일본과 동남아시아의 월간 사용자 수(MAU) 1억 6,500만 명을 확보하고 있는 라인과 20년 간 지켜온 일본 포털 사이트 점유율 1위 지위, 전자상거래 분야의 경쟁우위를 갖고 있는 야후재팬과의 통합으로 더욱 편리하고 폭넓은 서비스 시너지 효과를 기대하고 있습니다. 앞으로 라인과 Z홀딩스 뿐 아니라, 네이버와 소프트뱅크 4개사 간의 다양한 협력을 바탕으로 페이, 금융, 검색 등 주요 사업부문에서 혁신적인 사업의 기회를 확대해 나가겠습니다.



#Partnership for global expansion

네이버·CJ그룹, 콘텐츠 및 물류 사업 글로벌 경쟁력 강화

2020년 10월, 네이버는 쇼핑과 결제에서 물류로 이어지는 흐름에 완결성을 더하고, 글로벌 콘텐츠 경쟁력을 강화하기 위해 CJ그룹과 전략적 파트너십을 구축하기로 협의하고, CJ ENM, 스튜디오 드래곤과 각각 1,500억 원, CJ대한통운과 3,000억 원의 상호지분을 교환하였습니다.

이를 기반으로 네이버, CJ ENM, 스튜디오 드래곤은 각자의 IP(지적 재산권), 플랫폼, 제작 역량 등을 결합해 국내 창작자 생태계를 활성화하고, 글로벌 경쟁력을 갖춘 콘텐츠를 시장에 선보이고 있습니다. 아울러 공동 콘텐츠 투자 펀드 조성 등 다양한 협업을 통해 양사가 보유한 IP를 글로벌로 확장할 수 있도록 창작자들을 지원할 예정입니다. 물류 부문에 있어서는 장기적인 관점에서 새로운 물류 모델을 구축하고, 국내 이커머스와 물류 생태계를 발전시키며, 글로벌까지 적용 범위를 넓혀 나가고자 합니다.

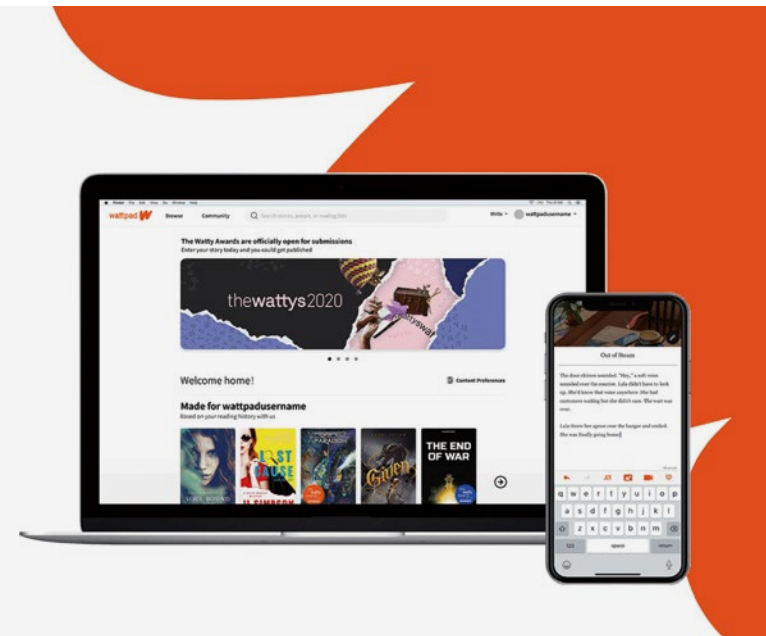


네이버웹툰·왓패드 플랫폼 통해 글로벌 영토확장 본격화

2021년 1월, 네이버는 웹소설 플랫폼 '왓패드'의 인수 계약을 체결하며, 글로벌 1위 웹툰 플랫폼과 웹소설 플랫폼을 모두 보유하게 되었습니다. 왓패드는 매월 9,000만 명 이상의 사용자가 230억 분을 사용하는 세계 최대의 스토리텔링 플랫폼으로, 글로벌 1위 웹툰 플랫폼인 네이버웹툰의 MAU가 7,200만 명인 점을 감안할 때, 왓패드 인수를 통해 네이버는 약 1억 6,000만 명¹⁾ 이상 의 사용자를 가진 글로벌 최대의 스토리텔링 플랫폼 사업자로의 면모를 갖추게 되었습니다.

향후 네이버는 왓패드의 사용자 기반과 500만 명의 창작자들이 남긴 10억 편에 달하는 콘텐츠를 통해 글로벌 콘텐츠 비즈니스를 보다 안정적이고 효과적으로 확대해 나갈 계획입니다. 아울러 네이버웹툰이 그동안 쌓은 IP 비즈니스 노하우를 접목해 왓패드 플랫폼을 고도화하는 한편, 글로벌 Z세대에게 검증된 왓패드의 웹소설을 웹툰으로 제작하여 웹툰 콘텐츠도 한층 더 강화함으로써 글로벌 최고 수준의 엔터테인먼트 기업으로 도약해 나가겠습니다.

¹⁾ 양사 MAU 단순 합산 기준



네이버·빅히트엔터테인먼트, 글로벌 엔터테인먼트 시장 공략 가속화

네이버의 글로벌 라이브 동영상 서비스 'V LIVE'와 빅히트엔터테인먼트의 팬 플랫폼 '위버스'가 글로벌 팬커뮤니티 플랫폼으로 새롭게 태어납니다. 2021년 1월, 네이버와 빅히트엔터테인먼트는 국내 플랫폼 간의 경쟁을 지양하고, 서로 긴밀한 협업을 통해 글로벌 시장에서 영향력을 확대하기 위해 V LIVE와 위버스의 사용자, 콘텐츠, 서비스 등을 통합한 새로운 플랫폼을 만드는 데 합의하였고, 이를 위해 네이버는 위버스를 운영하는 빅히트엔터테인먼트의 자회사인 비엔엑스(BeNX)에 49%의 지분을 투자할 예정입니다.

빅히트엔터테인먼트 소속의 세계적 아이돌 그룹 BTS를 필두로 K-Pop이 만든 팬덤 문화가 글로벌 MZ세대들의 새로운 문화로 자리 잡아가고 있는 상황에서, 콘텐츠 송출 및 라이브 스트리밍, 커뮤니티 플랫폼 분야에서 최고의 기술을 가지고 있는 네이버의 기술력에 위버스 운영을 통해 다져진 빅히트엔터테인먼트의 비즈니스 역량을 더해 글로벌 엔터테인먼트 시장에서 독보적인 경쟁력을 만들어 나가겠습니다.



#ESG value for a sustainable future

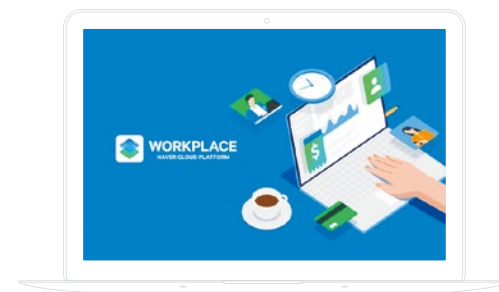


2020년 기업지배구조평가 지배구조 부문 A+ 등급 획득

KCGS(한국기업지배구조원)가 실시한 '2020년 기업지배구조평가'에서 네이버가 지배구조(Governance) 부문에서 A+ 등급을 받았습니다. 이는 전년 대비 2등급 향상된 등급으로서 시가총액 10위 기업 가운데 지배구조 부문에서 A+ 등급을 기록한 곳은 네이버가 유일합니다. 네이버는 종합등급에서도 지난해 대비 1등급 향상된 A를 획득했습니다. 이는 투명한 지배구조를 유지하기 위한 네이버의 노력이 객관적으로 인정받은 결과로서, 네이버는 앞으로도 역동적으로 변화하는 산업구조 속에서 선진 지배구조를 바탕으로 기업가치와 주주가치를 극대화하고 사회적 책임을 완수할 수 있도록 꾸준히 노력하겠습니다.

네이버, 첫 ESG 채권 발행

2021년 3월, 네이버는 국내 테크·인터넷 기업 최초로 5억 달러 규모의 외화 ESG채권(Sustainability Bond)을 발행하였으며, 이를 통해 지속가능경영을 선도하는 기업으로 자리매김하고자 합니다. ESG채권은 크게 녹색채권(Green Bond), 사회적채권(Social Bond), 지속가능채권 등 세 가지로 분류되는데, 녹색채권은 신재생에너지, 전기자동차 등 친환경 사업 분야로 투자 용도가 한정되며, 사회적채권은 저소득층, 스타트업, SME 지원 등 사회문제 해결을 위해 사용되어야 합니다. 지속가능채권은 이 두가지가 결합된 특수목적채권으로 보다 포괄적인 용도로 자금을 활용할 수 있습니다. 네이버는 본 ESG채권 발행을 통해 조달한 자금을 친환경 IDC 건축과 스타트업 및 SME 지원 등 ESG 강화를 위한 투자에 사용할 예정입니다.



SME의 COVID-19 위기 극복을 위한 네이버의 다양한 지원

2020년, 네이버는 데이터 기반의 기술과 서비스를 통해 SME들의 COVID-19 위기 극복과 지속가능한 성장 기반 마련을 도왔습니다. 원격근무 등 유연근무제를 시행하는 기업들이 늘어남에 따라 업무용 협업 툴인 '네이버웍스 Lite'를 일정 기간 동안 무상으로 지원하였고, 2021년 초에는 정부의 K-비대면 서비스 바우처¹⁾ 사업의 공급자로 선정되어 중소·벤처 기업의 비대면 서비스 역량 강화를 지원하고 있습니다. 또한, 스마트스토어 데이터 기반의 대안신용평가시스템(ACSS: Alternative Credit Scoring System) 개발, '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출' 출시, '스마트스토어 빠른 정산' 서비스 도입 등 네이버이기에 가능한 금융 서비스를 선보이며 새로운 가치를 만들어내고 있습니다. 아울러 COVID-19로 어려움을 겪는 SME를 대상으로 수수료와 마케팅 부담을 덜어주고, 스마트스토어 판매자를 비롯한 중소상공인에게 무료 상품을 제공하며 지원을 강화하고 있습니다.

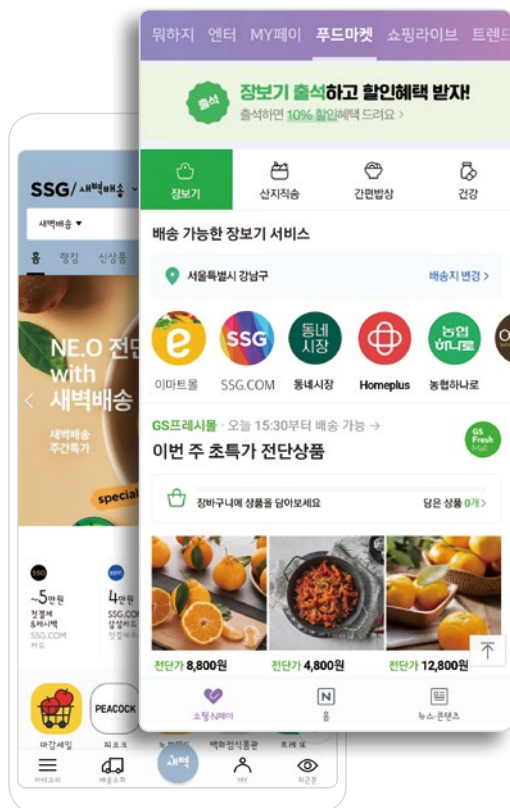
¹⁾ K-비대면 서비스 바우처 사업: 중소기업벤처부 주관의 중소기업 지원 사업으로서 화상회의, 재택근무 등 비대면 서비스 도입 및 활용에 사용할 수 있는 바우처(최대 400만 원, 자부담 10% 포함) 제공



네이버·신세계그룹 온·오프라인을 아우르는 새로운 커머스 경험 제공

네이버와 신세계그룹이 손잡고 온라인과 오프라인의 결합이라는 새로운 실험에 돌입했습니다. 2021년 3월, 네이버는 이마트의 자사주 1,500억 원, 신세계인터내셔널 주식 1,000억 원, 총 2,500억 원 규모의 지분을 교환할 것에 합의하고, 온·오프라인 커머스 시너지 창출을 위한 신세계그룹과의 파트너십을 공고히 하였습니다. 이에 따라 네이버 이용자 5,400만 명, 신세계 이용자 2,000만 명에 양 사 합산 45만 셀러가 활동하는, 온라인과 오프라인을 모두 아우르는 1등 커머스 플랫폼 탄생이 예고됩니다.

향후 네이버와 신세계그룹은 물류 경쟁력 강화, 명품·프리미엄 서비스 구축, 신기술 기반 신규 서비스 발굴 등에 주력할 계획입니다. 물류 부문에 있어서는 '네이버 장보기'의 편리함과 신선식품 장보기 분야 선두 기업인 이마트의 협업을 통해 압도적인 편리함과 혜택을 판매자와 이용자 모두에게 제공할 예정입니다. 또한, 네이버의 첨단 온라인 기술에 신세계그룹의 상품 기획력이 더해져 온라인에서 즐기는 명품 브랜드, SME의 브랜드화와 오프라인 지출 등 지금까지 상상하기 어려웠던 쇼핑 경험과 다양한 커머스 비즈니스 기회가 창출될 것으로 기대합니다.



FINANCIAL HIGHLIGHTS

주요 재무성과

COVID-19로 인한 유례없는 경제·사회 환경
변화 속에서 네이버는 건전한 재무구조를 기반으로
철저하게 리스크를 관리하고 신중하게 기회를 포착함으로써
견조한 성장세를 이어 갔습니다.

5조 3,041억 원

영업수익 (전년 대비 21.8% 증가)

1조 2,153억 원

영업이익 (전년 대비 5.2% 증가)

8,450억 원

당기순이익 (전년 대비 113.0% 증가)

1조 5,672억 원

연간 조정 EBITDA (매출액 대비 29.5%)

17조 142억 원

자산 총계 (전년 대비 38.3% 증가)

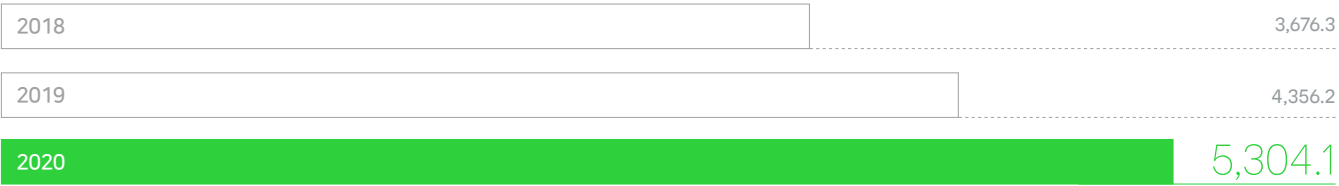
KEY FIGURES

		2018	2019	2020
요약 포괄 손익계산서 (단위: 십억 원)	영업수익	3,676.3	4,356.2	5,304.1
	영업비용	2,632.0	3,201.2	4,088.8
	영업이익	1,044.3	1,155.0	1,215.3
	당기순이익	627.9	396.8	845.0
요약 재무상태표 (단위: 십억 원)	자산총계	9,881.2	12,299.5	17,014.2
	부채총계	3,932.1	5,795.6	8,759.1
	자본총계	5,949.1	6,503.9	8,255.1
수익성 지표 (단위: %)	ROE	13.0	10.6	15.2
	영업이익률	28.4	26.5	22.9
	당기순이익률	17.1	9.1	15.9

* 연결재무제표 기준

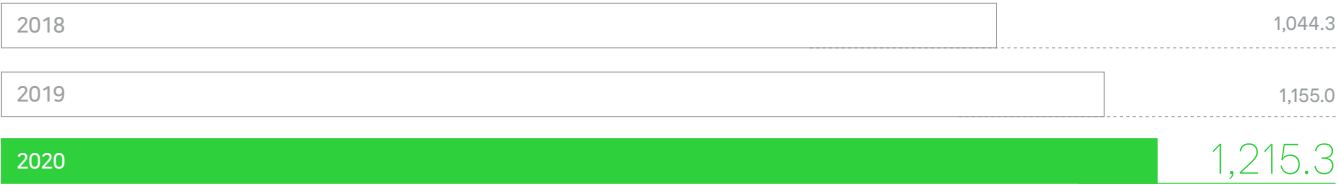
영업수익

(단위: 십억 원)



영업이익

(단위: 십억 원)



* 2020년 말 기준, 연결재무제표 기준

주식 정보

회사의 성장이 기업가치 제고로 연결되고,
나아가 주주에게 더 큰 가치를 제공할 수 있도록
성장 모멘텀을 확보하고 경영의 신뢰도를
강화해 나가겠습니다.

48,046,995 백만 원

시가 총액

339,000 원

연중 주식 최고가

5.0%

배당 성향 (별도 기준)

164,263,395

발행주식 총수

AA+ (안정적)

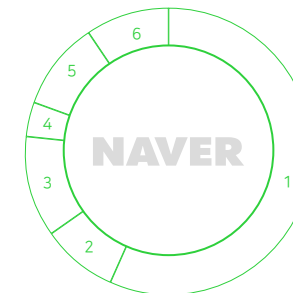
신용등급 (한국신용평가, 나이스신용평가)

	2018	2019	2020
주식 동향			
(단위: 원)			
최고가	190,000	186,500	339,000
최저가	106,500	108,500	144,000
연말 종가	122,000	186,500	292,500
KOSPI 지수 (연말 기준)	2,041.04	2,197.67	2,873.47
시가 총액 (백만 원)	20,107,234	30,737,698	48,046,995

배당금	당기순이익 (별도 기준, 백만 원)	900,423	1,092,525	1,196,925
	현금배당금 총액 (백만 원)	45,901	54,688	59,279
	주당 현금배당금 (원)	314	376	402
	배당 성향 (별도 기준, %)	5.1	5.0	5.0

주주 구성

지분율	주식수
1 외국인	93,160,410
2 국내기관	14,083,830
3 최대주주(국민연금공단)	18,985,923
4 이해진	6,129,725
5 자기주식 ¹⁾	16,804,360
6 개인(국내) 및 기타법인	15,099,147
발행주식 총수	164,263,395

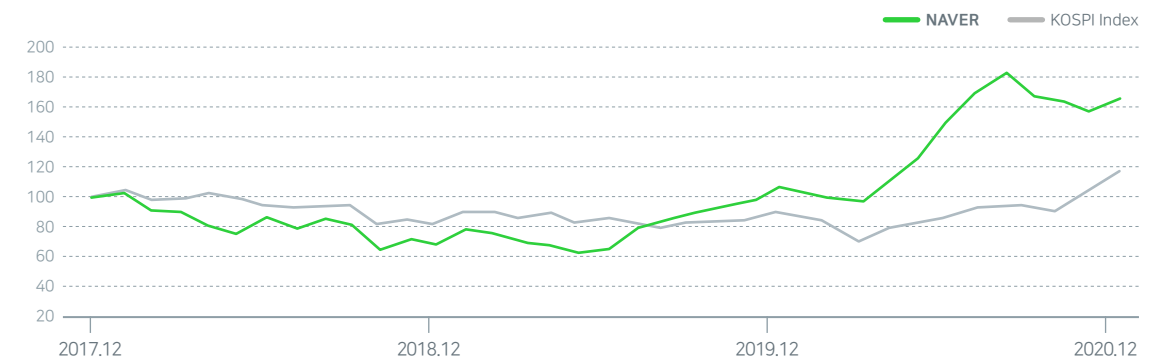


¹⁾ 주주 참고 사항: 당사는 10월 26일 CJ대한통운, CJ ENM, 스튜디오 드래곤과의 자사주 교환 및 현물출자를 통해 전략적 사업 제휴 관계를 강화하고 유지하기로 결정하였습니다. 이에 따라 2020년 11월 10일까지 2,094,240주의 자사주를 처분하였으며, 처분 후 당사가 보유하는 자기주식 수는 16,804,360주 (총 발행주식 대비 10.23%)로 변경되었습니다.

* 2020년 말 기준

연간 주가 변동 추이

(단위: %)



* 2018년 1월 1일을 100으로 지수화

OPERATION REVIEW

SERVICE OVERVIEW

- 34 서비스 개요
- 35 네이버
- 37 네이버웹툰
- 38 밴드
- 39 스노우
- 40 V LIVE
- 41 VIBE
- 41 오디오클럽
- 42 네이버웍스
- 43 네이버 클라우드 플랫폼
- 44 Whale
- 45 Papago
- 45 네이버 클로바

BUSINESS REVIEW

- 48 비즈니스 개요
- 49 서치플랫폼
- 50 커머스
- 51 핀테크
- 52 콘텐츠
- 53 클라우드

ESG REVIEW

- 56 Sustainability Framework
- 57 경영진
- 58 Governance
- 64 Social
- 70 Environment

SERVICE

OVERVIEW

REDEFINE THE VALUE OF CONNECTIVITY



네이버는 첨단기술을 적용하여, 누구나 쉽게 활용하는
일상의 친숙한 서비스를 제공하기 위해 끊임없이 혁신합니다.
네이버의 서비스를 통해 누구나 편리하고 안전하게
온라인 경험을 즐길 수 있도록 연결의 가치를 재정립합니다.



매일 3,000만 명에 이르는 다양한 사용자의 생각과 관심사를 연결하는 국내 최대
검색 포털 서비스인 '네이버', 아시아, 미국, 유럽 등 전 세계에서 7,200만 독자와
연결되는 글로벌 웹툰 플랫폼인 '네이버웹툰', 41만 온라인 SME와 함께 성장하는
'네이버 스마트스토어' 등 네이버의 대표 서비스들은 사용자들과 끊임없이 호흡하며
새로운 도전을 지속한 결과물입니다.

또한 네이버의 기술과 경험을 클라우드를 통해 기업에 제공하는 서비스인 '네이버
클라우드 플랫폼' 및 다양한 B2B 서비스를 제공함으로써 글로벌 시장에서 다양한
기업 고객군을 늘리며 빠르게 영역을 확장하고 있습니다. 이렇게 네이버는
기술과 데이터를 기반으로 파트너들의 성공적인 창업과 지속가능한 성장을 위해
노력합니다.

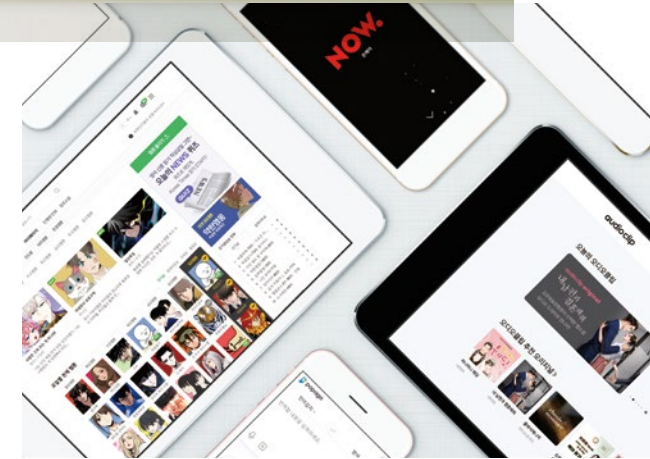
이와 같은 차별화된 서비스는 네이버만의 도전적인 사업구조를 통해 발전해 나가고
있습니다. 네이버는 미래의 다양한 기회에 대응하고 지속적인 성장 발전을 마련하기
위해 CIC(Company-in-Company) 및 독립법인을 주축으로 하는 사업구조를 갖추고
있으며, 이를 기반으로 주요 서비스는 차세대 성장 동력 삼아 글로벌 도전 집합체로
진화해 나가고 있습니다.



SERVICE REDEFINE THE VALUE OF CONNECTIVITY OVERVIEW



네이버는 첨단기술을 적용하여, 누구나 쉽게 활용하는
일상의 친숙한 서비스를 제공하기 위해 끊임없이 혁신합니다.
네이버의 서비스를 통해 누구나 편리하고 안전하게
온라인 경험을 즐길 수 있도록 연결의 가치를 재정립합니다.



매일 3,000만 명에 이르는 다양한 사용자의 생각과 관심사를 연결하는 국내 최대
검색 포털 서비스인 '네이버', 아시아, 미국, 유럽 등 전 세계에서 7,200만 독자와
연결되는 글로벌 웹툰 플랫폼인 '네이버웹툰', 41만 온라인 SME와 함께 성장하는
'네이버 스마트스토어' 등 네이버의 대표 서비스들은 사용자들과 끊임없이 호흡하며
새로운 도전을 지속한 결과물입니다.

또한 네이버의 기술과 경험을 클라우드를 통해 기업에 제공하는 서비스인 '네이버
클라우드 플랫폼' 및 다양한 B2B 서비스를 제공함으로써 글로벌 시장에서 다양한
기업 고객군을 늘리며 빠르게 영역을 확장하고 있습니다. 이렇게 네이버는
기술과 데이터를 기반으로 파트너들의 성공적인 창업과 지속가능한 성장을 위해
노력합니다.

이와 같은 차별화된 서비스는 네이버만의 도전적인 사업구조를 통해 발전해 나가고
있습니다. 네이버는 미래의 다양한 기회에 대응하고 지속적인 성장 발판을 마련하기
위해 CIC(Company-In-Company) 및 독립법인을 주축으로 하는 사업구조를 갖추고
있으며, 이를 기반으로 주요 서비스는 차세대 성장 동력 삼아 글로벌 도전 집합체로
진화해 나가고 있습니다.

서비스 개요



네이버

네이버는 검색 의도와 맥락을 깊이 이해하는 검색 서비스를 중심으로 매일 3,000만 명 이상의 다양한 이용자의 생각과 관심사를 연결합니다. 아울러 SME와 창작자들이 새로운 기회를 열어가는, 지속가능한 성장의 플랫폼이 되고자 크고 작은 변화들을 이어가고 있습니다.

SME·창작자 생태계 지원 강화

네이버 검색은 블로그, 카페, 지식IN 등 많은 사람들의 참여로 만들어진 콘텐츠(UGC: User-Generated Content)를 중심으로 이루어져 있습니다. 좋은 사업자와 창작자는 깊이 있는 콘텐츠의 근간이며, 이에 네이버는 SME와 창작자들을 위한 탄탄한 생태계 구축에 집중합니다. SME와 창작자들이 네이버 플랫폼 안에서 성장하면, 네이버 이용자들의 검색 서비스 만족도도 높아지고, 이는 네이버의 경쟁력 제고로 이어져서 SME와 창작자들에게 보다 많은 성장의 기회를 제공하는 선순환의 생태계를 구축할 수 있는 원동력이 되고 있습니다.

2020년, COVID-19로 인해 확산된 비대면 문화가 온라인 쇼핑 창업으로 이어지는 가운데, 네이버는 모바일 생방송으로 판매자와 구매자가 만나는 쇼핑라이브, 스마트스토어 데이터 분석 툴 비즈어드바이저, AI 기반 장수추천 서비스 스마트어라운드, 데이터베이스(DB)화 건수 1억 건을 돌파한 영수증 리뷰 등 네이버의 기술과 데이터를 기반으로 SME와 동반성장하기 위한 노력을 지속하였습니다. 뿐만 아니라 D-커머스 프로그램 일환으로 진행되는 자금 지원 프로그램인 스타트제로수수료, 성장포인트, 쿼에스크로 프로그램을 비롯하여 쇼핑라이브 지원을 위한 교육, 방송 인프라 무상 지원 등 다양한 SME 지원책을 펼쳤습니다. 이러한 노력에 힘입어 2020년 스마트스토어 수가 41만 개를 돌파하며 네이버는 대한민국 대표 커머스 플랫폼으로 자리매김하였습니다.

향후 '엑스퍼트 for SME', '브랜드 커넥트 플랫폼' 등 새로운 도전을 통해 네이버 플랫폼에서 활동하는 480만 명의 SME와 160만 명의 창작자를 서로 연결해 플랫폼 생태계를 더욱 강화해 나갈 계획입니다. 엑스퍼트 for SME는 스마트스토어 판매자와 지식IN 엑스퍼트 전문가를 연결하는 서비스로서 판매자는 사업 성장단계와 업종에 따라 도움을 받을 수 있는 전문가를 손쉽게 만날 수 있으며, 전문가들은 고정 고객을 확보하게 됩니다. 브랜드 커넥트 플랫폼은 인플루언서를 비롯한 여러 창작자들의 활동 현황과 최신 콘텐츠에 대한 데이터를 제공하는 서비스로서 마케팅 콘셉트나 특성에 따라 브랜드와 창작자가 서로를 발견하는 데 도움을 제공하며, 이를 활용하여 네이버는 SME와 창작자의 연결고리를 강화해 나가겠습니다.



네이버웹툰

지난 2004년 서비스를 시작한 이래, 네이버웹툰은 수많은 스타 작가들의 산실로 국내 웹툰 시장에서 독보적인 지위를 구축하였으며, 해외로 그 영역을 넓혀 아시아, 미국, 유럽 등 전 세계에서 7,200만 독자와 만나는 글로벌 웹툰 플랫폼으로 성장하였습니다.

커머스 생태계 확장

검색에서 결제로 이어지는 구매와 판매 흐름을 매끄럽고 완결성 있게 제공하기 위해 네이버는 스마트스토어, 브랜드스토어, 쇼핑라이브 등 판매자를 위한 톨과 솔루션을 도입하고 있으며, 네이버 생태계 안의 SME와 브랜드들에 대한 이용자 충성도를 높이기 위해 혜택을 강화하고 있습니다. 2019년 브랜드와의 상생과 협력을 위해 도입한 브랜드스토어의 경우, 2020년 연중 꾸준히 성장하며 그 브랜드를 가장 잘 보여주는 대표 이커머스 채널로서 활용되고 있습니다. COVID-19의 확산으로 생필품에 대한 온라인 수요가 급증하는 가운데 새롭게 브랜드스토어를 오픈한 LG생활건강을 비롯하여 30개의 브랜드스토어가 1분기에 오픈되었고, 아모레퍼시픽을 비롯한 뷰티 브랜드, 삼성전자와 LG전자, 애플과 같은 유명 가전 브랜드 등 국내외 다양한 브랜드가 입점하며 2020년 말 기준 연초 목표한 200개를 상회하는 250개의 브랜드스토어가 오픈되었으며, 거래액 역시 꾸준히 증가하고 있습니다. 네이버는 앞으로도 지속적으로 스마트스토어와 브랜드스토어를 중심으로 SME와 브랜드들의 온라인 사업을 총체적으로 지원할 수 있는 토탈 솔루션을 제공하는 것을 목표로 함께 성장해 나갈 수 있는 방안을 모색해 나가겠습니다.

네이버 이용자 혜택 강화

2020년 6월 출시된 유료 회원제 서비스인 '네이버플러스 멤버십'은 커머스 및 네이버 이용자들에게 긍정적인 호평을 받으며 그 혜택의 범위와 대상을 지속적으로 확대하고 있습니다. 네이버플러스 멤버십은 매월 일정 비용을 결제한 네이버 이용자에게 네이버페이 결제액의 5%를 적립해줄 뿐 아니라, 다양한 디지털 콘텐츠 이용혜택을 제공하고 있습니다. 이와 같은 파격적인 혜택에 힘입어 출시 6개월 만에 250만 명에 달하는 가입자를 확보하며 빠르게 성장하고 있으며, 이용자들에게 높은 효용과 만족감을 제공함으로써 거래액 또한 증가하고 있습니다. 멤버십 가입을 기점으로 가입자들의 구매액이 전반적으로 증가하고 있으며, 특히 전체 가입자의 절반을 차지하는 월 20만 원 이하 고객들의 구매액이 3배 이상 큰 폭으로 증가하면서 커머스 성장에 긍정적으로 작용하고 있습니다. 앞으로도 네이버플러스 멤버십 회원을 위해 멤버십 혜택과 구성을 확대해 나갈 계획이며, 여러 제휴사와의 협업도 꾸준히 추진하여 네이버플러스 멤버십을 더욱 발전시켜 나갈 예정입니다.

SME·창작자의 디지털 전환 지원 확대

네이버는 첨단 기술력을 기반으로 SME와 창작자들의 디지털 전환을 도움으로써 연결의 가치를 확장하고 있습니다. 2020년에는 COVID-19 확산으로 얼어붙은 전통시장을 '동네시장 장보기'로 다시 고객과 연결시켰고, 라이브커머스 기능을 추가하여 SME의 온라인 판매 활성화를 지원하였으며, '지식iN 엑스퍼트' 전문가 및 인플루언서들의 온라인 활동을 지원하였습니다. 이 중 동네시장 장보기는 2019년 1월 선보인 배달 서비스입니다. 이용자의 주변 동네시장의 식품과 식재료를 온라인으로 주문하면 2시간 내에 배달해주며, 오프라인에선 볼 수 없었던 생생한 후기를 볼 수 있는 장점이 있습니다. 향후 네이버는 가장 전통적인 동네시장의 변화를 비롯하여 오프라인 SME의 디지털 전환 지원에 더욱 박차를 가할 계획입니다.

전문가들의 유료 상담을 받을 수 있는 지식iN 엑스퍼트는 2020년 3월, 법률 분야를 추가하는 등 그 영역을 확장하고 있습니다. 8월에는 전문가가 직접 구성한 커리큘럼에 따라 배울 수 있는 '클래스'로 영역을 넓혔고, 2021년 초 온라인 클래스 서비스 바이블(ViBLE)과의 제휴를 통해 각 분야 최고의 전문가들의 강의를 들을 수 있는 '마스터클래스'를 선보였습니다. 지식iN 엑스퍼트에서 수강할 수 있는 클래스 상품은 6,700개에 달하며, 분야도 비즈니스, 운동, 취미 등으로 다양하고, 1:1 라이브, VOD 등 강의 형태도 자유롭게 선택할 수 있어 쉽고 편리한 비대면 수업이 가능합니다.

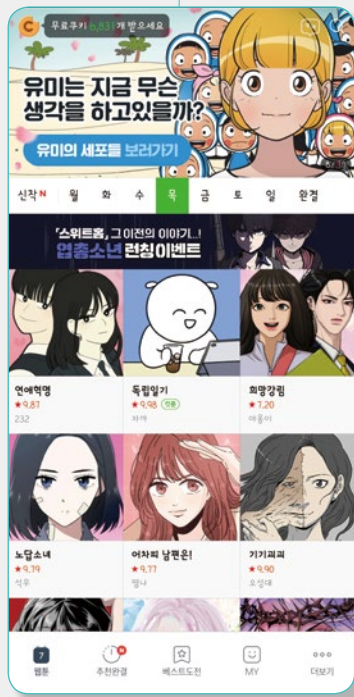


글로벌 웹툰 콘텐츠 서비스

comic.naver.com

글로벌 월간 사용자 수

7,200만명+



* 2020년 말 기준

글로벌 웹툰 생태계 확장

2020년 네이버웹툰은 글로벌 시장에서 사업을 본격적으로 확장하는 국면에 진입하며 글로벌 웹툰 플랫폼으로 성장하였습니다. 2019년 말 프랑스어와 스페인어 서비스를 출시한 뒤 유럽과 남미에서 성장세가 두드러졌고, 북미지역에서는 창작자 생태계인 '캔버스'의 활성화와 주요 독자층인 Z세대 구독자의 충성도 증대에 힘입어 가파른 성장을 이어 갔습니다. 8월부터는 라인망가에 웹툰의 우수한 기획, 개발 역량을 투입하여 단행본 위주 서비스를 전면 개편하여 연재형 시장으로 확대해가고 있으며, 콘텐츠 확충과 더불어 마케팅 강화를 통해 이용자를 확대하는 데 주력하고 있습니다.

네이버웹툰의 성장에는 도전만화에서 시작하여 베스트도전을 거쳐 정식 웹툰으로 승격하는 시스템을 기반으로 탄탄히 구축된 창작자 중심의 웹툰 생태계가 있습니다. 이 같은 시스템은 미국, 대만, 태국 등 다양한 국가에서도 호평 속에 서비스되고 있으며, 이에 힘입어 네이버웹툰의 월간 사용자 수(MAU)가 2020년 7,200만을 넘어서며 최고치를 갱신했습니다.

글로벌 스토리텔링 플랫폼으로 진화

네이버웹툰은 IP(지적 재산권)를 바탕으로 출판, 영화, 드라마, 게임 등의 다양한 부가 산업으로 영역을 확장해 나가고 있습니다. 특히, 최근에는 네이버웹툰이 글로벌시장에서 인지도를 쌓으면서 웹툰의 2차 저작물을 기반으로 글로벌 시장에 집중하고 있습니다. 2020년, 네이버웹툰을 영상화한 '스위트홈'이 영어·일본어·프랑스어 등 9개 언어로 서비스되며 넷플릭스를 통해 방영되었고, 전 세계 약 2200만 가구가 시청하며 글로벌 누적 조회수 12억 뷰를 달성함에 따라 네이버가 보유한 IP가 글로벌 시장에서 통용될 수 있음을 검증하였습니다. 영상화된 IP의 글로벌 흥행은 원작에 대한 소비 증대로 이어졌고, 이에 많은 이용자들이 네이버웹툰으로 진입되는 선순환을 낳고 있습니다.

글로벌 시장에서 존재감을 키우고 있는 만큼 오리지널 콘텐츠 확보에도 적극적으로 나서고 있으며, 그 일환으로 2021년 초, '왓패드'의 인수를 위한 계약을 체결했습니다. 왓패드는 2006년 설립된 북미 최대 웹소설 플랫폼으로서 전 세계 월간 이용자가 9,000만 명에 달하고 50개 이상의 언어를 지원합니다. 이처럼 네이버웹툰은 세계 1위의 웹툰 플랫폼과 웹소설 플랫폼을 모두 보유하게 됨으로써 한층 더 다양한 글로벌 스토리텔링 IP를 확보하고, 글로벌 최고 수준의 엔터테인먼트 기업에 한 발 더 다가서고 있습니다.

밴드

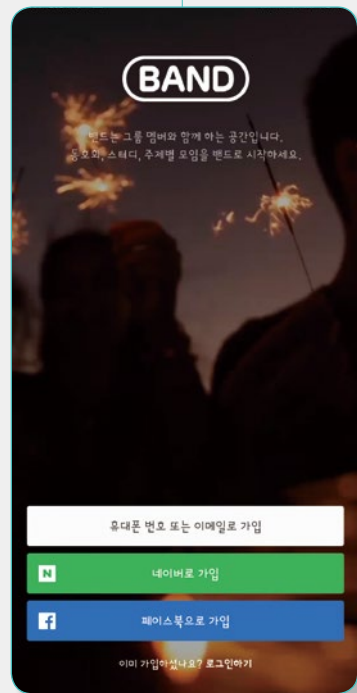
그룹형 소셜 네트워크 서비스(SNS)인 밴드는 다양한 형태의 그룹 활동을 지원하는 모임 앱입니다. 이용자의 사용 패턴과 활동성을 기반으로 여러 가지 실험적인 서비스를 통해 글로벌 도전을 이어가며 더욱 확장된 형태의 모바일 커뮤니티 서비스로 진화해 나가고 있습니다.



모바일 커뮤니티 플랫폼
band.us/home

밴드 내 운영되는 그룹 수

2,500만 개 +



* 2020년 말 기준

그룹형 리모트 커뮤니케이션 툴

2020년 사회적 거리두기 영향으로 학교, 학원, 교회 등에서 온라인 소통에 대한 니즈가 확대되면서 밴드 이용자가 증가하였습니다. 밴드 내 일간 라이브 송출 건 수는 COVID-19 팬데믹 이전 대비 국내에서는 약 40배, 미국에서는 20배 증가하였습니다. 국내에서는 특히, 10대 월간 이용자 수(MAU)가 2019년 35~40만 명에서 2020년 100~110만 명으로 증가하였고, 방과 후 활동이 활발한 미국에서는 2020년 12월 기준, MAU가 지난 2016년 대비 17배 증가한 250만 MAU를 넘어섰습니다. 앞으로도 밴드가 더욱 편리한 글로벌 그룹 커뮤니케이션 툴로 성장할 수 있도록 기술 고도화와 사용성 개선에 주력할 계획입니다.

온라인 수업 환경에 최적화된 플랫폼

밴드는 또한 원격교육을 끊임 없이 지원하며 온라인 수업 환경에 최적화된 플랫폼으로 주목받고 있습니다. 하나의 플랫폼에서 출석체크, 라이브 방송, 과제 제출 등을 할 수 있어 손쉽게 수업을 관리할 수 있으며 교사와 학생 간의 원활한 커뮤니케이션도 가능하다는 장점에 힘입어 2020년 신학기 밴드 개설 수 누적 78,000개, 가입자 수 135만 명을 기록하였습니다. 또한, COVID-19의 확산이 지속되면서 비대면 수업과 모임을 지원하는 툴에 대한 수요가 늘어나고 있음에 따라 아동과 청소년을 타깃으로 하는 밴드 서비스인 '밴드포키즈'를 출시하였습니다. 학교와 학원 등에서 사용이 늘어날 것으로 예측되며, 수업뿐 아니라 동아리, 소규모 모임 활동에도 활용될 것으로 기대하고 있습니다.

스노우

스마트폰 카메라를 통해 인식한 얼굴에 다양한 효과를 넣을 수 있는 모바일 AR 카메라 콘텐츠 플랫폼입니다. 2015년 9월 서비스 출시 이후 10대 사용자들에게 큰 호응을 받으며 젊은 이용자들의 트렌드에 맞춰 서비스를 혁신해 나가고 있습니다.



일상이 특별해지는 AR 카메라
snow.me

스노우 앱 MAU (글로벌 이용자 수)

2억 4,000만 명 +



* 2020년 말 기준

새로운 이용자 경험 개발을 위한 실험실

스노우는 세계 최고의 카메라 앱 기술을 활용하여 10대의 소통 트렌드를 주도하며 글로벌 세대의 변화를 선도하고 있습니다. 2020년 말 기준, 스노우 앱의 글로벌 월간 이용자 수는 2억 4,000만 명을 넘어섰고, 해외 이용자 비중이 90% 이상을 차지할 정도로 높아 글로벌 서비스로서의 위치를 확고히 하고 있습니다. 스노우는 AR(증강현실) 버추얼 플랫폼 '제페토'와 '스노우', 'B612', '푸디' 등의 카메라 앱, 영어회화 앱 'Cake' 등 이용자의 트렌디한 서비스 니즈에 대응하는 앱 등을 통해 새로운 이용자 경험을 만들어 나가는 네이버의 실험실입니다.

2018년 출시한 AR 버추얼 플랫폼 제페토는 가입자 수가 2020년 1억 9,000만 명을 넘어서며 새로운 실험이 성공적이었음을 입증한 뒤, '네이버제트'라는 별도의 법인으로 독립하였고, 스노우는 AI 영상인식 기업 알체라와 조인트벤처 '플레이스케이'를 설립하며 새로운 실험에 들어갔습니다. 모두의 일상을 더 쉽고 즐겁게 변화시킬 사람다운 시를 만드는 것을 목표로 신체·사물 인식 기술을 고도화하고 있으며, 빠른 움직임까지 정교하게 실시간으로 가상환경에 복제하는 실시간 전신 인식 기술은 제페토에 활용될 예정입니다.

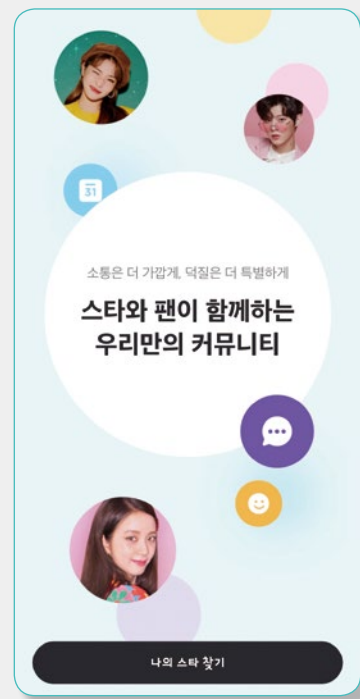
V LIVE

V LIVE는 스타들의 실시간 개인방송을 볼 수 있는 라이브 동영상 플랫폼입니다.

K-POP을 비롯하여 웹 드라마, 뷰티, 패션 등 다양한 주제들의 영상 콘텐츠를 우수한 동영상 기술로 전송하며 스타와 전 세계 팬들에게 특별한 경험을 제공하고 있습니다.



글로벌 라이브 스트리밍 플랫폼
vlive.tv



글로벌 엔터테인먼트 플랫폼

2020년 12월, V LIVE가 1억 다운로드를 돌파하며 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼으로 자리매김했습니다. V LIVE는 미국·인도네시아·일본 등을 중심으로 해외 이용자 비율이 90%에 달할 정도로 전 세계 이용자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다. 2020년에는 COVID-19로 인해 비대면 트렌드가 확산됨에 따라 V LIVE의 사용성도 크게 증가했습니다. 아티스트의 라이브 횟수가 전년 대비 1.4배 증가했으며, 유료 공연 및 팬미팅을 진행한 횟수 또한 2.6배 늘었고, 이에 따라 공연이나 멤버십 가입 등 유료 콘텐츠 구매자도 1.9배 증가했습니다. 새롭게 채널에 가입한 사용자가 전년 대비 1.5배, 영상 재생 수는 2배, 댓글 수는 2.5배 증가하며 글로벌 팬들의 활동도 활성화된 것으로 나타났습니다.

이와 같은 V LIVE의 성장은 안정적인 라이브 공연과 팬 커뮤니티 플랫폼을 지원하는 고도화된 기술 경쟁력이 뒷받침합니다. V LIVE는 송출, 미디어 스트리밍서버 등을 자체 개발해 다양한 네트워크 환경 속에서 안정적으로 라이브 방송을 제공하고 있으며, 2020년에는 멀티 CDN, VAM(VLive API Manager, 서버 요청 조절 기능) 등을 자체 구축하며 라이브 품질 강화 및 서비스 안정화에 주력하였습니다. 이처럼 V LIVE는 스타와 팬을 디지털 공간에서 연결하고, 생생한 엔터테인먼트 콘텐츠를 제공하기 위해 플랫폼을 고도화하고 있습니다. 2021년 초에는 V LIVE와 빅히트엔터테인먼트의 K-Pop 플랫폼 '위버스'를 통합하여 새로운 글로벌 팬 커뮤니티 플랫폼을 만드는데 합의하였고, 이에 따라 위버스를 운영하는 빅히트엔터테인먼트의 자회사 BeNX에 투자를 단행하였습니다. 앞으로도 독보적인 기술력과 차별화된 비즈니스 모델, 그리고 확장된 협력을 통해 스타와 팬에게 새로운 엔터테인먼트 경험을 전달함으로써 글로벌 비대면 공연을 이끄는 엔터테인먼트 플랫폼으로 성장하겠습니다.

VIBE

VIBE는 네이버의 앞선 AI 기술에 뮤직 콘텐츠 노하우를 더한 차세대 AI 뮤직 서비스입니다.

2018년 첫 선을 보인 이후 이용자의 취향을 고려한 신개념 서비스와 이용자 중심의 음원 정산방식으로 새로운 시장을 개척해 나가고 있습니다.



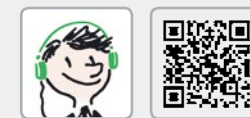
음악 스트리밍 플랫폼
vibe.naver.com

아티스트와 팬의 연결고리 확대

바이브가 새로운 정산 방식인 VPS(VIBE Payment System)를 도입하고, AI 추천 시스템을 구축하는 등 아티스트와 팬을 더욱 가깝게 연결하기 위한 노력을 확장하고 있습니다. VPS는 스트리밍 요금이 이용자가 실제로 들은 음악에만 정산되는 이용자 중심의 신개념 정산 방식으로 음원 사재기로 인한 문제점 개선을 포함하여 음악 생태계에 건강함을 줄 수 있을 것으로 기대됩니다. 또한, 2019년 9월 출시한 라이브 오디오 스트리밍 서비스 '나우(NOW)'는 출시 1년 만에 누적 시청자 수 2,000만 명을 넘어서며 빠르게 성장하고 있습니다. 나아가 최근 비대면 공연환경이 다양해지는 것을 고려하여 XR(extended reality: 확장현실), 멀티뷰 기술 등 차세대 기술을 적용한 새로운 방식의 '고품질 뮤직 라이브플랫폼'을 지향하고 있으며, 2020년 9월부터 이러한 기술이 적용된 생동감 넘치는 라이브 방송인 'Party B'를 선보이고 있습니다. 앞으로도 네이버는 '음악'이라는 콘텐츠에 집중하여 아티스트와 팬의 접점을 확대하고, 아티스트와 팬을 중심으로 한 특별한 커뮤니케이션 경험을 제공할 수 있도록 다방면으로 노력할 것입니다.

오디오클립

네이버가 ICT 기술의 발전과 함께 급성장하고 있는 '듣는 콘텐츠' 시장의 성장 가능성에 주목하여 선보인 오디오 콘텐츠 플랫폼입니다. 2018년 유료 오디오북 서비스로 공식 런칭한 지 1년 만에 누적 이용자 25만 명을 돌파하며 시장의 성장을 선도하고 있습니다.



오디오 콘텐츠 플랫폼
audioclip.naver.com

오디오 콘텐츠 장르 다변화 선도

네이버 오디오클립이 오디오 시네마, 오디오 드라마, 오디오 예능 등 다양한 콘텐츠 실험에 나서며 오디오 콘텐츠 장르 다변화를 이끌고 있습니다. 2020년에는 국내 최초로 3편의 오디오 시네마를 공개한 데 이어, 오디오 상담소, 오디오 레슨, 스타 책방 등을 선보임으로써 오디오 콘텐츠 제작에 새로운 활력을 불어넣었습니다. 지난 6월 '귀로 듣는 시네마' 컨셉으로 공개된 오디오 시네마는 네이버웹툰과 웹소설의 인기 원작을 바탕으로 제작됐으며, 국내 대표 배우들과 음악감독, 스태프들이 참여해 작품의 완성도를 높였습니다. 인기 웹소설을 오디오 드라마로 재탄생시킨 작품들도 대표 작품의 누적 재생 수가 280만을 기록하는 등 큰 인기를 모았습니다.

오디오 콘텐츠는 커넥티드 카, AI 스피커 등 미래 플랫폼에 유연하게 대응할 수 있고, 콘텐츠 활용도도 높아 성장 가능성이 매우 높습니다. 네이버는 다양한 문화 콘텐츠를 및 창작자들과의 협업을 확대함으로써 더욱 경쟁력 있고 재미있는 오디오 콘텐츠를 선보일 수 있도록 노력할 것이며, 이를 통해 이용자에게는 새로운 경험을, 오디오 크리에이터들에게는 새로운 성장의 기회를 제공할 것입니다.

네이버웍스

네이버웍스는 네이버의 IT 기술력과 보안 노하우를 기반으로 하는 업무용 협업도구입니다. 쉬운 사용성, 빠르고 편리한 현장과의 소통, 모바일에 최적화된 기능 등의 경쟁력을 기반으로 전 세계 10만 고객사와 함께하며 글로벌 시장에서 영역을 확장하고 있습니다.



기업용 협업 플랫폼

naver.worksmobile.com

네이버웍스 도입 기업 수

10만+



* 2020년 말 기준

글로벌 대표 기업용 협업 플랫폼

네이버의 자회사 워크모바일은 네이버클라우드의 글로벌 인프라를 활용하여 최고 수준의 보안과 네트워크 품질을 보장하는 기업용 서비스 '네이버웍스'를 제공하고 있습니다. 약 10년 전부터 네이버의 모든 글로벌 계열사가 업무에 네이버웍스를 활용하고 있으며, 국내는 물론 일본, 중국, 유럽, 미국에 10만여 고객사를 확보하였습니다.

최근 COVID-19의 장기화로 원격근무가 일상화가 되면서 모바일 환경에 최적화된 비즈니스 협업 톨에 대한 관심도 늘어나고 있습니다. 이러한 환경에서 네이버웍스는 우수한 사용성과 보안 시스템을 갖춘 협업 솔루션으로 인정받으며 꾸준히 성장하고 있습니다. '라인웍스'라는 브랜드로 서비스 중인 일본에서는 4년 연속 견고한 1위 자리를 지키며 교육, 증권, 보험, 헬스케어 등 다양한 업종에서의 사용이 확대되고 있습니다.

국내 시장 공략 가속화

2020년 10월, 워크모바일은 라인웍스 브랜드를 국내 이용자에게 익숙한 '네이버웍스'로 리브랜딩하고, 협업 솔루션 네이버웍스에 대한 경험과 인지도를 높여 나가고 있습니다. 특히, COVID-19 팬데믹 상황에서 중소기업과 SME들의 원활한 사업 운영을 지원하고자 Lite 상품 무상 지원, 스마트스토어 판매자를 비롯한 SME 대상의 Free 상품 런칭 등을 추진하였으며, 워크모바일의 경우 중소기업의 비대면 업무 대응을 위한 'K-비대면 바우처 사업' 공급기업으로 선정된 바 있습니다.

네이버웍스의 가장 큰 강점은 모바일 앱만으로 대부분의 업무가 가능한 제품 안정성과 쉬운 사용성입니다. 메일, 메신저, 캘린더, 드라이브 등 많은 서비스를 클라우드 상에서 안전하게 제공하는 것은 네이버만의 경쟁력입니다. 이러한 강점을 기반으로 네이버웍스는 국내 시장에서 지배력을 확장해 가고 있습니다.

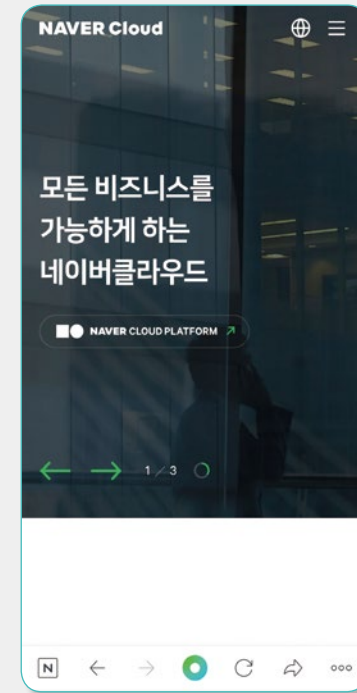
네이버 클라우드 플랫폼

네이버 클라우드 플랫폼은 네이버의 다양한 기술과 플랫폼을 클라우드 기반으로 제공하는 원스톱 서비스입니다. 해외 주요 거점에 글로벌 리전을 운영 중이며, 보다 빠르고 안정적인 서비스를 위해 글로벌 리전을 지속적으로 확대하고 있습니다.



기업 클라우드 서비스

ncloud.com



네이버클라우드 출범

2020년 10월, 네이버비즈니스플랫폼(NBP)가 네이버의 모든 기업용 비즈니스 역량을 통합해 '네이버클라우드'로 새롭게 출범하였습니다. 이에 따라 기업용 클라우드와 SI 플랫폼, 업무 협업 톨과 같은 B2B 상품은 물론, 네이버가 확보하고 있는 모든 기술과 서비스들이 클라우드 기반으로 상품화되어 제공될 예정입니다.

네이버클라우드는 지난 2017년 클라우드 서비스인 '네이버 클라우드 플랫폼'을 시장에 선보였으며, 지난 3년간 170개가 넘는 경쟁력 있는 상품을 내놓고 매년 2배 이상의 성장을 이어오며, 국내외 많은 기업과 정부 기관의 선택을 받는 국내 대표 클라우드 업체로 성장했습니다. 2020년에는 공공기관과 금융기관 중심으로 고객 확보에 주력하였고, 지난 7월 선보인 하이브리드 클라우드서비스인 '뉴로클라우드'의 경우, 공공기관과 금융기관이 요구하는 클라우드 서비스를 보다 유연한 형태로 제공함으로써 시장에서 좋은 반응을 이끌어 냈습니다. 많은 기업들의 비즈니스가 클라우드로 전환되고 있는 상황에서 고객의 니즈에 한층 더 다가가는 네이버 클라우드 플랫폼이 그 흐름을 주도하게 될 것으로 기대하고 있습니다.

시장 확대 및 고객기반 강화

온라인 비즈니스 솔루션에 대한 수요는 비즈니스 협업 톨을 넘어 다양한 분야로 확산되고 있으며, 이러한 솔루션을 안정적으로 제공하기 위한 기반이 되는 클라우드 서비스에 대한 수요도 가속화되고 있습니다. 국내 시장을 선제적으로 개척해 온 네이버클라우드는 이러한 흐름에 잘 부응하여 교육, 의료 등으로 사업의 영역을 확장해 나가고 있습니다. 대학을 비롯한 교육기관들이 동영상 강의 시스템을 구축하고 기존 학습관리 시스템과 연동할 수 있도록 서비스와 컨설팅을 제공하고 있으며, 550만 명에 달하는 학생들이 사용하는 한국교육학술정보원의 'e학습터'에 서비스를 제공하며 교육시장에서의 기회를 확보하였으며, 연말 원격교육의 다른 한 축인 EBS와도 공급 계약을 새롭게 체결하였습니다. 또, 의료 클라우드 분야에서는 고대의료원 산하 3개 병원에 클라우드를 공급하였으며, 이러한 시도를 통해 의료 영역에서 인프라 제공, 빅데이터 분석, 진단 및 처방 솔루션으로 이어지는 원격의료 방향성을 선제적으로 제시하고자 합니다.

아울러, 기업들이 기존에 활용하고 있는 서버와 데이터베이스에 네이버의 클라우드 서비스를 유기적으로 연결할 수 있는 하이브리드 시스템인 뉴로클라우드를 통해 클라우드 전환에 제약이 있던 기업들을 흡수하며 시장을 더욱 빠르게 키워 나갈 계획입니다. 뿐만 아니라 클라우드를 활용하여 콜센터의 재택근무 환경을 구축함으로써 COVID-19로 인한 질병의 확산을 막는 동시에, 네이버 고객센터에 적용하여 그 효용을 검증하였으며, 향후 다양한 기업을 대상으로 클라우드형 콜센터 솔루션을 확대 적용해 나갈 계획입니다.

Whale

누구나 쉽게 쓰는 브라우저를 목표로 네이버에서 5년 간의 개발 끝에 선보인 웹 브라우저입니다. 다양한 독자 기술과 유려한 디자인을 바탕으로 기존의 웹 서핑을 넘어서는 새로운 경험을 제공합니다.



완전히 새로운 경험

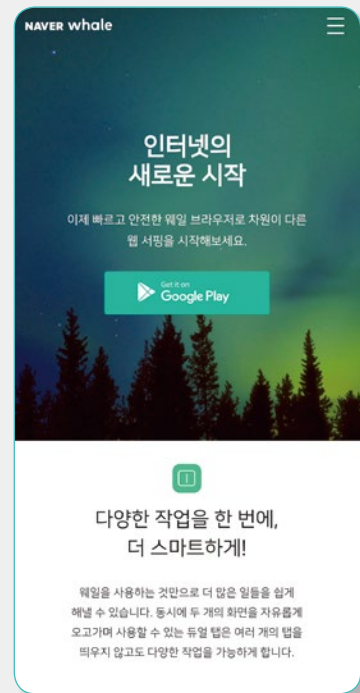
whale.naver.com

안전하고 편리한 웹 경험을 위한 협력

네이버는 Whale 브라우저를 통해 편리하고 안전한 웹 경험을 제공하기 위한 협력을 적극적으로 추진하고 있습니다. 2020년 5월, 금융결제원과 업무협약(MOU)을 맺고, 금융결제원 인증서 클라우드서비스를 웨일 브라우저에 탑재하기로 하였습니다. 이를 통해 별도 보안 프로그램이나 플러그인을 설치하지 않아도 Whale 브라우저만 있으면 공인인증 로그인도 가능합니다. 2020년 1월에는 한국인터넷PC문화협회(IPCA)와 안전한 PC 보안환경 구축을 위한 MOU를 체결하였습니다. IPCA는 전국 약 1만여 인터넷 PC방들을 대표하는 단체로서, 협약에 따라 회원 PC방의 기본 브라우저로 Whale을 탑재하기로 하였습니다. 불법 프로그램 설치를 미리 차단하고 루킹(타인 모니터를 들여다보는 행위)을 방지하는 Whale의 세이프 브라우징 기능은 보다 안전하고 쾌적한 웹 경험을 가능하게 합니다. 이처럼 Whale은 타 브라우저가 도외시하는 국내 인터넷 환경 개선을 위해 노력하고 있으며, 앞으로도 사용자들이 웹 브라우저를 통해 편리하고 혁신적인 인터넷 서비스를 사용할 수 있도록 협력과 혁신을 지속할 계획입니다.

미래 모빌리티 서비스 제공을 위한 협력

Whale은 확장된 플랫폼으로 진화하기 위해 협력의 범위를 넓히고 있습니다. 그 일환으로 2020년 10월, IV(In-Vehicle Infotainment, 차량용 인포테인먼트 시스템) 솔루션 전문기업 드림에이스, 세계적인 기술기업 콘티넨탈오토모티브코리아와 웹 기반의 IVI 서비스 생태계 활성화를 위해 협력하기로 협의한 데 이어, 12월 드림에이스, 팀와이퍼, 카랑, 마지막삼십분 등 국내 모빌리티 시장을 선도하고 있는 기업들과 사업 협력을 위한 MOU를 체결하였습니다. 앞으로도 새로운 성장이 기대되는 미래 모빌리티 시장에서 서비스 생태계 구축과 이용자 경험 향상을 위해 협력의 기회를 지속적으로 발굴해 나갈 것입니다.



Papago

네이버 자체 기술로 만들어진 Papago는 음성 인식, 음성 합성, 기계 번역, 문자 인식 등의 기술이 집약된 자동통역 앱입니다. 다양한 첨단기술에 신경망 번역(NMT) AI 기술을 적용하여 보다 정확한 번역 서비스를 제공합니다.



든든한 번역 파트너

papago.naver.com

지속적인 품질 고도화

이용자들이 자유롭게 언어의 장벽을 넘나들 수 있도록 기술과 데이터를 활용하여 품질을 고도화하고 있습니다. 2020년에는 이미지 속 텍스트를 이미지 위에서 바로 번역해주는 이미지 '바로번역' 기능을 새롭게 선보이며 편의성을 높였습니다. 예를 들어 거리에 있는 표지판이나 메뉴판을 Papago 앱으로 촬영한 후 '바로번역'을 선택하며, 이미지 내에 보이는 표지판의 방향, 음식 사진과 함께 번역문을 확인할 수 있는 기능으로 네이버가 보유한 방대한 언어 데이터와 언어처리 기술력에 기반한 딥러닝 모델 HTS(High Throughput Screening)를 통해 구현 가능합니다. 앞으로도 번역 기술을 선도하는 플랫폼으로서 번역 품질 고도화를 위한 핵심 기술 개발에 집중할 계획입니다.

네이버 클로바

네이버 클로바는 음성·이미지 인식, 인공지능경망 번역, 대화형 엔진 등 인간의 오감을 활용한 기술들이 집결된 통합 AI 플랫폼입니다. 독자적으로 개발한 AI 기술을 통해 세상에 없던 새로운 기술, 서비스, 제품을 만들어가고 있습니다.



미래를 위한 새로운 플랫폼

clova.ai

AI 솔루션 적용사례 확대

네이버와 라인의 서비스에 클로바의 AI 솔루션을 적용하는 한편, 전용 스마트폰 앱, AI 스피커 등 다양한 제품을 출시하며 새로운 가치를 더하고 있습니다. 2020년 2월 출시된 '클로바더빙'은 목소리 녹음 없이도 동영상에 AI 보이스를 입힐 수 있는 서비스로 비대면 영상 콘텐츠에 대한 수요 증가와 함께 빠르게 성장하여 출시 4개월 만에 가입자 10만 명을 돌파하는 성과를 올렸습니다. 10월 출시된 '클로바 램프'는 네이버 클로바의 AI 기술이 집약된 조명 타입의 스마트 디바이스입니다. 문자 인식, 이미지 인식, 음성 합성, 음성 인식, 자연어처리 기술이 결합되어 있으며, 우수함을 인정받아 'CES 혁신상'을 수상하기도 하였습니다. 7월에는 탁상시계 형태의 외관에 네이버의 최첨단 AI 기술을 접목해 새로운 사용자 경험을 제공하는 스마트 클락 '클로바 클락+'을 선보였고, 11월에는 녹음된 음성을 텍스트로 변환하는 음성기록 서비스인 '클로바노트'를 출시하였으며, 12월에는 신한은행과 협력하여 광학문자판독(OCR) 기술 기반의 문서 판독 자동화 솔루션인 'AI Vision/OCR 플랫폼' 구축을 완료하였습니다. 이처럼 네이버 클로바는 일상과 비즈니스 전반에 실질적인 도움을 주는 서비스를 통해 보다 편리하고 스마트한 삶을 위한 서비스를 확대해 나가고 있습니다.

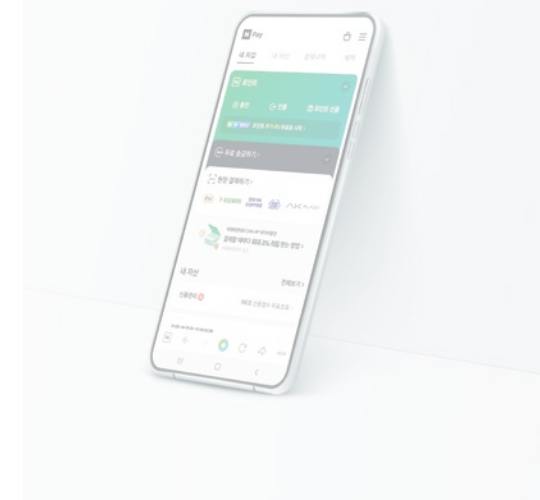
BUSINESS

REVIEW

RETHINK OUR BUSINESS EXCELLENCE



급격하게 변화하는 비즈니스 환경에서 네이버는 건전한 재무구조를 기반으로 뛰어난 기술력을 통해 새로운 기회를 창출하고 있습니다. 아울러 네이버 생태계 내의 모든 이용자와 SME, 창작자 및 투자자들과 함께 성장하기 위해 끊임없는 혁신과 변화를 추구하고 있습니다.



2020년에는 COVID-19의 전 세계적 확산으로 인해 경영환경에 예측 불가능한 많은 어려움이 지속되었습니다. 이에 네이버는 그간 탄탄히 쌓아온 역량을 바탕으로 리스크를 신중하게 관리하는 한편, 새롭게 포착된 기회들에 적극적으로 대응하였습니다. 기존 사업 분야에서는 끊임없는 개선과 기술 개발을 통해 장기적인 성장동력을 확보하고자 노력하였으며, 도전적인 상황 속에서도 신성장 기회를 위한 투자를 지속하였고, 네이버와 함께하는 SME와 창작자들이 위기를 성공적으로 극복할 수 있도록 지원을 확대하였습니다.

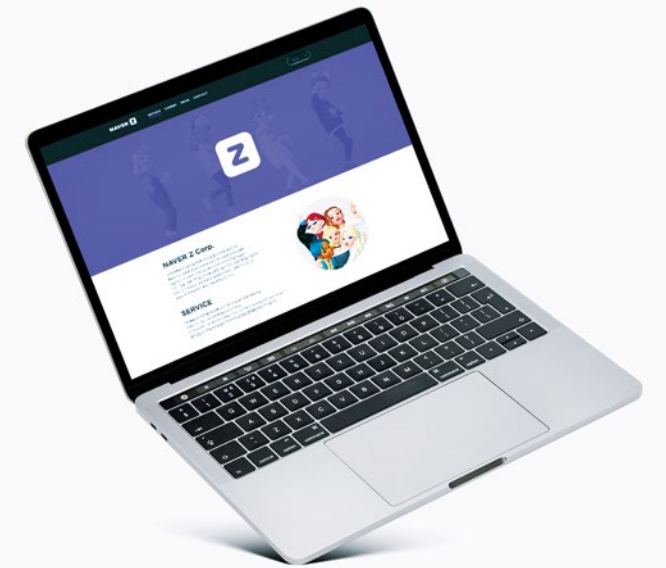
이러한 노력에 힘입어 COVID-19 사태가 본격화된 1분기에 성장세가 잠시 주춤하였던 광고와 클라우드 사업이 2분기부터 빠르게 정상화 되었으며, 네이버가 선제적으로 투자해 온 커머스, 페이, 콘텐츠, B2B 사업들도 비대면 문화 확산에 힘입어 성장이 가속화 되었습니다. 3분기부터는 네이버가 집중하고 있는 신사업들의 성장과정이 보다 명쾌하게 드러날 수 있도록 '서치플랫폼, 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드'로 매출 구분을 변경하였습니다.

향후 네이버는 기존 사업 분야의 끊임없는 발전과 빠르게 성장하는 신사업 간의 선순환 구조를 더욱 고도화하여 비즈니스 성장을 견인하고, 이러한 회사의 성장이 주주가치 제고로 이어질 수 있도록 노력하겠습니다. 아울러, 네이버와 함께 하는 SME와 창작자들이 위기를 기회로 극복하고 성공이라는 꽃을 피울 수 있도록, 함께 성장하는 미래를 준비하겠습니다.



BUSINESS RETHINK OUR BUSINESS EXCELLENCE

REVIEW



급격하게 변화하는 비즈니스 환경에서 네이버는 건전한 재무구조를 기반으로 뛰어난 기술력을 통해 새로운 기회를 창출하고 있습니다. 아울러 네이버 생태계 내의 모든 이용자와 SME, 창작자 및 투자자들과 함께 성장하기 위해 끊임없는 혁신과 변화를 추구하고 있습니다.

2020년에는 COVID-19의 전 세계적 확산으로 인해 경영환경에 예측 불가능한 많은 어려움이 지속되었습니다. 이에 네이버는 그간 탄탄히 쌓아온 역량을 바탕으로 리스크를 신중하게 관리하는 한편, 새롭게 포착된 기회들에 적극적으로 대응하였습니다. 기존 사업 분야에서는 끊임없는 개선과 기술 개발을 통해 장기적인 성장동력을 확보하고자 노력하였으며, 도전적인 상황 속에서도 신성장 기회를 위한 투자를 지속하였고, 네이버와 함께하는 SME와 창작자들이 위기를 성공적으로 극복할 수 있도록 지원을 확대하였습니다.

이러한 노력에 힘입어 COVID-19 사태가 본격화된 1분기에 성장세가 잠시 주춤하였던 광고와 클라우드 사업이 2분기부터 빠르게 정상화 되었으며, 네이버가 선제적으로 투자해 온 커머스, 페이, 콘텐츠, B2B 사업들도 비대면 문화 확산에 힘입어 성장이 가속화 되었습니다. 3분기부터는 네이버가 집중하고 있는 신사업들의 성장과정이 보다 명쾌하게 드러날 수 있도록 '서치플랫폼, 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드'로 매출 구분을 변경하였습니다.

향후 네이버는 기존 사업 분야의 끊임없는 발전과 빠르게 성장하는 신사업 간의 선순환 구조를 더욱 고도화하여 비즈니스 성장을 견인하고, 이러한 회사의 성장이 주주가치 제고로 이어질 수 있도록 노력하겠습니다. 아울러, 네이버와 함께 하는 SME와 창작자들이 위기를 기회로 극복하고 성공이라는 꽃을 피울 수 있도록, 함께 성장하는 미래를 준비하겠습니다.

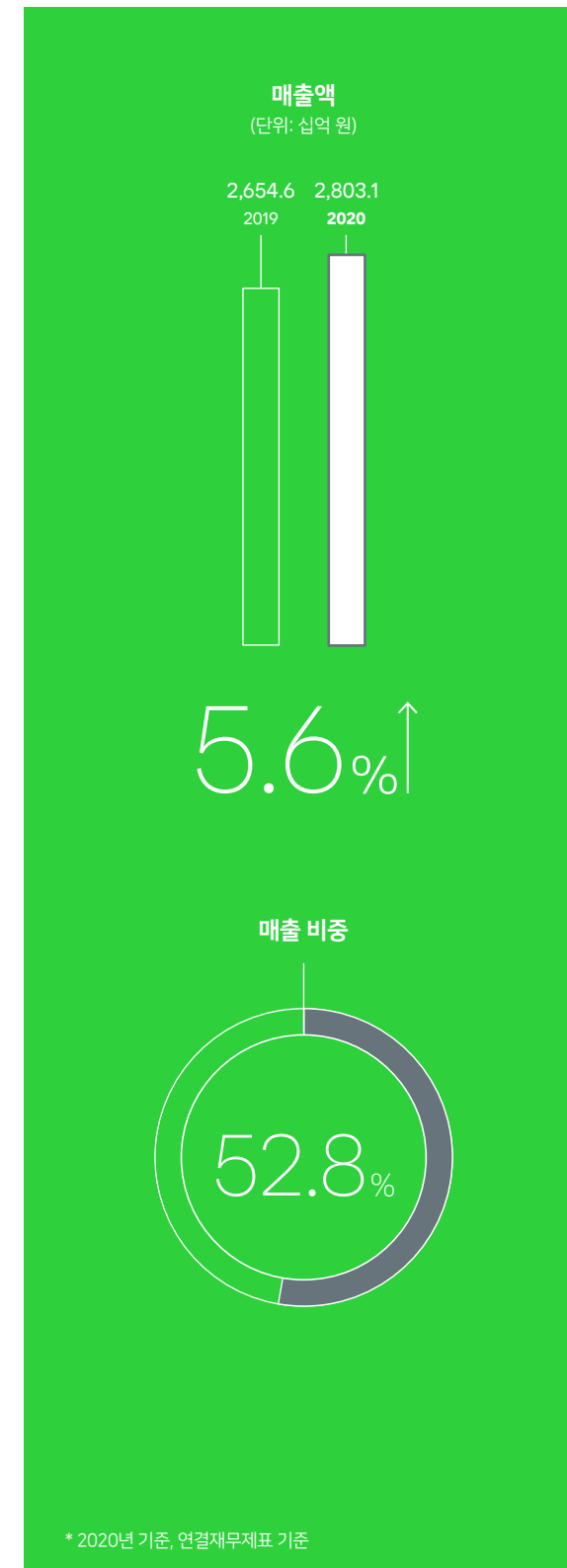


비즈니스 개요



서치플랫폼

네이버의 자산이자 성장동력인 정보가 만들어지고 전해지는 모든 과정에서 기술과 플랫폼으로 연결의 흐름을 보다 매끄럽게 제공하며 견고한 성장세를 유지하고 있습니다.



2020년 개편된 사업구조에 따라 기존 광고 사업에 포함되어 있던 커머스 매출이 분리되었고, 검색과 디스플레이 광고가 네이버의 근간인 서치플랫폼으로 통합되었습니다. 네이버는 다양한 브랜드와 SME들의 마케팅 니즈를 정교하게 수용하였고, 이용자의 콘텐츠 소비와 검색, 쇼핑 흐름에 자연스럽게 융합된 상품들을 제공하고자 노력하였습니다. 그 결과, 2020년 전년 대비 5.6% 성장한 2조 8,031억 원의 매출을 올리며 견조한 성장세를 이어 갔습니다.

광고 상품체계 개편

네이버는 온라인 마케팅 환경 변화에 대응하기 위해 대대적으로 상품체계를 개편하고 있습니다. 그 중 특히, COVID-19로 인한 부정적인 영향을 최소화하며 2020년 서치플랫폼 부문의 성장을 견인한 성과형 광고의 경우, 2019년부터 이미 일부 영역에 시범 적용하며 성장 가능성을 확인한 상품입니다. 성과형 광고는 이용자가 클릭한 횟수만큼 광고주가 네이버에 광고료를 지급하는 방식으로 운영되며, 지난 5월 네이버 모바일에 베타 런칭한 스마트채널을 시작으로 본격적으로 영역을 확장 중에 있습니다. 스마트채널은 네이버 모바일 메인 화면 최상단에 위치하여 주목도가 높고, 광고주가 예산과 일정에 따라 보장형과 성과형 중 선택할 수 있어서 마케팅 비용을 유연하게 집행할 수 있다는 특징점에 힘입어 중소형 광고주들로부터 좋은 반응을 이끌어 내고 있습니다. 7월에는 밴드 앱에 스마트채널을 적용하며 성과형 광고의 커버리지를 넓혔고, 플랫폼 경쟁력을 제고하며 광고 집행 성과와 광고주 만족도 향상에 주력하였습니다. 이와 같은 성과형 광고 확대 적용과 광고효율 제고 노력에 힘입어 2020년 2분기부터 회복세를 보인 서치플랫폼 매출은 3분기와 4분기 각각 전년 대비 8.2%, 11.3% 증가하며 확실한 증가세로 돌아섰습니다.

서비스 고도화 지속 추진

네이버는 이용자들에게 좋은 콘텐츠를 제공하는 창작자들의 성장을 돕고 이들에게 새로운 비즈니스 기회를 열어주기 위해 '지식iN 엑스퍼트', '인플루언서 검색' 등의 UGC(User Generated Contents) 서비스를 제공하고 있습니다. 2020년에는 지식iN 엑스퍼트 내 상담 카테고리를 더욱 확대하고, 영상과 음성 상담 기능을 더하여 한층 편리한 지식공유 환경을 조성하였습니다.

2020년 2월 정식 오픈 이후, 2020년 말 기준 참여 인플루언서가 약 12,000명까지 늘어난 창작자 검색 서비스 인플루언서 검색의 경우, 네이버 포털 메인에 '인플루언서 검색'의 별도 탭을 신설하여 인플루언서들과 사용자들의 더욱 긴밀한 연결을 지원하였습니다. 앞으로도 이와 같은 기존 서비스를 새로운 기술과 트렌드에 발 맞춰 지속적으로 발전시키며 국내를 넘어 글로벌 시장에서도 새로운 사업기회를 발굴해 나갈 계획입니다.

커머스

많은 이용자와 다양한 SME, 브랜드들이 서로 연결되며 관계를 잘 형성할 수 있도록 커머스 생태계를 조성하고, 지속적인 성장동력을 마련하고 있습니다.

네이버 플러스 멤버십, 쇼핑라이브 등 새로운 서비스를 통해 판매자와 이용자 모두에게 만족을 제공하며 성장을 가속화하였습니다. 또한, COVID-19가 지속됨에 따라 온라인 쇼핑 수요와 판매자 수가 빠르게 증가하였고, 이는 네이버 스마트스토어, 브랜드스토어, 동네시장 장보기 플랫폼의 거래액 증가로 이어졌습니다. 이에 따라 2020년 커머스 매출액은 연중 가파른 상승세를 보였고, 전년 대비 37.6% 성장한 1조 897억 원의 매출을 달성하였습니다.

SME와 동반성장 지속

네이버는 누구나 쉽고 빠르게 온라인에서 사업을 시작하고 성장할 수 있도록 지원하는 프로젝트 꽃의 오프라인 거점인 '파트너스퀘어', 스마트스토어 판매자를 대상으로 판매 데이터를 제공하여 마케팅에 활용할 수 있도록 지원하는 '비즈어드바이저', AI 기반 상품 추천 시스템 '에이아이템즈(AITEMS)' 등 네이버의 기술과 서비스 역량을 활용해 SME들을 다방면으로 지원해 왔습니다. 그리고 이는 COVID-19 확산의 영향으로 비대면 소비가 증가하면서 온라인 창업과 SME의 디지털 전환이 급증한 2020년, SME와 네이버의 핵심 성장동력이 되었습니다. 2020년 1월, 월간 800만 명 내외로 소폭 성장세를 유지하던 스마트스토어 구매자 수는 3월 1,000만 명까지 확대되었고, 특히 20대와 40대 이상의 첫 구매자가 큰 폭으로 증가하였습니다. 2분기 신규 스마트스토어 개설 수는 3개월 평균 33,000 건에 달했고, 2020년 말 기준 스마트스토어 수는 41만 개를 기록했으며, 월 거래액 1억 원 이상의 판매자가 전년 대비 2배 이상 증가한 4,000개로 확대되었습니다. SME들의 성장은 이용자 혜택을 높인 네이버플러스 멤버십과 시너지를 내며 이용자 확대로 이어지고 있습니다. 2020년 스마트스토어 결제자 수는 2,000만 명을 돌파했고 인당 결제 횟수와 객단가가 각각 43%, 47% 성장하며 규모와 충성도가 모두 성장한 것으로 나타났습니다.

쇼핑 생태계 강화

2020년 네이버는 '네이버플러스 멤버십' 도입을 통한 이용자 혜택 강화, '네이버 쇼핑라이브' 런칭을 통한 판매자 지원 확대, CJ대한통운과의 전략적 제휴를 통한 물류 파트너십 구축 등을 통해 견고한 쇼핑 생태계를 조성해 나가고 있습니다. 2020년 3월, COVID-19로 인해 위기에 빠진 오프라인 판매자들에게 신개념 판매도구로 선보인 라이브커머스는 판매자들과 이용자들의 호응에 힘입어, 7월 네이버 쇼핑라이브로 공식 런칭되었습니다. 이후 판매자 수, 라이브 수, 쇼핑라이브 시청 수, 거래액 모두 가파른 성장세를 보이며 시장의 주도권을 빠르게 확보하고 있습니다. 네이버플러스 멤버십 또한 6월 출시 이후, 가입자 수와 가입자당 거래액이 꾸준히 성장하여 목표했던 연말 200만 가입자를 훌쩍 뛰어넘은 250만 명의 회원을 확보하며 빠르게 성장하고 있습니다. 네이버는 이렇게 커머스 생태계의 확장과 함께, 이용자와 판매자들의 관계가 더 깊게 발전될 수 있도록 지원을 강화하고, 국내에서의 성공 경험을 바탕으로 글로벌 시장에서의 도전을 이어 나가겠습니다.

핀테크

새로운 성장이 기대되는 핀테크 시장에서 앞선 기술과 상생의 철학을 기반으로 기존의 금융은 할 수 없는, 네이버만의 방식으로 탄탄한 성장을 이루겠습니다.

새로운 매출분류에 따라 핀테크 사업은페이 서비스 및 디지털 금융 관련 매출로 구성되어 있습니다. 이는 네이버가 핀테크 영역에서 사업을 확장하고 발전시켜 나가는 과정을 보다 명확하게 공유하기 위함입니다. 2020년 네이버페이 거래액은 꾸준히 상승하였고, SME들을 위한 핀테크 서비스가 본격화됨에 따라 네이버는 핀테크 부문에서 전년 대비 66.6% 증가한 6,775억 원의 매출을 달성하였습니다.

페이 서비스의 성장세 유지

2020년, 네이버의 간편결제서비스 '네이버페이' 거래액이 1분기 최초로 5조 원을 돌파한 데 이어, 2분기 6조 원을 넘어섰고, 4분기 7.8조 원을 기록하며 성장세를 이어 갔습니다. 연말 기준 활성 이용자 수는 전년 대비 29.8% 증가한 1,470만 명을 기록하였으며, 특히 50세 이상 세대의 이용 비중이 의미있게 증가하는 모습을 보였습니다. 온라인 쇼핑의 빠른 성장과 외부 결제처 확장을 위한 꾸준한 노력이 더해진 결과입니다. 4분기 중 KTX, KT, 롯데면세점, 나이키 등 다양한 분야의 메이저 브랜드가 네이버페이를 도입했고, 11월에는 비씨카드와 제휴를 통해 전국 오프라인 매장 7만 곳에서 QR코드를 활용해 네이버페이 포인트로 대금을 결제하는 서비스를 시작하면서 포인트 생태계 확장과 네이버페이 서비스 이용자의 편의성을 높이고 있습니다. 향후 쇼핑물, 식당, 금융기관 등 업종 별로 상위 결제처를 중심으로 제휴를 확대하는데 주력할 것이며, 이를 통해 결제 규모를 키우고, 쇼핑과 결제간 흐름의 연계를 강화하여 사업영역을 확장해 나갈 계획입니다.

SME를 위한 핀테크 본격화

2020년 네이버는 SME를 위한 핀테크를 본격화하며 기술과 데이터로 금융 소외 계층을 연결하여 사각지대를 줄이고, 우리 사회의 근간을 이루는 SME의 성장을 지원하였습니다. 네이버의 금융 자회사 네이버파이낸셜이 미래에셋캐피탈과 손잡고 2020년 12월 선보인 '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자대출'은 네이버파이낸셜이 개발한 대안신용평가시스템(ACSS: Alternative Credit Scoring System)에 기반합니다. ACSS는 기존의 신용평가회사가 가진 금융 데이터에 네이버가 AI 머신러닝, 빅데이터 기술로 분석한 스마트스토어 데이터를 더해 만든 신용평가 시스템입니다. 단순한 매출실적이나 금융이력뿐 아니라 매출의 안정적 성장, 단골고객 비중, 구매고객의 리뷰 등 폭넓고 깊이 있는 데이터를 기반으로 기존 금융이 지원하지 못했던 신파파일러(Thin Filer, 금융이력 부족자)를 지원하고 SME의 대출 문턱을 낮추고 있습니다. 이러한 자금 지원은 스마트스토어 SME, 나아가 네이버 쇼핑과 페이의 성장으로 이어질 것이며, 이를 통해 누적된 데이터가 다시 네이버의 경쟁력이 되는 선순환 구조를 이룰 것으로 기대합니다.

콘텐츠

다양한 분야 창작자들의 혁신적 아이디어, 새로운 콘텐츠를 네이버의 기술과 플랫폼으로 전 세계 이용자와 연결하며 글로벌을 무대로 함께 성장합니다.

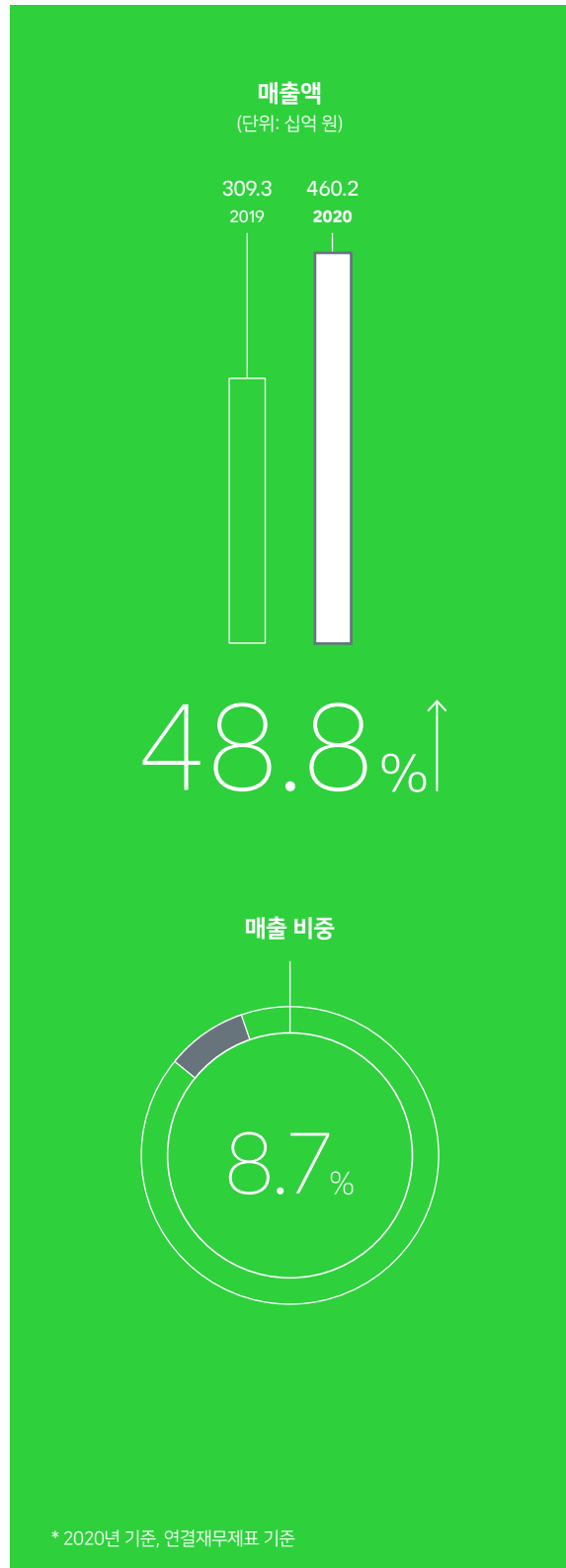
글로벌 창작자들이 제작한 흥미로운 콘텐츠를 공유하고, 일상생활에 즐거움을 제공하는 웹툰, 뮤직, V LIVE, 스노우 등의 콘텐츠 서비스는 첨단 기술의 적용과 글로벌 이용자의 확대에 힘입어 폭넓게 성장하고 있으며, 2020년에는 비대면 문화의 확산으로 성장세가 두드러졌습니다. 특히, 네이버웹툰의 연간 글로벌 거래액이 목표를 초과 달성한 8,200억 원을 기록하며 성장을 이끌었고, 그 결과 전년 대비 48.8% 증가한 4,602억 원의 매출을 기록하였습니다.

글로벌 웹툰 생태계 구축

네이버만의 우수한 기술을 바탕으로 차별화된 콘텐츠와 서비스를 제공함에 따라 네이버웹툰의 글로벌 사용자 수와 거래액이 크게 증가하고 있습니다. 2020년 네이버웹툰의 월간 순방문자 수(MAU)는 주력 시장인 미국에서의 꾸준한 성장, 신규 지역인 프랑스와 남미에서의 사용자 추가, 시장 규모가 가장 큰 일본에서의 연재형 서비스 확장에 따라 7,200만 명을 넘어섰습니다. 특히, 미국에서는 COVID-19 확산으로 오프라인 창작자들이 웹툰 창작자 발굴 프로그램인 '캔버스'에 대거 진입하면서 캔버스의 영어작품 수와 창작자가 모두 전년 대비 60% 이상 증가하였고, 이는 결제 전환율과 인당 결제금액의 상승으로 이어지며 거래액 성장을 견인하였습니다. 나아가 콘텐츠 영향력이 큰 미국에서 작품성을 인정받은 콘텐츠들이 유럽, 남미와 같은 신규 시장에서도 상위권을 유지하며 글로벌 확장의 원동력이 되고 있습니다. 이러한 효과를 극대화하기 위해 미국을 중심으로 웹툰 지배구조를 개편하고, 이를 기반으로 미국, 한국, 일본 플랫폼간 시너지를 강화함으로써 글로벌 시장에서 더 폭넓은 기회를 포착하여, 글로벌 콘텐츠 기업으로 한 단계 더 도약해 나갔습니다.

글로벌 엔터테인먼트 시장 공략

네이버가 국내 대표 엔터테인먼트사들과의 협력을 강화하며 새로운 비즈니스 모델을 만들어 나가는 동시에, 비대면 시대 국내외 소비자의 문화적 니즈 충족에 기여하고 있습니다. 2020년 8월, SM엔터테인먼트 계열사에 1,000억 원 규모의 투자를 진행하여 라이브 및 커뮤니티 플랫폼 기술을 지원하기로 하였고, 10월과 11월에는 증강현실(AR) 아바타 서비스인 Zepeto를 제공하는 네이버Z가 빅히트엔터테인먼트와 YG엔터테인먼트로부터 총 120억 원, JYP엔터테인먼트로부터 총 50억 원의 투자를 유치하였습니다. 향후 이러한 협업을 기반으로 엔터테인먼트 기업들의 K-POP 사업 노하우와 IP(지적 재산권)에 네이버의 기술을 더하여 엔터테인먼트 사업 밸류체인 전반에서 새로운 사업 기회를 확보할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.



클라우드

앞선 기술력과 방대한 데이터, 전문성과 경험을 기반으로 B2B 비즈니스에서 압도적인 경쟁력을 확보하여 기업고객과 회사의 성장을 견인하겠습니다.

COVID-19 확산에 따라, 사회의 다양한 분야에서 비대면 서비스가 빠르게 활성화되고 있으며, 이로 인해 클라우드, 네이버웍스, 클로바 등 네이버의 기업형 서비스의 매출이 꾸준한 증가세를 보였습니다. 일본의 라인웍스 또한 우수한 사용성과 보안 시스템을 갖춘 협업 솔루션으로서 주목받으며 꾸준히 성장을 이어간 결과, 클라우드 매출은 전년 대비 41.4% 늘어난 2,737억 원을 기록하였습니다.

B2B 영업 창구 일원화

B2B 사업을 추진함에 있어, 고객의 복잡한 니즈를 총체적으로 이해하고 입체적으로 대응하는 것은 매우 중요합니다. 이에 네이버는 B2B 사업에서의 경쟁력 강화를 위해 모든 기업형 기술과 서비스를 클라우드 기반으로 상품화하기로 결정하였으며, 이를 주도할 NBP(네이버 비즈니스 플랫폼)의 사명도 보다 직관적인 의미를 담아 '네이버클라우드'로 변경하였습니다. 향후 네이버의 다양한 서비스와 기술, 데이터, 노하우를 통합해 교육, 커머스, 게임 등 각 부문에 특화된 버티컬 솔루션을 구축해 나갈 것이며, 이는 네이버 고유의 차별화된 경쟁력이 될 것입니다. 네이버는 또한 정부의 디지털 뉴딜 데이터 댐 사업에 지난 20년간 축적한 데이터를 클라우드를 통해 공개할 계획을 밝혔습니다. 해당 데이터가 AI 연구와 여러 산업에 활용되어 한국의 4차 산업혁명의 마중물이 될 수 있을 것 기대합니다.

고객기반 및 시장 확대

COVID-19 사태의 장기화로 인한 영향은 근무·학습 환경까지 변화시키고 있습니다. 국내에서는 재택근무가 일상화되고 있으며, 사상 초유의 온라인 개학과 원격수업이 시행되었습니다. 네이버의 B2B 솔루션은 변화된 환경에서도 학업과 업무에 전념할 수 있도록 안정적이고 편리한 환경을 제공할 수 있기 때문에, 네이버는 이러한 강점을 통해 고객기반을 확대하고, 새로운 시장을 개척해 나가고 있습니다. COVID-19의 대규모 확산으로 인해 정상적인 개학이 불가능했던 2020년 3월, 한국교육학술정보원(KERIS)의 'e학습터'를 신속하게 클라우드 환경으로 구축 하였고, 수백만 학생들이 동시에 접속하는 상황에서도 안정적으로 원격수업이 진행될 수 있도록 지원하였습니다. 재택근무 등 디지털 전환을 추진하는 기업들을 대상으로 비즈니스 협업 툴 '네이버웍스'를 무상으로 지원하는 캠페인을 추진하였고, 스마트스토어 판매자들에게는 이를 무료로 제공하였습니다.

이러한 노력은 매출 증대와 함께 자연스러운 서비스 확산의 기반으로 이어졌습니다. 2020년 10월 세종시 스마트시티 사업에 이어 12월 부산 스마트시티 사업의 클라우드 메인 사업자로 선정되며, 국가적 차원에서 추진하는 인프라와 행정 서비스 혁신에 선제적으로 대응할 수 있는 입지를 다진 것이 대표적인 예입니다. 뿐만 아니라 한국교육학술정보원과 클라우드 공급에 대한 계약을 갱신했고, EBS와도 공급 계약을 새로이 체결하며 공공·교육 부문에서 주도권을 확보해 나가고 있습니다. 네이버 자회사 웨스모바일의 경우, 2020년 COVID-19 극복을 위해 업무용 메신저 무상지원, 중소상공인 대상 상품 개발 등 시장 변화에 빠르게 대처해왔고 일본, 중국, 유럽, 미국 등지에서 고객사 수를 10만 개 이상 확보하였습니다.

ESG

REVIEW

REFRAME THE WAY WE VALUE ESG



환경·사회·지배구조를 뜻하는 ESG(Environmental, Social, and Governance)의 중요성이 강조되면서 기업들의 ESG경영 또한 주목받고 있습니다. 네이버는 ESG가 기업의 가치를 평가하는 중요한 지표라는 점을 인식하고, 이를 체계적으로 관리하며, 역량을 키워가고 있습니다.



건전하고 투명한 지배구조는 지속가능한 성장의 기반이라는 확고한 신념 아래, 견제와 균형이 조화를 이루는 선진 기업지배구조를 기반으로 경제적·사회적·환경적으로 책임 있는 경영 활동을 확대하고 있습니다. 또한, 회사의 중요한 자산이자 네이버를 이용하는 수많은 사람들의 소중한 삶의 기록인 데이터를 안전하게 관리하여 기업의 지속가능한 성장동력을 확보하는 동시에, 다양한 이해관계자의 신뢰를 견고히 다져 나가고 있습니다.

네이버는 지속가능한 미래를 열어가는데 있어 네이버가 가장 잘 하는 곳에서 고민하고 자신 있는 방법으로 풀어내고자 합니다. 네이버의 서비스와 플랫폼은 어렵고 생소한 기술이 아닌 누구나 손쉽게 사용할 수 있는 도구가 될 수 있도록 노력합니다. 더 많은 개인이 성장해 더 넓은 세상에서 기회를 만들 수 있도록, 미래세대가 안전하게 데이터를 이용하고 깨끗한 자연환경을 누릴 수 있도록, 네이버의 기술 플랫폼은 진화하고 있습니다.

이처럼 네이버에게 있어 ESG는 기업의 가치를 높이는 중요한 요소이자 지속가능한 성장을 가능하게 하는 원동력입니다. 2020년에는 이사회와 최고 경영진의 ESG 리더십 아래, 전사 ESG 전략을 수립하며 ESG에 대한 의지를 분명히 하였습니다. ESG로 완성되는 지속가능한 미래. 네이버의 기술 플랫폼이 향하는 곳입니다.



보다 자세한 내용은
네이버 2020 ESG 보고서에서
확인 가능합니다



ESG

REFRAME THE WAY WE VALUE ESG

REVIEW



환경·사회·지배구조를 뜻하는 ESG(Environmental, Social, and Governance)의 중요성이 강조되면서 기업들의 ESG경영 또한 주목받고 있습니다. 네이버는 ESG가 기업의 가치를 평가하는 중요한 지표라는 점을 인식하고, 이를 체계적으로 관리하며, 역량을 키워가고 있습니다.



건전하고 투명한 지배구조는 지속가능한 성장의 기반이라는 확고한 신념 아래, 견제와 균형이 조화를 이루는 선진 기업지배구조를 기반으로 경제적·사회적·환경적으로 책임 있는 경영 활동을 확대하고 있습니다. 또한, 회사의 중요한 자산이자 네이버를 이용하는 수많은 사람들의 소중한 삶의 기록인 데이터를 안전하게 관리하여 기업의 지속가능한 성장동력을 확보하는 동시에, 다양한 이해관계자의 신뢰를 견고히 다져 나가고 있습니다.

네이버는 지속가능한 미래를 열어가는데 있어 네이버가 가장 잘 하는 곳에서 고민하고 자신 있는 방법으로 풀어내고자 합니다. 네이버의 서비스와 플랫폼은 어렵고 생소한 기술이 아닌 누구나 손쉽게 사용할 수 있는 도구가 될 수 있도록 노력합니다. 더 많은 개인이 성장해 더 넓은 세상에서 기회를 만들 수 있도록, 미래세대가 안전하게 데이터를 이용하고 깨끗한 자연환경을 누릴 수 있도록, 네이버의 기술 플랫폼은 진화하고 있습니다.

이처럼 네이버에게 있어 ESG는 기업의 가치를 높이는 중요한 요소이자 지속가능한 성장을 가능하게 하는 원동력입니다. 2020년에는 이사회와 최고 경영진의 ESG 리더십 아래, 전사 ESG 전략을 수립하며 ESG에 대한 의지를 분명히 하였습니다. ESG로 완성되는 지속가능한 미래. 네이버의 기술 플랫폼이 향하는 곳입니다.



보다 자세한 내용은
네이버 2020 ESG 보고서에서
확인 가능합니다



SUSTAINABILITY FRAMEWORK

네이버는 빠르게 변화하는 경영환경 속에서 지속가능한 성장을 이루기 위해 ESG 경영체계를 구축하고 이를 기반으로 장기적 기업가치 제고를 도모하고 있습니다.

네이버는 이용자, 구성원, 주주, 파트너, 지역사회 등 다양한 이해관계자들과 함께 지속가능한 가치를 창출하는데 주력합니다. 2020년에는 이사회와 최고 경영진의 ESG 리더십을 바탕으로 ESG위원회와 전담조직을 신설하고 중장기 ESG 추진 방향을 정립함으로써 보다 체계적인 ESG경영 추진을 위한 기반을 마련하였습니다.

ESG 추진 전략

네이버는 ESG(환경, 사회, 거버넌스) 관점에서 기업가치를 높이는 방안을 모색하고 있습니다. 이를 위해 2020년 국내·외 핵심 투자자 그룹, ESG 전문가 그룹, 주요 비즈니스 파트너 등 외부 이해관계자들을 대상으로 회사가 장기적으로 중요하게 관리해야 할 ESG 이슈와 대응 방향에 대한 논의를 진행하였으며, 모든 유관부서와 경영진, 이사회 의 의견을 모았습니다. 이를 바탕으로 이해관계자 관심도가 높고 네이버가 중장기적으로 추진해야 하는 핵심 영역을 중심으로 ESG 기반 기업가치 제고 전략을 수립하며 ESG 추진 방향을 체계화하였습니다. 향후 2020년 첫 선을 보인 ‘ESG 보고서’를 지속적으로 발간함으로써 회사의 기업가치에 중대한 영향을 미치는 ESG 이슈에 대한 정보를 투명하고 성실하게 공개해 나갈 계획입니다.

ESG 조직

이사회 산하ESG위원회 2020년 10월, CEO와 외부독립이사3인으로 구성된 ESG위원회를 신설하였습니다. 환경, 사회 이슈 관련 의사결정을 진행하던 기존 투명성위원회의 기능을 확대한 ESG위원회는 전사 ESG 리스크 관리와 비즈니스 기회 확대를 추진하는 최고 협의체입니다. 2020년에는 네이버의 중장기 기후변화 대응 방향성 수립과 2040 Carbon Negative 목표 설정에 대해 검토하고 의결하였으며, 2021년부터는 매 분기 개최되어 네이버의 ESG 전략 방향을 검토하고 주요 과제를 승인하며, 실행 관리와 감독을 수행할 예정입니다. 2021년 1분기 개최된 ESG위원회에서는 2021년 수립한 ESG 개선과제와 추진 현황을 검토하고, ESG 정보공개 확대를 위해 2020년 연차보고서 및 ESG보고서 발간 내역을 리뷰하였습니다.

ESG 전담조직 2020년 12월, 글로벌 선도기업 수준의 ESG경영 추진을 위해 CFO 조직 산하에 ESG 전담조직을 신설하였습니다. ESG 전담조직은 전사 유관부서에서 추진하는 개별 ESG 추진과제를 관리하고, 외부 이해관계자 요구사항에 기반한 가이드언스를 제시하며, 과제 추진 현황을 기반으로 연 4회 이사회 내 ESG위원회에 안건을 상정하는 역할을 수행합니다. 2021년 2월, CFO 산하에 환경 전담조직을 신설하여 국내·외 환경 규제 강화 움직임에 선제적으로 대응할 수 있는 방안을 마련하고 있으며, ‘2040 Carbon Negative¹⁾의 성공적 이행을 위한 전략 체계와 효과적인 환경경영시스템 도입을 추진 중에 있습니다.

¹⁾ 2020년 새롭게 수립된 네이버의 친환경 전략. 2040년까지 네이버가 사업을 영위함에 있어 배출하는 온실가스보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만든다는 것을 목표로 함

ESG 기반 기업가치 제고 전략

MAXIMIZING BUSINESS VALUE	친환경 이커머스생태계 조성	인적자본 경쟁력 강화	파트너 성장지원 확대	지배구조 투명성 유지 및 선진화
	• 친환경 포장재 투자 지속 확대 • 친환경 상품 Branding 확산 • 파트너 참여 유도	• 임직원 몰입도/만족도 향상을 위한 투자 확대 • 임직원 교육체계 강화 • 전 임직원 대상 스톡옵션 부여	• 파트너스퀘어를 통한 사회적 가치 창출 확대 • 동반성장을 위한 상생펀드 확대	• 투명하고 예측 가능한 주주환원 정책 수립 및 제시 • 최고 수준의 지배구조 투명성 유지
MINIMIZING OPERATIONAL RISK	2040 Carbon Negative 달성	정보보호·사이버 보안 Risk 최소화	공정거래, 윤리경영 관리 강화	
	• 데이터센터 에너지 효율 유지 및 개선 • 재생에너지 사용 확대 • 친환경 사업 발굴 및 탄소저감 솔루션 투자 확대	• 사내·외 전문가와 최고경영진 주도의 정보보안 관리체계 운영 • 정보보호 및 사이버보안 Risk 관리 솔루션 지속 고도화	• 반부패 리스크 관리체계 및 정보공시 고도화 • 윤리경영/컴플라이언스 리스크 발생 건수 지속 경감 및 관련 조치 강화	

경영진

깊이 있는 전문성과 수준 높은 비즈니스 윤리를 겸비한 네이버 경영진은 회사 운영에 중추적 역할을 수행함으로써 회사의 가치는 물론, 주주를 비롯한 다양한 이해관계자의 가치 증진에 노력하고 있습니다.

한성숙	• 네이버 대표이사 • 2007년 네이버 입사	주요 이력 • 애플 검색사업 본부 • 네이버 서비스 총괄 • (現) 네이버 대표이사
최인혁	• 네이버 COO(Chief Operating Officer) • 2000년 네이버 입사	주요 이력 • 삼성SDS • 네이버 비즈니스위원회 총괄 • (現) 네이버 COO/경영리더 • (現) 네이버파이낸셜 대표
박상진	• 네이버 CFO(Chief Financial Officer) • 1999년 네이버 입사	주요 이력 • 삼성SDS • 네이버 재무기획실 실장 • (現) 네이버 CFO
채선주	• 네이버 CCO(Chief Communication & Culture Officer) • 2000년 네이버 입사	주요 이력 • 대우자동차 • 네이버 커뮤니케이션 총괄 • (現) 네이버 CCO
이해진	• 네이버 창업자, GIO(Global Investment Officer) • 1999년 네이버 창립	주요 이력 • 삼성SDS • 네이버 이사회 의장 • (現) 네이버 GIO

* 2020년 12월 말 기준

기업지배구조

건전한 기업지배구조는 기업의 지속가능한 성장을 위한 토대입니다. 네이버는 주주 및 기업 가치 증진, 구성원 권리, 파트너 동반성장에 주목하며 지배구조 선진화를 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.



주주 가치

주주권익 보호 네이버는 주주가 충분한 정보를 바탕으로 권리를 행사할 수 있도록 주주총회 최소 3주 전에 소집을 결의하고, 2주 전까지 서면 또는 전자문서로 통지 및 공고합니다. 주주에게 의결권 대리행사를 적극 권유하고 있으며, 서면 위임장으로 의결권을 행사할 수 있도록 하여 주주가 용이하게 의결권을 행사할 수 있도록 지원합니다.

주주 편의 제고를 위한 노력의 일환으로 2021년 전자투표 제도를 도입하였으며, 기업지배구조 모범규준에서 제시하는 '주주총회 4주 전 통지'를 준수하기 위해 결산일정 단축 등을 검토하고 있습니다. 또한 네이버는 해외 종속회사들의 연결 결산일정 등에 따라 원활하게 주주총회를 운영하기 위해 불가피하게 주주총회 집중일에 정기 주주총회를 개최해 왔으나, 올해에는 주주 편의를 위해 주주총회 분산 개최를 실시할 예정입니다.

주주환원 정책 네이버는 주주환원 규모의 예측 가능성과 투명성을 높이기 위해 2019년부터 2021년까지 3개년 간의 주주환원 정책을 수립하여 공시하였으며, 주주환원 정책의 일환으로 매해 현금배당 및 자사주매입을 실시하고 있습니다. 또한, 주주환원의 재원은 경영환경 변화로 인한 변동폭을 완화하여 환원 규모를 안정적으로 유지하기 위해 최근 2개년 평균 연결 잉여현금흐름의 30%로 설정하였습니다¹⁾. 배당성향은 별도 당기순이익의 5%로 유지하되, 배당 후 남는 잔여 재원을 한도로 자사주를 취득한 이후 즉시 소각하는 것으로 변경하였으며, 이를 통해 직접적인 환원 효과를 확대한 바 있습니다.

위와 같은 주주환원 정책과는 별개로, 2020년 네이버는 배당 후 잔여 재원으로 신규 취득한 자사주 8만 3,000주와 함께, 기보유 자사주 46만 7,000주에 대한 특별 소각을 결정하여, 총 55만 주를 소각하였으며, 이에 따라 주당 376원의 현금배당과 더불어 총 1,529억 원 상당의 주주환원이 이루어졌습니다. 네이버는 최근 3년간 차등배당, 분기배당 또는 중간배당을 실시한 내역은 없으나, 연간 단위로 적절한 수준의 주주환원이 이루어질 수 있도록 배당을 포함한 주주환원 정책을 지속적으로 점검해 나갈 예정입니다.

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

이사회

지배구조 정책 네이버는 대표이사와 이사회 의장을 분리한 전문경영인 체제 아래, 건전한 지배구조를 구축하였습니다. 외부독립이사의 비중을 높여 독립성과 투명성을 확보함은 물론, 전문성과 다양성을 겸비한 외부독립이사 중심의 이사회를 운영하고 있으며, 이사회 관련 규정, 구성의 변동사항, 연간 이사회 활동 내역 등 지배구조 관련 정보를 회사 홈페이지, 금융감독원 전자공시 시스템, 기업지배구조보고서 등을 통해 투명하고 성실하게 공개하고 있습니다.

이사회 구성 대한민국 상법에 따라 자산총액 2조 원 이상의 상장법인은 총 이사수의 과반수를 사외이사로 선임하여야 합니다. 이에 따라 네이버는 지난 2012년부터 이사회의 과반수를 사외이사후보추천위원회의 검토를 거친 사외이사로 구성하여 견제와 균형의 역할을 수행하고 있습니다. 2020년 말 기준, 총 7인의 이사회 구성원 중 4인이 사외이사로 과반수 요건을 충족합니다.

이사회 구성 현황

직명	성명 (성별)	출생년월	전문 분야	주요 경력		임기
외부독립이사 (이사회 의장)	변대규 (남)	1960.03	사업	- 서울대학교 제어계측공학 박사 - 휴맥스 대표이사 사장 - SK텔레콤 사외이사 - 포스코 사외이사	- 한국공학한림원 부회장 (現) 휴맥스홀딩스 대표이사 (現) 휴맥스 이사회 의장	2017.03~2023.03 (1회 연임)
외부독립이사	정의종 (남)	1963.08	법률	- 서울대학교 법과대학 석사 - 컬럼비아대 로스쿨 법학 LL.M. - 기획재정부 경제정책자문위원회 위원	- 금융감독원 금융분쟁조정위원 (現) 법무법인(유한) 태평양 감사 (現) 법무법인(유한) 태평양 변호사	2013.03~2022.03 (2회 연임)
	홍준표 (남)	1967.12	사업	- USC 의료경영학 석사 - 연세대학교 의과대학 박사	(現) 울산대 교수 (現) 서울아산병원 성형외과전문의	2013.03~2021.03 (2회 연임, 2021년 3월 주주총회에서 사임 예정)
	이인무 (남)	1966.06	투자재무	- Univ. of Illinois at Urbana-Champaign 재무학 박사 - 고려대학교 경영대학, 싱가포르 국립대 경영대학 부교수 - Dimensional Fund Advisors 연구부문 부사장	- 한국은행 외화자산운용원 자문위원회 위원 (現) 국민연금 위험관리위원회 위원 (現) KAIST 경영대학 교수 및 학장	2018.03~2021.03
	정도진 (남)	1969.01	회계감사	- 켄터키대 회계학 박사 - 기획재정부 공기업 준정부기관 경영평가위원 - 금융감독원 감리위원회 감리위원	(現) 국제공공부문회계기준위원회 (IPSASB) 위원 (現) 중앙대 경영대학(회계) 교수	2019.03~2022.03
대표이사 (CEO)	한성숙 (여)	1967.06	사업	- 숙명여자대학교 영어영문학 - 민컴 - 나눔기술 - PC라인	- 엠파스 검색사업 본부 - 네이버 서비스총괄 (現) 네이버 대표이사	2017.03~2023.03 (1회 연임)
사내이사 (COO)	최인혁 (남)	1971.11	기술	- 서울대학교 제어계측공학 석사 - 삼성SDS - 네이버 비즈니스위원회 총괄	(現) 네이버 COO/경영리더 (現) 네이버파이낸셜 대표	2018.03~2021.03

* 2020년 12월 말 기준
** 재선임되는 후보의 경우, 사업보고서 정기 공시를 통해 선임 배경과 이사회 및 위원회 활동내역을 상세히 공개하여 주주들에게 관련 정보를 충실하게 제공하고 있습니다.
*** 외부독립이사는 사외이사와 기타 비상무이사를 포함

이사회 활동 네이버는 정관 및 이사회 운영규정 지침에 따라 매달 1회 정기이사회를 개최하고 있으며, 필요 시 수시로 임시 이사회를 개최하여 경영상의 주요 사항을 결의하고 경영진의 직무집행을 관리·감독하고 있습니다. 이사회 산하 위원회는 결의사항을 이사에게 통지해야 하며, 통지를 받은 이사는 결의사항에 이의가 있거나 잘못된 결정이라고 판단되는 사항에 대해서 이사회 의장에게 이사회 소집을 요구할 수 있습니다. 이 경우, 이사회 의장은 소집요구에 응하여야 하며, 이사회는 감사위원회를 제외한 위원회의 결의사항에 대하여 재결의 할 수 있습니다. 2020년 네이버 이사회는 정기 이사회 12회와 임시 이사회 2회를 포함하여 총 14회 개최되었으며, 36건의 결의 안건과 23건의 보고 안건을 의결하였습니다.

외부감사인 제도 네이버는 주권상장법인으로서 신뢰할 수 있는 회계정보의 작성과 공시에 만전을 기하기 위해 경영진, 지배주주 등으로부터 독립적인 입장에서 공정하게 감사업무를 수행하는 외부감사인을 선정하여 재무제표와 부속명세서 등에 대한 감사를 진행하고 있습니다. 2015년 사업연도부터 2020년 사업연도까지 삼일회계법인이 외부감사인으로 선정되었으며, 제22기(2020년) 사업연도의 감사 의견은 '적정'으로 기타 지적 사항은 없었습니다.

외부감사인은 회사의 이사 직무수행에 관한 부정행위 또는 법령이나 정관에 위반되는 중요한 사실 및 회사가 회계처리 기준을 위반한 사실을 인지하는 경우, 감사위원회에 직접 보고합니다. 외부감사인으로부터 상기의 위반 사실을 통보받은 경우, 감사위원회는 회사의 비용으로 외부 전문가를 선임하여 위반사실 등을 조사하고 그 결과에 따라 회사 대표이사에게 시정 조치를 요구합니다.

이사회 내 위원회 구성 현황

● 위원장 ○ 위원							
위원회	기능	변대규	정의중	홍준표	이인무	정도진	한성숙
감사위원회	• 이사 및 경영진 업무 감독 • 외부감사인 선정에 대한 승인 • 그 밖에 감사업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항		○	○	○	●	
사외이사후보 추천위원회	• 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		●		○	○	
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 진행 • 기후변화 대응 등 주요 ESG 리스크 관리 • 사회공헌 안건 심의	○	○		●		○

* 2020년 12월 말 기준

2020년 이사회 운영 성과

이사회 개최 횟수	결의 및 보고 안건 수	사외이사 평균 참석율
14회	59건	100%

윤리경영

네이버는 투명하고 신뢰받는 기업으로서 법과 제도의 영역을 넘어 윤리적 책임을 다함으로써 네이버와 함께 하는 다양한 이해관계자의 가치를 제고하기 위해 노력합니다.

윤리경영 규범 및 정책

네이버는 회사 홈페이지를 통해 CEO의 윤리경영 실천 의지를 명시하고 있으며, 약속한 바에 따라 구성원 모두가 각자의 자리에서 기업윤리를 준수합니다. 또한, 기업윤리규범(Integrity Code)을 제정하여 체계적으로 관리하고 있으며, 네이버 가치사슬 안에 있는 여러 이해관계자를 보호하기 위한 제도를 마련하여 시행하고 있습니다. 네이버 서비스의 공정한 이용을 위해 검색광고 운영정책 등을 게시하여 광고주와 이용자를 보호하고, 파트너와의 계약 시에 윤리실천 협약서를 체결하여 경영활동의 동반자로서 투명하고 공정한 거래와 상호협력을 통한 동반성장을 추구하고 있습니다.

윤리경영 활동

윤리경영 내재화 네이버는 윤리경영이 회사의 기업문화로 내재화될 수 있도록 다각도의 노력을 펼치고 있습니다. 매해 전 임직원이 기업윤리규범을 이해하고 준수할 것임을 서약하고 있으며, 신규 입사자를 대상으로 기업윤리에 대한 의무교육을 실시하고 있습니다. 아울러, 리더 직책을 대상으로 매해 워크숍을 통해 별도의 윤리교육을 실시하고, 정기적으로 구성원들로부터 평가를 받아 잠재적인 문제와 이슈를 모니터링합니다.



기업윤리 상담센터

셀프 체크 모니터링 네이버는 부정 위험을 사전에 예방하고, 사후에 탐지할 수 있는 체계를 갖추고 있습니다. 'Self-Check System'을 통해 임직원이 알아서 스스로 조심하는 문화를 조성하여 심각한 부정으로 이어지지 않도록 하는 부정 위험 사전 예방 시스템을 운영하고 있습니다. 상시 모니터링으로 운영되는 Self-Check System은 개인, 경영지원, 비즈니스, 기술에 걸쳐 비경상적인 활동을 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 임직원에게 메일링 하여 소명 기회를 제공하고 필요 시 조치하도록 합니다. 또한 모니터링 시나리오 개선을 통해 모니터링의 유효성을 높이고, 적용 범위를 확대하여 시스템적인 부정 리스크 대응 체계를 더욱 고도화하고 있습니다. 아울러, 네이버 및 계열회사 전직원을 대상으로 윤리의식 설문조사를 실시하여 주기적으로 윤리 수준을 점검하고 윤리규정 관련 감사를 진행하고 있으며, 입찰에서 탈락한 회사를 포함한 전체 파트너사를 대상으로 설문조사를 실시하는 등 회사 안팎에서 발생하는 불합리한 상황을 탐지하기 위해 노력하고 있습니다.

기업윤리 상담/신고 네이버는 임직원의 불공정한 업무처리, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 협력업체에 대한 경영간섭, 대금지급 관련 불만, 비공개 정보의 유출, 기타 부정 및 비리 행위 등에 대하여 임직원 뿐만 아니라 제3자도 상담과 신고를 할 수 있는 기업윤리상담센터를 운영하고 있습니다. 기업윤리상담센터는 네이버 홈페이지를 통해 국영문으로 자유롭게 접근이 가능하며 가명 및 익명 모두 제보가 가능합니다. 이외에도 이메일, 우편을 통해 제보할 수 있으며, 누구나 안심하고 상담 및 신고할 수 있도록 상담자보호 프로그램을 운영하고 있습니다. 상담자보호 프로그램을 통해 '상담자 신분 보호 및 상담내용 비밀보장', '상담자에 대한 불이익 및 차별금지', '상담자에 대한 보상 및 면책' 등을 명시하고 있습니다. 2020년에는 총 21건의 제보가 있었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리를 완료하였습니다.

내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형

(단위: 건)			
구분	2018	2019	2020
합계	13	9	12
감봉	2	4	2
면책	0	0	0
해임	0	0	0
기타 징계	11	5	10

리스크 관리

변화와 불확실성이 일상이 된 시대, 네이버는 경제적·사회적·환경적 차원의 리스크를 다각도로 분석하고 선제적으로 대응함으로써 위기를 기회로 전환하고 조직의 회복 역량을 강화하고 있습니다.

리스크 관리체계 강화

네이버는 2019년 TF 활동을 통해 전사적 차원에서 리스크 관리 체계를 고도화 하였습니다. 조직 전체 리스크 유형을 식별하고 관리 범주와 리스크 관리 방법을 점검하였으며, 네이버가 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단, 관리할 수 있는 프레임워크를 설계하고 프로세스 별로 사후 통제 및 개선 계획을 도출하였습니다. 서비스 지속성 위원회 산하로 설치된 리스크관리워킹그룹 및 전담 지원 조직을 통해 전사 리스크 이슈를 관리하고 있습니다. 특히, 정례회의체를 기반으로 ERM (Enterprise Risk Management: 전사적 리스크 관리) 이슈를 각 리스크 조직과 공유하고 리스크에 대한 효과적인 개선, 관리 방안을 선제적으로 도출합니다.

2020년에는 이사회 차원의 리스크 관리 역할과 기능을 재정립하여 기존 투명성위원회의 역할을 리스크관리위원회로 확대 개편하였으며, 리스크 관리조직을 통해 전사 통합적 리스크 관리에 대한 기본 방침 및 전략을 수립하고 관리하는 기능을 수행하도록 하고 있습니다.

정보보호

데이터는 기업의 경쟁력인 동시에 안전하게 관리되어야 하는 자산입니다. 네이버는 기술력을 기반으로, 책임감을 가지고 글로벌 수준의 이용자 프라이버시 보호를 약속합니다.

정보보호 추진 체계

네이버는 정보보호 규정 체계를 구축하고, 전사 공통, 서비스 단계 별, 글로벌 진출, 보안/인프라 등의 영역으로 구분하여 네이버와 네이버 관계사의 정보보호 관리체계에 통일성을 기하고 있습니다. 또한, 국내외 개인정보 및 프라이버시 보호에 대한 법규 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 적용 범위를 확장하고 있습니다. 나이가 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 서비스의 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증받고 있으며, 내부 취약점 진단, 장애 관리, 모의 해킹 진행 등을 통해 365일 24시간 보안을 원칙으로 삼고 있습니다. 네이버는 2020년 개정된 정보통신망법²⁾을 준수하고 전문성과 책임성을 강화하기 위해 정보보호 조직을 정보보호최고책임자(CISO)와 개인정보보호 책임자(CPO)로 분리하여 운영하고 있습니다. 또한, CEO를 의장으로 CCO, COO 등 주요 최고 경영진이 참여하는 프라이버시위원회를 운영하며 전사적 차원에서 관련 리스크를 관리하고, 회사에 중대한 영향이 있는 사안에 대해서는 이사회에 CISO, CPO가 참여하여 사안에 대해 보고하여 조연을 구하고 있습니다.

²⁾ 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제45조의 3 (정보보호 최고책임자의 지정 등)

통합적 리스크 대응

경영환경을 둘러싼 다양한 리스크는 기업의 생존과 성장을 위협하기도 하지만, 새로운 비즈니스와 가치 창출의 기회가 되기도 합니다. 2020년 네이버는 회사의 주요 리스크를 신중(Emerging), 전략(Strategic), 운영(Operational), 규제(Regulatory), 재무(Financial) 등의 유형으로 구분하고, 각 리스크 유형 별로 회사에 미치는 잠재적 영향에 대해 긍정적 측면과 부정적 측면을 파악하여 체계적이고 선제적으로 대응, 관리하고 있습니다¹⁾. 네이버는 앞으로도 내/외부 환경변화를 고려한 리스크 및 이에 대한 관리방안을 지속 도출함으로써 회사 경영 전반에 지속가능성을 내재화하기 위한 노력을 이어가는 한편, 통합적 관점과 접근으로 리스크를 관리해 나갈 계획입니다.

¹⁾ 주요 리스크 별 관리 및 대응에 대한 보다 자세한 정보는 네이버 2020 ESG 보고서 45-46 페이지를 참조 바랍니다.

개인정보보호 활동 공개 대한민국의 대표 ICT 기업으로서 이용자 개인정보 및 프라이버시 보호에 관한 좋은 선례를 만들기 위한 노력의 일환으로 2013년 국내 최초로 프라이버시 센터를 오픈하여 네이버 서비스 전반에 적용되는 개인정보보호 원칙과 각 서비스 운영 정책을 외부에 투명하게 공개하고 있습니다. 또한, 연 2회 투명성보고서를 발간하여 관계 법령에 의해 수사기관에 제공된 개인정보의 통계를 정기적으로 공개하며, 연간 개인정보보호를 위해 수행할 활동을 보고서 형식으로 공개하는 개인정보보호 리포트와 프라이버시 이슈를 선제적으로 연구하여 그 결과를 담아낸 프라이버시 백서를 매해 정기적으로 발간합니다. 이 외에도 SNS 채널, 네이버 프라이버시TV 등을 통해 이용자와의 소통을 확대해 나가고 있습니다.

정보 접근성 보장 네이버는 모든 사람들에게 안전하고 편리한 서비스를 제공하는 것을 목표로 정보 접근성 확장에 주력하고 있습니다. 특히, 모든 이용자가 특정 환경이나 신체적 장애에 상관없이 네이버의 서비스나 플랫폼을 통해 제공되는 정보에 동등하게 접근하고 이용할 수 있도록 인식의 용이성, 운용의 용이성, 이해의 용이성, 견고성을 핵심 원칙으로 정보 접근성 보장을 위해 노력합니다.

정보보호 문화 조성

임직원 정보보호 교육 네이버는 사내 규정에 근거하여 매년 전사 임직원을 대상으로 한 정보보호 교육을 진행하고 있습니다. 또한 임직원들의 개인정보보호 인식 수준 향상을 위해 기본부터 심화 교육까지 필요한 교육을 선택하여 수강할 수 있도록 매년 다양한 주제의 강의를 개설하여 운영하고 있습니다. 2020년에는 비대면 흐름에 맞춰 사내 인트라넷을 이용하여 온라인 라이브로 교육을 진행하였으며, 데이터 3법 개정 배경과 주요 개정 내용, 개인정보보호법의 주요 개정 내용 및 영향을 집중적으로 다뤘습니다.

보안 위협 요소의 효율적이고 투명한 관리 서비스 보안에 있어서도 Security by Design과 Usable Security 원칙을 서비스 전 영역에 적용하고자 노력하고 있습니다. 서비스 기획, 디자인에서의 보안 리뷰 절차를 마련하고 개발 완료 시점에서의 보안 검수 절차뿐만 아니라 개발 중인 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안리뷰가 가능한 DevSecOps를 구축하여 운영하고 있습니다. 아울러, 미처 파악하지 못한 보안 버그를 외부 분석가의 도움을 받아 사고 발생 이전에 보안 버그를 확인하고 대처할 수 있는 보안 버그바운티(Reward: <https://bugbounty.naver.com/ko/>) 프로그램을 자체적으로 운영해 오고 있으며, 이는 국내 기업 중 가장 모범적인 케이스로 평가받고 있습니다. 또한, 2018년부터 SW보안 취약점에 대한 국제표준 관리 번호인 CVE(Common Vulnerabilities and Exposures) 번호를 발급할 수 있는 권한 기관인 CNA(CVE Numbering Authority)로 등록돼 보안 취약점을 체계적으로 관리하고 신속하게 대응하고자 노력하고 있습니다.

이용자 프라이버시 강화 보상제도 네이버는 이용자 개인정보 및 프라이버시 보호 수준 강화를 위하여 국내 기업 최초로 2016년 프라이버시 강화 보상 제도(PER)¹⁾를 도입했습니다. 2020년에는 총 90건의 의견이 접수되었으며, 그 중 37건이 서비스에 반영되거나 개선책으로 이어지면서 총 628만원 상당의 네이버 페이 포인트가 지급되었습니다. 보다 자세한 사항은 NAVER 개인정보보호 공식 블로그에서 확인 가능합니다.²⁾



네이버 프라이버시센터

¹⁾ 프라이버시 강화 보상 제도(PER: Privacy Enhancement Reward: 이용자에게 프라이버시 관련 의견을 수렴하고 사례금을 보상하는 제도)

²⁾ 2020년 PER 제도 운영결과 인포그래픽 공개: https://blog.naver.com/n_privacy/222219030782

보안 개선사항

	구분	2017	2018	2019	2020
보안 개선사항 발견 수	건	1,006	1,128	1,344	1,158
완화비율	%	100	99.82 (미조치 2)	95.38 (미조치 62)	88.25 (미조치 136)
완화 - 기간 이내 조치	건	742	728	744	694
완화 - 기간 이후 조치	건	233	370	513	293
완화 - 기간 미산정	건	31	28	25	35

버그바운티

	구분	2017	2018	2019	2020
보고된 버그 수	개	166	208	533	314
제보자 수	명	18	31	129	154
포상 금액	만 원	4,220	4,425	11,900	8,089

CVE 명명 건 수

	2017	2018	2019	2020
CVE(Common Vulnerabilities and Exposures) 명명 건 수	1	4	2	3

프로젝트 꽃

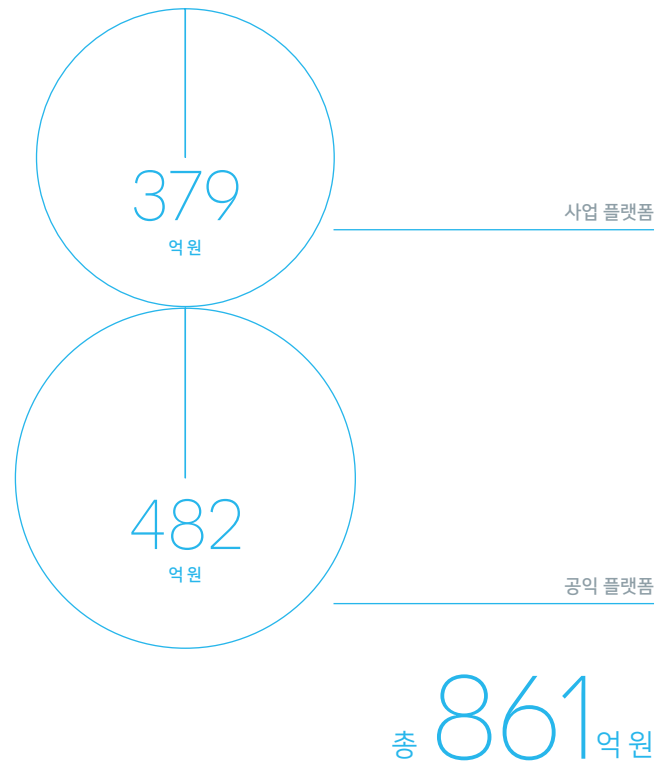
SME의 디지털 전환, 창작자 지원과 문화 콘텐츠 활성화, 미래세대의 디지털 활용능력 향상 등 네이버는 회사의 역량을 활용하여 네이버만의 소셜 임팩트를 창출하고 있습니다.



네이버 분수펀드

네이버 프로젝트 꽃은 네이버의 플랫폼을 통해 연결되는 SME와 창작자의 가치를 발견하고 지속가능한 성공을 응원하는 네이버의 핵심 캠페인입니다. 캠페인 런칭 다음 해인 2017년, 네이버는 프로젝트 꽃을 활성화하고 네이버의 소셜 임팩트를 체계적으로 관리하기 위해 '네이버 분수펀드'를 조성하였습니다. 2020년은 COVID-19로 인해 전반적으로 어려운 여건이었지만, 네이버는 전년 대비 172억 원 늘어난 861억 원 규모의 분수펀드를 조성하여 공익단체에 기부하였고, COVID-19 상황에서 어려움을 겪고 있는 SME와 창작자의 디지털 전환을 지원하였습니다. COVID-19의 영향이 계속되고 있는 상황 속에서 SME와 창작자의 회복탄력성을 강화하고, 네이버 플랫폼과 기술을 통해 다양한 분수효과를 만들어낼 수 있도록 성장의 토양을 제공하였습니다.

네이버 분수펀드 규모



* 2020년 12월 말 기준

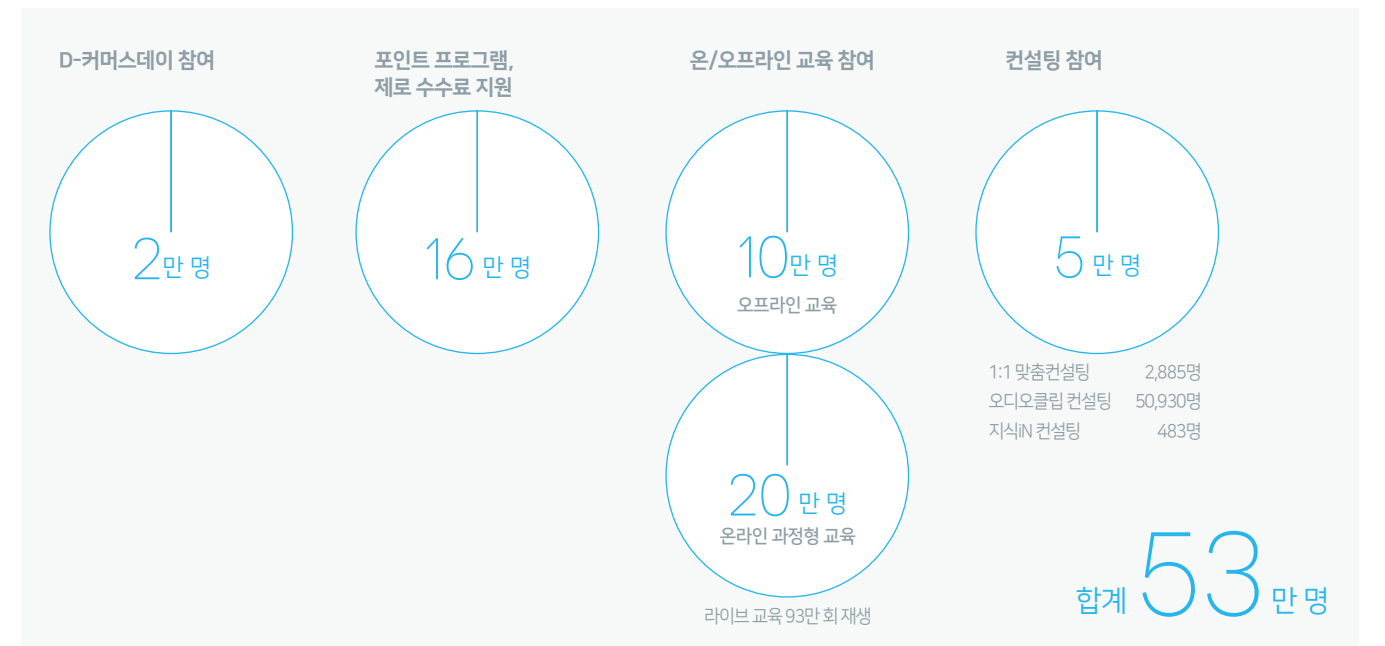
D-commerce

스마트스토어 네이버는 스마트스토어를 통해 기존에 쇼핑몰이 없던 사업자나 사업 경험이 없는 개인도 쉽게 쇼핑몰 사업을 운영할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2020년에는 특히, COVID-19로 인해 어려움을 겪는 SME를 대상으로 수수료와 마케팅 부담을 덜어주고, 디지털 전환을 도움으로써 고객과 시장 확장에 도움을 주었습니다. 2020년 연간 스마트스토어 거래액은 전년 대비 약 68% 성장했으며, 특히 월 거래액 1억 원 이상의 스토어는 4,000개 이상으로 작년 대비 2배 이상 증가세를 보였습니다.

네이버 파트너스퀘어 네이버 파트너스퀘어는 SME와 창작자의 온라인 진출을 돕는 오프라인 성장 거점입니다. 2013년 파트너스퀘어 역삼을 시작으로 부산, 광주 등 6개를 추가로 개관하며 52만 명의 SME와 창작자를 만났습니다. 2020년에는 COVID-19의 확산으로 어려움과 불편을 겪고 있는 소상공인들을 위해 온라인 라이브 교육과 콘텐츠를 강화하여 네이버TV의 '파트너스퀘어TV' 채널을 통해 300여건에 달하는 온라인 교육을 진행하였고, 해당 콘텐츠는 210만 회가 넘는 재생 수를 기록할 만큼 큰 호응을 얻었습니다.

D-커머스 프로그램 D-커머스 프로그램은 데이터를 기반으로 사업자의 단계 별 성장을 돕는 창업 및 성장 지원 프로그램으로서, SME의 성공과 그 성공을 통한 분수 효과를 앞당기는 것을 목표로 합니다. 2018년 런칭 이후, D-커머스 프로그램에 참여하여 수수료 지원, 컨설팅, 온/오프라인 교육 등 직접적인 지원을 받은 사업자는 53만 명에 이릅니다. 특히, '스타트제로수수료', '성장포인트', '퀵에스크로' 등 SME 사업성장 단계 별 스케일업을 위한 자금지원 프로그램을 운영하며, SME의 견실한 성장과 그 성장이 가져올 분수 효과를 앞당기기 위해 노력하고 있습니다.

D-커머스 프로그램 성과



* 2018년 런칭 이후, 2020년 12월 말 기준 누적 성과

네이버문화재단

네이버문화재단은 네이버의 플랫폼을 통해 문화예술 창작자를 지원하고 문화 콘텐츠를 활성화하는 것을 목적으로 2010년 설립된 비영리 공익재단입니다. 대표적인 활동으로는 2010년 런칭한 국내 유일의 언더그라운드 음악 기록이자 K-Music 지원사업인 '온스테이지', 한국의 지성을 대표하는 석학들이 주도하는 인문학 강연 프로젝트로서 2014년부터 매년 삶의 여러 문제들을 검토하며 지적 담론의 장으로 주목받아온 '열린연단: 문화의 안과 밖', 2008년부터 추진하고 있는 한글사랑 캠페인 '네이버 한글한글 아름답게' 등이 있습니다.

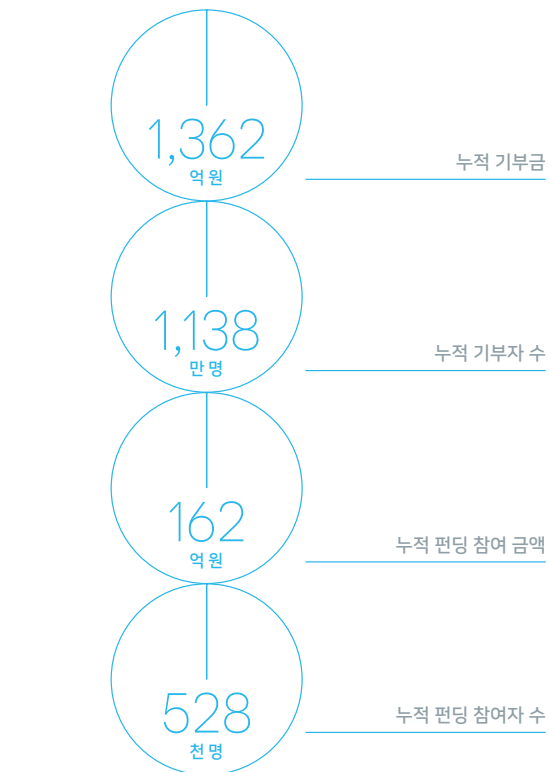
네이버문화재단은 특히, 한글사랑 캠페인의 일환으로 2018년, 민부리 글꼴(고딕체)로 편중되어 있는 디지털 글꼴 환경의 다양성을 위해 완성도 높은 부리 글꼴(명조체)을 만드는 것을 목표로 하는 '마루 프로젝트'를 시작하였습니다. 마루 프로젝트는 글꼴 업계 최초로 사용자와 함께 만들어 가는 마루 부리 글꼴을 제작하고 있습니다. 2020년 한글날 '마루 부리 글꼴' 시험판을 공개해 사용자가 글꼴을 사용한 후 피드백을 받을 수 있도록 했고 2021년 사용자 의견을 수렴해 완성한 패밀리 버전 5종의 마루 부리 글꼴을 배포할 계획입니다.

네이버 커넥트재단

네이버 커넥트재단은 네이버의 공익목적 교육사업을 투명하고 전문적으로 시행하기 위해 2011년 설립된 비영리 기관입니다. 초·중학생 대상의 소프트웨어 교육 플랫폼 '엔트리'와 소프트웨어 교육 캠페인 '소프트웨어야 놀자'는 2020년부터 데이터, AI 교육을 제공함으로써 미래에 요구되는 지식과 역량을 키워나갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 2019년부터 소프트웨어 교육이 의무화된 국내에서는 모든 초등학교에서 엔트리를 통해 소프트웨어 교육을 실시하고 있습니다. 2020년에는 가입자 수 200만 명 돌파의 기록을 세우며 소프트웨어 교육 대중화를 선도하고 있음을 입증하였습니다.

네이버 커넥트재단은 성인을 대상으로도 다양한 IT 분야의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 지난 2016년부터 실무형 소프트웨어 집중교육 프로그램 '부스트캠프'를 진행해 왔으며, 2020년에는 이를 AI 교육 중심으로 특성화한 '부스트캠프 AI Tech'를 신설하였습니다. 또한 COVID-19 장기화에 따라 대학교와 공공기관에 온라인 교육 플랫폼인 'edwith 온라인클래스'를 무료로 지원하였습니다.

해피빈 기부 및 펀딩 현황



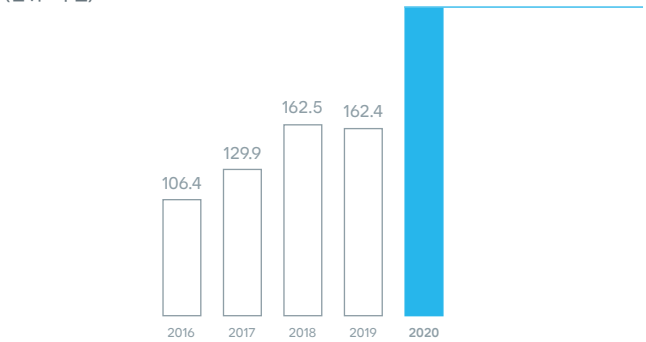
* 2020년 12월 말 기준

해피빈

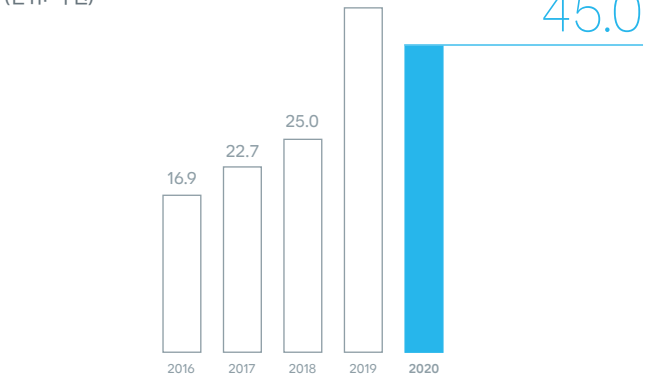
해피빈은 더 나은 사회를 꿈꾸는 공익 프로젝트를 한 자리에서 만나볼 수 있는 온라인 플랫폼입니다. 2005년 7월 온라인 기부 플랫폼으로 시작하여 펀딩, 공감가게, 가볼까로 영역을 확장하였으며, 사회적 가치와 철학을 가진 SME와 소셜벤처 등을 사용자와 연결함으로써 지속가능한 성장의 가치를 창출하고 있습니다.

연간 3,300여 개의 공익단체가 100만여 명의 네티즌 기부자를 만나는 공간으로 성장한 기부 서비스의 경우, 2019년 누적 기부금이 1,000억 원을 돌파하였으며, 2020년에는 기부자 약 190만 명의 참여로 기부금 247억 원을 마련하였습니다. 사회적 가치를 추구하는 SME 및 창작자들이 추진하는 프로젝트에 대한 사회적 관심을 높이기 위해 2015년 시작한 '해피빈 펀딩'은 2020년 누적 참여금액이 150억 원을 돌파하였습니다. 또한 펀딩이 종료되더라도 사용자들의 관심이 구매로 이어질 수 있도록 네이버 스마트스토어와 연계한 '공감가게'를 운영하고 있습니다. 2019년에는 온·오프라인의 공익사업을 연결하는 '가볼까'를 선보였습니다. 사회적기업이나 협동조합이 주최하는 다양한 이벤트에 네이버 예약 서비스를 통해 참여할 수 있는 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 2020년 말 기준, 총 145개에 달합니다.

연도 별 총 기부금 (단위: 억 원)



연도 별 펀딩 참여 금액 (단위: 억 원)



임직원 가치 증진

네이버는 임직원을 비롯해 네이버 가치 사슬 안에 있는 모두의 인권 보호와 증진을 위해 노력합니다. 또한 인재를 소중히 여기고, 그들이 지닌 가능성에 투자하며, 함께 성장해 나갑니다.

인권 존중

인권 정책 네이버는 세계인권선언 및 국제노동기구(ILO) 협약을 지지하며, 유엔 기업과 인권 이행지침(UNGPs)을 기반으로 임직원을 포함하여 네이버와 비즈니스 관계를 맺고 있는 모두의 인권 보호와 증진을 위한 정책을 마련하여 준수하고 있습니다. 어떠한 이유로도 구성원을 차별하지 않으며, 직장 내 괴롭힘이나 우월적 지위·권한 남용, 고압적인 언행, 강제 노동, 아동 노동을 엄격히 금지합니다. 아울러 임직원들의 인권인식 제고를 위해 전사적 차원에서 매해 법정 의무교육인 성희롱 예방교육, 장애인 인식개선 교육, 직장 내 괴롭힘 예방교육 등을 시행하고 있습니다.

임직원을 위한 투자

우수인재 확보 네이버는 우수인재 영입을 위해 오픈 클래스, 세미나(테크톡/밋업), 인턴십 프로그램, 공모전 등 직군 별로 다양한 채용 프로그램을 운영하고 있습니다. 이 중 오픈 클래스는 신입 공채 선발을 앞두고 전형 진행방식부터 네이버 입사 후 생활, 사내 협업 문화, 성장 가능성, 각 조직 별 담당 업무 등을 상세하게 알려주는 네이버만의 채용 캠페인입니다. 2020년에는 7~8월의 기간에 6회차에 걸쳐 개발자 오픈 클래스를 온라인으로 개최하였고, 2019년 참가 인원 대비 6배, 연초 목표했던 인원 대비 4배가 넘는 총 6,068명이 참여했습니다.

구성원 역량개발 지원 네이버는 구성원의 역량개발을 위해 내·외부 교육, 국내·외 연수 등의 기회를 제공하고 있습니다. 구성원의 60% 이상을 차지하는 개발 직군의 경우, 연간 400시간 정도의 기술교육이 마련되어 있어 자신에게 필요한 교육을 선택하여 역량 개발에 활용할 수 있습니다. 리더 직급을 대상으로는 2019년부터 성과관리 리더십 등 다양한 주제에 대한 '리더 Class'를 운영하고 있습니다.

2020년 인권 교육 이수 현황



역량개발 교육 운영 현황

구분	2018	2019	2020
어학교육	501	1,357	1,323
외부교육	296	370	239
연수	276	290	44
개발자 교육	3,441	4,674	1,875 ¹⁾

* 중복 포함

¹⁾ COVID-19로 인해 208시간 분량의 75개의 과정이 전면 온라인으로 시행, 과정당 평균인원 25명 가정 시 총 1,875명 참여, 총 5,200여 시간 수강

다양성 존중 네이버는 구성원의 다양성을 존중합니다. 네이버의 남녀 구성원 비율은 2020년 말 기준으로 64:36이며, 여성리더 직급은 매해 상승하여 전체 리더 직급 중 약 24.5%를 차지하고 있습니다. 사내독립조직인 CIC(Company-in-Company) 대표를 포함한 C-level의 고위 경영진 중 여성이 차지하는 비중은 31%입니다. 밀레니얼 세대가 구성원의 절반 이상을 차지하며, 국적을 비롯해 다양한 배경과 가치관을 가진 이들이 함께 모여 유연한 조직문화를 만들어 나가고 있습니다.

네이버는 또한, 장애인 직접고용에 앞장섬으로써 장애를 편견이 아닌 다름으로 이해할 수 있는 계기를 만들어가고 있습니다. 지난 2009년 사회적기업 '엔비전스'를 설립한데 이어, 2020년 '네이버헨즈'를 설립하였고, 이들 회사와 연계하여 사육 내 카페 바리스타, 편의점 캐셔, 식물관리 등의 직무에 발달장애 청년들을 직접고용하고 있습니다.

임직원 복지 네이버는 다양한 복지혜택을 제공하여 구성원의 근무 만족도와 소속감을 높이고 있습니다. 선택적 근로시간제와 근로시간 단축제 등 여러 유형의 유연근무제를 통해 일과 가정의 양립을 구축해 나가고 있으며, 법정 육아휴직 기간에 추가로 1년을 더한 육아휴직 제도, 서울·경기 지역 5곳에¹⁾ 운영 중인 어린이집 등 다양한 가족친화 제도를 펼치고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 해당연도 휴직만료 인원을 기준으로 2020년, 육아휴직을 사용한 직원 전원이 복직하였습니다.

¹⁾ 2021년 3월 2일자로 휴팩스어린이집 추가됨

임직원 현황

(단위: 명, %)

		2018	2019	2020
고용				
총 직원 수		3,611	3,523	4,103
고용형태 별	정규직	3,523	3,376	3,904
	비정규직	88	147	199
직군 별	사무직	1,573	1,540	1,717
	기술직	2,038	1,983	2,386
성 별	남	2,309	2,262	2,639
	여	1,302	1,261	1,464
연령 별	30세 미만	926	799	1,109
	30세 이상 40세 미만	1,930	1,861	1,946
	40세 이상 50세 미만	739	839	1,015
	50세 이상	16	24	33
국적 별	외국인 수	34	25	32
다양성 존중				
여성 인재	여성 비율	35.9	35.7	35.7
	여성 관리자 비율	23.3	24.6	24.5
특별고용 및 마이너리티	장애인 고용	8	6	8
	국가보훈자 고용	27	25	23

기술 혁신

우리의 일상에서 사람·공간·정보가 연결되는 새로운 미래는 기술로 완성됩니다.

아이디어가 혁신으로 이어질 수 있도록, 네이버는 기술 개발과 기술기업에 대한 투자를 확대하고 있습니다.

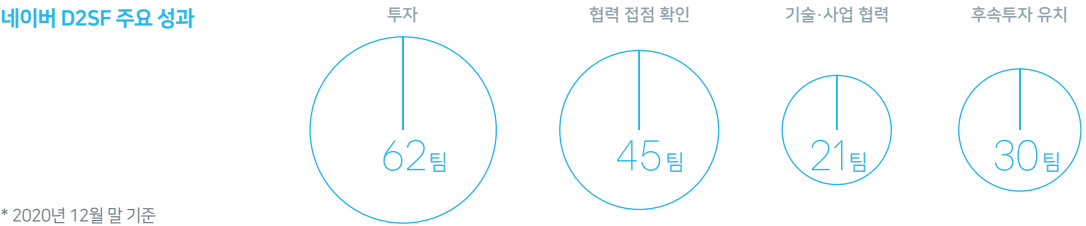
네이버랩스

네이버가 꿈꾸는 미래도시 'A-City' 네이버랩스는 2017년 출범한 네이버의 R&D 전문 자회사로서 2019년 6월, 'A-CITY'를 공개하며 네이버가 기술로 도전하는 미래도시에 대한 구체적인 비전을 제시했습니다. 도심의 각 공간들이 자율주행 머신들로 연결되어 있는 A-CITY에서는 AI가 방대한 데이터를 분석해 예측하며, 공간 데이터를 정보화하고 업데이트하여 배송과 물류 등의 서비스들이 자동화됩니다. 미래도시의 현실화를 위해 네이버랩스는 다양한 공간 데이터를 모아 자율주행 머신을 위한 고정밀 지도를 만들고, 장소·환경·목적에 따라 변용 가능한 지능형 자율주행 머신 플랫폼을 개발하고 있습니다. 2021년 완공을 목표로 건축 중인 네이버 제2사옥은 로봇 친화형 빌딩으로서 A-CITY의 첫 번째 레퍼런스 공간이 될 것입니다.

AI, 로봇 기술의 고도화 네이버랩스는 일상에서 사람들과 공존하며 도움을 줄 수 있는 로보틱스 기술 개발에 집중하고 있습니다. 2019년에는 네이버랩스의 독자적인 솔루션 'AROUND 플랫폼'의 진일보한 모델인 'AROUND C'를 선보이며 자율주행 서비스 로봇 대중화에 한걸음 더 다가갔습니다. 카페 딜리버리 로봇인 AROUND C의 특징은 사람과의 심리적 안전거리를 유지하며 자연스럽게 이동하는 기술과 빠르고 편안한 비언어적 소통 방식입니다. 한국기술교육대학교와 협력하여 개발한 로봇팔 'AMBIDEX'도 사람과 안전한 인터랙션이 가능합니다. 네이버랩스는 또한, CES 2019에서 세계 최초로 로봇의 두뇌 역할을 하는 컴퓨터를 클라우드로 옮기고 5G 네트워크로 연결하는 기술인 5G 브레인리스 로봇 시연에 성공한 바 있습니다.

나아가, 그간 고도화해 온 AI, 로봇 기술을 활용하여 네이버 클라우드와 함께 로봇들의 두뇌가 될 'ARC'를 개발하고 있습니다. AI, Robot, Cloud의 약자인 ARC는 5G 네트워크 기반의 멀티 로봇 인텔리전스 시스템으로, 네이버가 지향하는 로봇 대중화를 이끌기 위한 핵심 시스템입니다. ARC의 특징은 로봇들이 초저지연 네트워크를 통해 연결되고 AI 기술로 학습함으로써 지속적으로 업데이트되어 똑똑해 진다는 것입니다. 네이버랩스와 네이버 클라우드의 다양한 기술들이 결합된 ARC는 네이버 제2사옥에 적용되어 첫 상용화될 예정입니다.

네이버 D2SF 주요 성과



네이혁신 생태계 조성

기술 스타트업 액셀러레이터, 네이버 D2SF 네이버 D2 Startup Factory (네이버 D2SF)는 2015년 5월 설립한 네이버의 기술 스타트업 액셀러레이터입니다. 뛰어난 기술을 지닌 스타트업을 초기에 발굴해 투자하고 성장을 지원하며, 특히 네이버와 함께 성장할 수 있는 다양한 방안을 모색합니다. 전용 업무공간, 클라우드 인프라, 홍보/마케팅, 후속 투자유치 등을 지원하고 네이버 기술·사업과의 협력 기회도 추진합니다. 2020년말 기준, 기술 스타트업 62팀에 투자했으며 이 중 73%가 네이버와의 접점을 확인해 협력 방안을 논의 중입니다. 또한 투자 시점이 1년 이상 경과한 스타트업들의 73%가 후속 투자유치에 성공하였고, 3팀은 네이버 및 관계사가 직접 인수했습니다.

아울러, D2SF를 중심으로 하는 기술 스타트업 커뮤니티 구축에도 주력하고 있습니다. 대학(원)생들의 기술 창업 활성화를 위한 'D2SF 캠퍼스 기술창업 공모전', 기술 스타트업 특유의 문제해결 경험을 공유하는 컨퍼런스 'TECH MEETS STARTUP' 등을 개최합니다. 또한, 기술 스타트업 및 예비 창업자들이 교류할 수 있는 공간을 무료 제공합니다. 이러한 노력에 힘입어 네이버는 2020년 국내 창업자 대상 설문 조사¹⁾에서 스타트업에 가장 적극적인 기업으로 4년 연속 1위로 선정되었습니다.

국내 최대 개발자 컨퍼런스 'DEVVIEW' 2006년 사내 개발자 기술 공유 행사로 시작한 DEVVIEW는 2008년 모든 개발자들에게 개방된 이후, 국내 최대 규모의 개발자 콘퍼런스로 자리매김하며 머신러닝, AI, 로보틱스, 자율주행 등의 기술을 선제적으로 제시해 왔습니다. 2020년 11월, COVID-19로 인해 비대면 온라인 라이브로 진행된 13번째 DEVVIEW에서는 역대 가장 많은 81개의 발표가 3일동안 소개되었습니다. 뿐만 아니라 역대 최대 9,716명이 참여했으며, 발표 도중 대화창을 통해 연사들과 실시간으로 소통한 부분이 좋은 반응을 이끌었습니다. 아울러, 기조연설을 통해 제2사옥에서 서비스를 제공할 모든 로봇들의 두뇌가 될 ARC가 공개되었고, 비대면 시대 SME·창작자와 사용자간의 연결을 지탱하는 네이버의 기술과 네이버가 만들어가는 미래에 대한 소개가 이루어졌습니다.

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

환경영향 관리

자연을 지키는 기술은 미래세대를 위한 약속입니다. 네이버는 회사의 자산인 데이터가 집약된 공간인 데이터센터를 친환경적으로 운영하기 위해 최선을 다하며 지속가능한 미래를 열어갑니다.



친환경 전략

네이버의 에너지 사용량과 그로 인한 온실가스 배출량은 제2 데이터센터 건설, 비대면/5G 시대의 데이터 사용 증가 등으로 인해 향후 10년간 증가할 것으로 전망됩니다. 이는 기후위기 완화에 중대한 리스크로 작용할 수 있으며, 지속가능한 사업 경쟁력 확보에도 부정적인 영향을 초래할 가능성이 있습니다. 이와 같은 운영상의 리스크를 최소화하고 중장기적 비즈니스 기회를 확보하기 위해 네이버는 2020년, 새로운 친환경 전략 '2040 Carbon Negative'를 수립하였습니다.

Carbon Negative는 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 전략입니다. 세부 전략방향을 운영상의 환경영향 저감, 제품/서비스 솔루션 개발, 외부 파트너십 확대로 설정하였으며, 그 과정에서 네이버 플랫폼을 활용하는 여러 파트너와의 공동노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나갈 계획입니다. 아울러, 내부적으로는 회사의 시설이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 노력하는 한편, 외부적으로는 친환경 커머스 영역에 대한 투자를 확대함으로써 2040년까지 목표한 바를 달성하고자 합니다.

친환경적인 사업장 운영

데이터센터 각 2013년 오픈한 데이터센터 '각' 춘천의 건축과정에는 스노우 멀팅¹⁾, 태양광 및 태양열 에너지²⁾, 외부 공기를 통한 자연 냉각 시스템 등 많은 친환경 기술이 담겨 있습니다. 아울러 차가운 공기(외기)와 지하수를 이용해 서버실의 온도를 낮추는 친환경 기술인 AMU(Air Misting Unit) 및 NAMU(NAVER Air Membrane Unit)를 개발하여 그 적용 범위를 확대함으로써 에너지 절감 효과를 극대화하고 있으며, 데이터센터 내에 설치된 3만여 개의 센서를 바탕으로 자동으로 온도를 감지하여 조절함으로써 에너지 효율을 높여가고 있습니다. 또한, 전력 소모를 줄이기 위해 자연 친화적인 기술을 꾸준히 도입하고 있으며, 이러한 노력에 힘입어 국내 데이터센터 중 가장 1에 가까운 PUE(전력효율지수)³⁾를 지속적으로 유지하고 있습니다.

데이터센터 각은 태양광 발전 설비에서 생산된 에너지를 사용하며, 관련 사업에도 투자하고 있습니다. 2018년 데이터센터 각에 설치된 태양광 발전설비를 획기적으로 개선하여 2020년, 연간 213MWh의 전력을 절감했고, 이를 통해 이산화탄소 배출을 약 95톤 줄일 수 있었습니다. 또한, 물 사용을 절감하기 위해 물 재사용 확대, 절수형 위생기구 사용, 냉방용 물 운영 정책 개선 등의 노력을 펼치고 있습니다.

네이버 사옥 네이버 사옥 그린팩토리는 설계 단계부터 환경을 고려해 에너지 절약형으로 건축되었습니다. 열 차단 칸막이, LED 조명, 인버터 등 친환경 설비에 지속적으로 투자하고 있으며, 지열 설비를 이용한 여름철 전기 소비량 감축, 설비 운영 개선 등과 같은 에너지 절감 노력에 힘입어 매해 5% 이상의 에너지 절감 효과를 거두고 있습니다. 계단 이용을 권장하며, 자전거로 출퇴근하는 직원들을 배려하여 주차공간을 설계하였고, 전기차 충전시설을 22개로 확대하여 친환경적인 이동수단의 활용을 장려하고 있습니다. 이와 같은 효율적 에너지 사용 및 에너지 사용 절감을 위한 노력에 따라 그린팩토리의 에너지 소비량은 지난 3년 연속 감소세를 보이고 있습니다. 2020년에는 전년 대비 에너지 사용량 5.89% 절감, 온실가스 6.24%를 감축하는 성과를 달성하였습니다.

2021년 준공 예정인 제2사옥 '1784'는 네이버의 친환경 철학에 최첨단 친환경 기술이 접목된 건물로 건축 중에 있습니다. 프로젝트 부지 특성상 신재생에너지 설비를 적용할 면적이 부족함에도 불구하고 추가 투자를 통하여 건물의 지하바닥면을 활용하는 지열 시스템을 설치하였고, 지붕에는 태양광 발전설비를 구축할 계획입니다. 에너지 사용을 줄일 수 있도록 외장에 이중 외피를 적용하였고, 이웃주민을 배려하여 저반사 유리를 사용하였습니다. 실내에는 에너지 절감과 더불어 근무환경의 쾌적성도 높일 수 있는 복사 냉방 시스템이 적용됩니다. LEED⁴⁾ 최고 등급인 플래티넘 및 건축물에너지효율등급 1+ 등급을 기준으로 계획되었으며, 건물 에너지관리 시스템(BEMS: Building Energy Management System)을 적용하여 건물 운영에 있어서도 지속적인 개선 활동을 이어갈 계획입니다. LEED의 친환경 시공 기준을 준수하여 현장 환경을 관리하고 있으며, 건설 폐기물의 98% 이상을 재활용하고 있습니다.

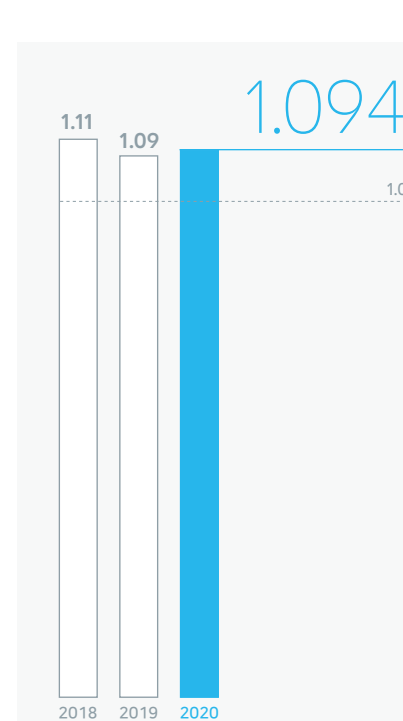
¹⁾ 버려지는 열을 재활용한 동절기 도로 열선

²⁾ 외부 경관 조명과 온실 난방에 활용

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

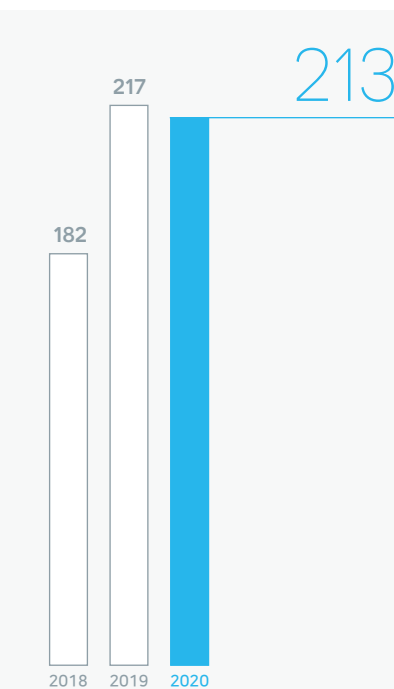
⁴⁾ LEED(Leadership in Energy and Environmental Design): 미국 친환경건축을 인증

전력효율지수(PUE)



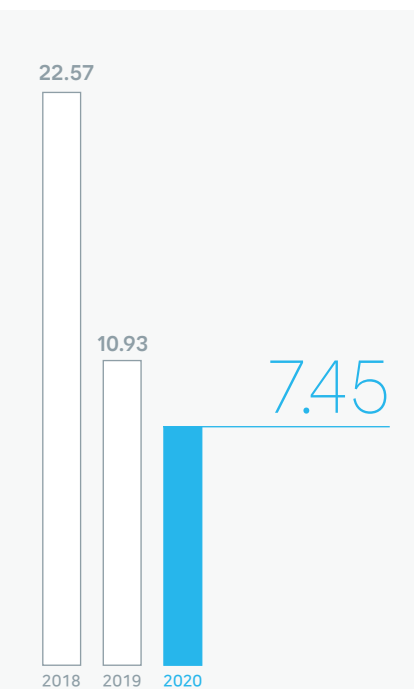
태양광 발전량

(단위: MWh)



폐기물 배출량

(단위: 톤)



APPENDIX

- 74 연결재무제표
- 81 종속기업 현황
- 84 수상 내역
- 87 연혁
- 88 IR 정보

연결재무상태표

제 22 기 2020년 12월 31일 현재
제 21 기 2019년 12월 31일 현재

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	제 22 (당) 기말	제 21 (전) 기말
자산		
I. 유동자산	10,544,659,200,319	5,643,714,459,664
현금및현금성자산	1,600,304,349,922	3,740,513,761,418
단기금융상품	291,292,142,737	289,910,618,872
당기손익-공정가치 측정 금융자산	922,939,095,062	12,920,430,454
매출채권및기타채권	986,826,023,076	1,211,072,909,858
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	-	63,916,531,256
재고자산	4,344,942,323	55,114,731,809
당기법인세자산	996,472,888	12,717,980,739
기타유동자산	77,702,716,446	257,547,495,258
매각예정자산	6,660,253,457,865	-
II. 비유동자산	6,469,579,463,451	6,655,812,661,122
유형자산	1,684,563,340,866	1,596,271,317,726
사용권자산	129,537,198,819	697,351,304,664
무형자산	105,136,186,861	341,442,833,327
장기금융상품	14,255,722,000	24,034,591,006
당기손익-공정가치 측정 금융자산	1,801,384,240,769	1,229,097,428,653
매출채권및기타채권	28,578,223,832	124,821,356,161
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	1,330,951,990,243	675,602,433,315
관계기업및공동기업 투자	1,199,425,686,734	1,558,268,184,714
이연법인세자산	108,572,845,624	381,279,417,985
기타비유동자산	67,174,027,703	27,643,793,571
자산총계	17,014,238,663,770	12,299,527,120,786

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	제 22 (당) 기말	제 21 (전) 기말
부채		
I. 유동부채	7,911,751,492,331	3,773,118,830,740
매입채무및기타채무	689,280,186,019	1,211,070,361,564
당기손익-공정가치 측정 금융부채	17,137,640,886	649,038,368
단기차입금	576,223,326,575	559,584,776,483
당기법인세부채	384,340,634,677	313,781,745,056
충당부채	31,708,383,889	3,822,401,193
리스부채	53,345,709,463	168,937,301,210
기타유동부채	1,484,474,330,127	1,515,273,206,866
매각예정부채	4,675,241,280,695	-
II. 비유동부채	847,355,136,226	2,022,482,221,466
매입채무및기타채무	68,448,327,272	42,469,680,072
당기손익-공정가치 측정 금융부채	7,962,264,800	8,339,734,792
장기차입금	150,678,259,061	50,039,880,125
사채	-	752,270,184,693
순확정급여부채	462,094,245,426	473,437,955,422
충당부채	9,186,175,870	59,046,834,258
리스부채	92,170,749,140	555,287,968,236
이연법인세부채	56,519,491,022	80,453,751,124
기타비유동부채	295,623,635	1,136,232,744
부채총계	8,759,106,628,557	5,795,601,052,206
자본		
I. 자본금	16,481,339,500	16,481,339,500
II. 자본잉여금	1,793,273,489,872	1,575,307,844,438
III. 기타자본구성요소	(1,059,479,508,530)	(1,498,653,013,809)
IV. 매각예정자산 관련 기타포괄손익누계액	(37,870,641,018)	-
V. 이익잉여금	6,654,814,483,478	5,712,091,453,142
VI. 비지배지분	887,912,871,911	698,698,445,309
자본총계	8,255,132,035,213	6,503,926,068,580
자본및부채총계	17,014,238,663,770	12,299,527,120,786

연결포괄손익계산서

제 22 기 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지
제 21 기 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	제 22 (당) 기말	제 21 (전) 기말
I. 영업수익	5,304,145,900,386	4,356,239,667,491
II. 영업비용	(4,088,803,443,113)	(3,201,214,223,612)
III. 영업이익	1,215,342,457,273	1,155,025,443,879
기타수익	43,356,685,840	49,155,181,402
기타비용	(118,822,813,655)	(68,575,887,239)
이자수익	15,997,193,160	11,465,169,998
금융수익	508,563,848,219	333,130,417,324
금융비용	(146,432,800,279)	(107,368,331,367)
지분법손익	115,554,340,355	18,424,132,130
IV. 법인세비용차감전순이익	1,633,558,910,913	1,391,256,126,127
법인세비용	(492,534,781,634)	(470,550,410,267)
V. 계속영업순이익	1,141,024,129,279	920,705,715,860
VI. 중단영업손실	(296,027,152,130)	(523,884,653,395)
VII. 당기순이익	844,996,977,149	396,821,062,465
지배기업 소유주지분		
계속영업이익	1,144,888,651,236	934,306,914,911
중단영업손실	(142,801,884,857)	(351,255,010,262)
비지배지분		
계속영업손실	(3,864,521,957)	(13,601,199,051)
중단영업손실	(153,225,267,273)	(172,629,643,133)
VIII. 기타포괄손익	221,200,846,911	138,730,945,419
후속기간에 당기손익으로 재분류되는 항목	17,441,573,739	145,977,055,953
기타포괄손익-공정가치 측정 채무상품 평가손익	(730,019,603)	248,538,199
해외사업환산손익	76,248,398,266	139,029,178,403
지분법자본변동	(58,076,804,924)	6,699,339,351
후속기간에 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	203,759,273,172	(7,246,110,534)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	168,450,037,860	50,343,180,326
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	37,778,484,516	(4,611,398,596)
지분법자본변동	(1,084,708,978)	14,147,944
순확정급여부채의 재측정요소	(1,384,540,226)	(52,992,040,208)
IX. 총포괄이익	1,066,197,824,060	535,552,007,884
지배기업 소유주지분	1,219,788,331,559	659,506,460,173
비지배지분	(153,590,507,499)	(123,954,452,289)
X. 지배기업 지분에 대한 주당이익		
기본주당순이익		
계속영업순이익	7,857	6,420
중단영업순손실	(980)	(2,414)
희석주당순이익		
계속영업순이익	7,813	6,420
중단영업순손실	(980)	(2,414)

연결자본변동표

제 22 기 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지
제 21 기 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	지배기업 소유주지분				비지배지분	총계
	자본금	자본잉여금	기타자본 구성요소	이익잉여금		
2019. 1. 1.(전기초)	16,481,339,500	1,540,985,517,982	(1,546,389,664,299)	5,229,202,813,045	708,860,507,065	5,949,140,513,293
회계정책의 변경효과	-	-	-	(200,802,631)	(71,478,344)	(272,280,975)
수정후 금액	16,481,339,500	1,540,985,517,982	(1,546,389,664,299)	5,229,002,010,414	708,789,028,721	5,948,868,232,318
총포괄이익						
당기순이익	-	-	-	583,051,904,649	(186,230,842,184)	396,821,062,465
기타포괄손익-공정가치 측정 채무상품 평가손익	-	-	248,538,199	-	-	248,538,199
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	-	-	39,580,419,489	-	10,762,760,837	50,343,180,326
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	-	-	(115,033,900)	(4,496,364,696)	-	(4,611,398,596)
해외사업환산손익	-	-	87,748,199,609	-	51,280,978,794	139,029,178,403
지분법자본변동	-	-	3,053,460,941	14,147,944	3,645,878,410	6,713,487,295
순확정급여부채 재측정요소	-	-	-	(49,578,754,909)	(3,413,285,299)	(52,992,040,208)
현금흐름위험회피 파생상품 평가손익	-	-	(57,153)	-	57,153	-
소유주와의 거래						
연차배당	-	-	-	(45,901,490,260)	(960,046,676)	(46,861,536,936)
주식보상비용	-	-	10,910,448,495	-	18,722,674,912	29,633,123,407
자기주식의 취득	-	-	(93,689,325,190)	-	-	(93,689,325,190)
사업결합으로 인한 증가	-	-	-	-	(474,386,383)	(474,386,383)
종속기업의 유상증자	-	36,319,313,514	-	-	142,867,090,522	179,186,404,036
기타	-	(1,996,987,058)	-	-	(46,291,463,498)	(48,288,450,556)
2019. 12. 31.(전기말)	16,481,339,500	1,575,307,844,438	(1,498,653,013,809)	5,712,091,453,142	698,698,445,309	6,503,926,068,580

연결현금흐름표

제 22 기 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지
제 21 기 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	지배기업 소유주지분				비지배지분	총계
	자본금	자본잉여금	기타자본 구성요소	이익잉여금		
2020. 1. 1(당기초)	16,481,339,500	1,575,307,844,438	(1,498,653,013,809)	5,712,091,453,142	698,698,445,309	6,503,926,068,580
총포괄이익						
당기순이익	-	-	-	1,002,086,766,379	(157,089,789,230)	844,996,977,149
기타포괄손익-공정가치 측정 채무상품 평가손익	-	-	(730,019,603)	-	-	(730,019,603)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	-	-	158,566,524,618	-	9,883,513,242	168,450,037,860
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	-	-	-	37,778,484,516	-	37,778,484,516
해외사업환산손익	-	-	84,163,969,896	-	(7,915,571,630)	76,248,398,266
지분법자본변동	-	-	(59,070,748,325)	-	(90,765,577)	(59,161,513,902)
순확정급여부채 재측정요소	-	-	-	(3,006,645,922)	1,622,105,696	(1,384,540,226)
소유주와의 거래						
연차배당	-	-	-	(54,688,370,920)	(261,268,720)	(54,949,639,640)
주식보상비용	-	-	28,211,760,128	-	44,667,256,627	72,879,016,755
자기주식의 취득	-	-	(15,516,003,480)	-	-	(15,516,003,480)
자기주식의 소각	-	-	39,758,492,229	(39,758,492,229)	-	-
자기주식의 처분	-	328,485,240,566	151,388,772,301	-	-	479,874,012,867
종속기업의 유상증자	-	787,962,203,141	-	-	290,070,044,722	1,078,032,247,863
비지배주주와의 거래	-	(812,763,446,847)	14,530,116,497	-	43,978,130,648	(754,255,199,702)
기타	-	(85,718,351,426)	-	311,288,512	(35,649,229,176)	(121,056,292,090)
2020. 12. 31(당기말)	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

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	제 22 (당) 기말	제 21 (전) 기말
I. 영업활동 현금흐름	1,447,212,217,640	1,356,843,480,419
1. 영업으로부터 창출된 현금흐름	2,041,772,594,491	1,835,912,025,978
2. 이자의 수입	20,014,015,757	17,559,981,761
3. 이자의 지급	(71,543,208,626)	(39,296,364,906)
4. 배당금의 수취	30,187,486,156	20,742,864,205
5. 법인세의 납부	(573,218,670,138)	(478,075,026,619)
II. 투자활동 현금흐름	(2,503,202,276,036)	(1,078,128,842,424)
1. 단기금융상품의 순증감	(25,654,808,271)	162,122,479,766
2. 장기금융상품의 증가	(2,560,000,000)	-
3. 장기금융상품의 감소	21,200,000,000	-
4. 당기손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(5,243,104,789,547)	(362,880,751,518)
5. 당기손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	3,894,138,692,719	192,427,912,981
6. 유형자산의 취득	(759,403,180,962)	(435,908,502,083)
7. 유형자산의 처분	8,987,856,807	6,743,736,986
8. 리스채권의 회수	1,417,837,269	257,941,120
9. 무형자산의 취득	(106,290,121,972)	(75,729,758,448)
10. 무형자산의 처분	3,304,588,760	4,766,029,881
11. 기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(50,971,937,342)	(40,967,500,755)
12. 기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	232,310,319,161	97,789,083,542
13. 관계기업및공동기업투자주식의 취득	(504,730,950,380)	(621,718,974,099)
14. 관계기업및공동기업투자주식의 처분	104,952,900,033	18,714,872,614
15. 사업결합으로 인한 현금의 증감	2,260,617,141	(4,991,454,614)
16. 종속기업의 처분으로 인한 순현금흐름	(20,383,308,053)	9,787,731,685
17. 단기대여금의 순증감	(35,244,144,863)	3,807,864,455
18. 장기대여금의 순증감	(11,864,566,845)	90,000,000
19. 기타투자활동으로 인한 현금유출입액	(11,567,279,691)	(32,439,553,937)

종속기업 현황

최대주주

종속기업 / 연결실체 지분율¹⁾
2020년 12월 31일 기준 네이버 주식회사의 연결대상 종속기업은 총 133개사입니다.

네이버

- 네이버 클라우드 / 100.0
클라우드 서비스 운영
- 네이버아이앤에스 / 100.0
사업지원, 인력공급, 근로자파견임대, 소프트웨어 개발
- LINE²⁾ / 78.18
모바일 서비스 개발
- NAVER China / 100.0
소프트웨어 개발 및 유통
- 서치솔루션 / 100.0
검색솔루션 개발
- 엔비전스 / 100.0
전시 및 공연기획 사업
- 워크모바일 / 100.0
그룹웨어 개발 및 서비스 운영
- V Live Inc. / 100.0
온라인 생중계 서비스 및 현지 마케팅
- 스노우 / 100.0
카메라, 커뮤니케이션 앱 개발 및 서비스
- 에스비넥스트미디어노베이션펀드 / 96.3
투자
- 네이버랩스 / 100.0
신기술 개발 및 연구
- NAVER Webtoon / 100.0
웹툰 서비스 개발 및 운영
- NAVER France / 100.0
유럽 IT 투자 및 연구개발
- 컴패니에이아이 / 100.0
AI 서비스 개발 및 연구
- 드라마엔컴퍼니 / 81.2
명함 어플리케이션 개발 및 운영
- NAVER-KTB 오디오콘텐츠 전문투자조합 / 99.0
투자
- 스프링캠프 초기전문 투자조합 제1호 / 100.0
투자
- 스프링캠프 초기전문 투자조합 제2호 / 97.0
투자
- NAVER BAND(구, Camp Mobile) / 100.0
북미 커뮤니티 서비스 및 마케팅

- NAVER J.Hub / 100.0
글로벌 사업 지원
- 티비티 글로벌 성장 제1호 투자조합 / 89.9
투자
- 오디오소리 / 100.0
오디오 콘텐츠 제작 및 공급
- NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED / 99.0
온라인 생중계 서비스 및 현지 마케팅
- 네이버파이낸셜 / 81.16
전자금융업
- 네이버웹툰컴퍼니(구, 네이버웹툰) / 100.0
웹툰 서비스 개발 및 운영
- 에스브이에이콘텐츠미디어 / 99.31
투자
- Do Ventures Annex Fund LP / 99.01
투자
- 에스브이에이소다사모투자 / 99.52
투자
- 네이버-퀀텀콘텐츠1호펀드 / 98.81
투자
- 스마트 스프링펀드 / 48.39
투자
- 네이버핸즈 / 100
장애인표준사업장 운영

네이버프랑스

- C-Fund / 99.75
투자

네이버 클라우드

- NAVER Cloud Asia Pacific / 100.0
IT 인프라 운영
- NAVER Cloud America / 100.0
IT 인프라 운영
- NAVER Cloud Europe / 100.0
IT 인프라 운영
- NAVER Cloud Japan / 100.0
IT 인프라 운영

네이버아이앤에스

- 인컴즈 / 100.0
고객센터 운영
- 그린웹서비스 / 100.0
모니터링, 광고운영
- 엔테크서비스(구, 엔에이치엔테크놀로지서비스) / 100.0
소프트웨어자문, 개발 및 공급
- 엔아이티서비스 / 100.0
인프라 운영 및 보안 서비스
- 컴파트너스 / 100.0
고객센터 운영

WEBTOON Entertainment

- 네이버웹툰(유)(구, 웹툰엔터테인먼트코리아) / 100.0
웹툰 서비스 개발 및 운영
- LINE Digital Frontier / 100.0
일본 웹툰 서비스 개발 및 운영

네이버웹툰(유)(구, 웹툰엔터테인먼트코리아)

- 리코 / 100.0
콘텐츠 제작 및 강화
- 스튜디오엔 / 100.0
영화 제작 및 유통
- 비닷두 / 66.57
영상검색 솔루션 개발
- YLAB Japan / 100.0
콘텐츠 제작 및 강화

LINE Digital Frontier

- LINE Book Distribution / 52.0
만화 및 콘텐츠 유통

네이버웹툰컴퍼니(구, 네이버웹툰)

- Watong Entertainment / 100.0
웹툰 서비스 운영

Watong Entertainment

- Broccoli Entertainment / 100.0
웹툰 서비스 운영
- Dongman Entertainment / 100.0
웹툰 서비스 운영

네이버 주식회사와 그 종속기업

(단위: 원)

과목	제 22 (당) 기말	제 21 (전) 기말
Ⅲ. 재무활동 현금흐름	1,192,133,678,978	52,336,566,385
1. 단기차입금의 차입	2,116,540,667,363	220,649,373,194
2. 단기차입금의 상환	(915,187,873,624)	(76,172,581,572)
3. 장기차입금의 차입	886,562,480,808	-
4. 사채의 발행	5,960,669,395	-
5. 사채의 상환	(789,055,599,548)	-
6. 리스부채의 상환	(174,107,173,293)	(138,021,891,444)
7. 자기주식의 취득	(15,516,003,480)	(93,689,325,190)
8. 배당금 지급	(54,949,639,640)	(46,861,536,936)
9. 종속기업의 유상증자	1,023,167,174,015	179,186,404,036
10. 비지배지분과의 거래로 인한 현금유입	46,060,159,984	13,072,761,459
11. 비지배지분과의 거래로 인한 현금유출	(945,751,987,650)	(5,921,420,442)
12. 기타재무활동으로 인한 현금유출입액	8,410,804,648	94,783,280
Ⅳ. 현금및현금성자산의 환율변동효과	(30,989,618,453)	86,578,454,471
Ⅴ. 현금및현금성자산의 순증가	105,154,002,129	417,629,658,851
Ⅵ. 기초 현금및현금성자산	3,740,513,761,418	3,322,884,102,567
Ⅶ. 기말 현금및현금성자산	3,845,667,763,547	3,740,513,761,418
Ⅷ. 매각예정자산으로 분류된 현금및현금성자산	(2,245,363,413,625)	-
Ⅸ. 기말 재무상태표상 현금및현금성자산	1,600,304,349,922	3,740,513,761,418



2020년 NAVER 연결감사보고서

스노우

- SNOW China / 96.22
모바일 서비스 운영
- SNOW Japan / 100.0
모바일 서비스 운영
- SNOW Inc. / 100.0
모바일 서비스 운영
- 스프링캠프 / 100.0
투자
- 어뮤즈 / 100.0
화장품 제조, 유통, 판매
- 하트잇 / 100.0
온라인 커머스 플랫폼 운영
- SNOW Vietnam / 99.0
모바일 서비스 운영
- 네이버제트 / 100.0
모바일 서비스 개발 및 운영
- 케이크 / 100.0
언어 학습 어플리케이션 개발 및 운영

네이버웹툰 & 스노우

- 플레이리스트 / 93.9
정보통신서비스업
- 세미콜론스튜디오 / 100.0
정보통신서비스업

SNOW China

- SNOW China (Beijing) / 100.0
모바일 서비스 운영

SNOW China (Beijing)

- Yiruike Information Technology (Beijing) / 100.0
모바일 서비스 운영

- Xiaying Entertainment / 100.0
모바일 서비스 운영

Xiaying Entertainment

- Shine Interactive / 100.0
모바일 서비스 운영

Works Mobile

- Works Mobile Japan / 100.0
그룹웨어 서비스 운영 및 유통

- 엔에프보험서비스 / 100.0
보험중개

NAVER J.Hub

- Mirai Fund LLP / 100.0
투자

Mirai Fund LLP

- Mission World Group / 68.3
소프트웨어 개발 및 공급업

Mission World Group

- CHOCO Media / 100.0
모바일 서비스 운영

라인플러스

- 라인플레이 / 100.0
아바타 개발 및 구축 서비스
- LINE Euro-Americas / 100.0
모바일 서비스 마케팅
- LINE Taiwan / 100.0
모바일 서비스 운영
- LINE Company (Thailand) / 99.95
모바일 서비스 운영
- LINE Digital Technology (Shanghai) / 100.0
모바일 서비스 마케팅
- PT.LINE PLUS INDONESIA / 100.0
모바일 서비스 운영
- 라인업 / 100.0
모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
- 라인스튜디오 / 100.0
모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
- 네무스텍 / 100.0
소프트웨어 개발
- 그레이해쉬 / 76.9
소프트웨어 개발

드라마엔컴퍼니

- myBridge / 100.0
명함 어플리케이션 서비스 운영

LINE Taiwan

- SHINEWANT TECHNOLOGY / 100.0
인터넷정보서비스업
- JDW / 81.2
인터넷정보서비스업

JDW

- JDW Taxi / 62.5
인터넷정보서비스업

LINE

- LINE Fukuoka / 100.0
모바일 서비스 운영
- LINE SOUTHEAST ASIA(구, LINE BIZ+) / 100.0
모바일 빌링기획 및 개발
- LINE Ventures / 100.0
투자
- Gatebox / 55.1
IoT 제품의 기획 및 개발
- LINE TICKET / 51.0
e-Ticket 서비스 운영
- Next Library / 100.0
인터넷정보 서비스업
- LFG HOLDINGS / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업
- LINE Pay / 100.0
모바일 빌링기획 및 개발
- LINE Financial / 100.0
금융사업
- LINE Growth Technology / 100.0
모바일 서비스 개발
- LINE Ventures Global Limited Liability Partnership / 100.0
금융사업
- LINE Ventures Japan Limited Liability Partnership / 100.0
금융사업
- LVC / 90.0
금융사업
- LINE Conomi / 100.0
소프트웨어 개발 및 공급업
- LINE business support / 100.0
사업지원, 인력공급
- LINE Healthcare / 51.0
원격 의료 서비스업
- HOP (구, LDI Corporation) / 60.0
매칭 서비스 운영
- LINE Split Preparation / 100.0
전략적 제휴, 서비스 통합

- LINE TECHNOLOGY VIETNAM / 100.0
현지 서비스 및 마케팅

- DEMAЕ-CAN / 60.93
배달 어플리케이션 서비스

DEMAE-CAN

- SATSUMAEBISUDO / 100.0
식품가공

LINE SOUTHEAST ASIA

- LINE VIETNAM JOINT STOCK COMPANY / 99.1
온라인 정보 제공업

LINE Ventures

- LINE Investment Technologies Corporation / 100.0
투자

LINE Split Preparation

- 라인프렌즈 / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업

- 라인플러스 / 100.0
포털 및 인터넷정보 서비스업

라인프렌즈

- 마크티 / 51.0
소프트웨어 개발, 도소매업

- LINE Friends Japan / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업

- LINE Friends / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업

- LINE Friends(Shanghai) Commercial Trade / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업

- LINE Friends Taiwan Limited / 100.0
캐릭터용구 및 인형 도소매업

LINE Pay

- Webpay Holdings / 100.0
모바일 빌링기획 및 개발

- 라인비즈플러스 / 100.0
소프트웨어 개발 및 공급업

- BALIE / 100.0
검색 광고서비스업

- LINE Pay Taiwan(구, LINE BIZ+ Taiwan) / 70.0
모바일 빌링기획 및 개발

- LINE Pay Hokkaido Corporation / 70.0
전자금융업

Webpay Holdings

- Webpay / 100.0
모바일 빌링기획 및 개발

LINE Digital Technology (Shanghai)

- Beijing Wangzhongwenda Technology / 100.0
모바일 서비스 운영

LINE Financial

- 라인파이낸셜 플러스 / 100.0
금융사업
- LINE Credit / 51.0
금융사업
- LINE Securities / 51.0
금융사업

- LINE Financial Asia / 100.0
금융사업

- LINE Bank Preparatory / 51.0
금융사업

LINE Financial Asia

- LINE Financial Taiwan / 100.0
금융사업

LVC

- LVC USA / 100.0
금융사업

- LINE TECH PLUS / 100.0
금융사업

- Unblock Ventures / 100.0
금융사업

- 언블락 / 100.0
소프트웨어 개발 및 공급업

- 언체인 / 51.0
소프트웨어 개발 및 공급업

¹⁾ 연결실체지분율은 종속기업이 보유한 지분율을 합산한 지분율입니다.

²⁾ 당기 중 추가로 지분을 취득하여 지분율이 상승했습니다.

수상 내역

2000. 02. 제1회 우수정보통신기업 디지털 대상 수상 (한겨레신문)
05. 한국의 웹사이트 검색엔진 부문 1위 (한국능률협회컨설팅)
12. 인터넷 대상 포털 부문 대상 수상 (조선일보)

2001. 06. 인터넷 그랑프리 엔터테인먼트 부문 수상 (신산업경영원)

2002. 05. 한국의 웹사이트 게임 부문 3년 연속 1위 (한국능률협회컨설팅)
10. 개인정보보호 우수사이트 선정 (한국정보통신산업협회)
12. 소프트웨어 정품사용 모범기업 인증 획득 (한국소프트웨어저작권협회)
‘올해의 인터넷 기업 대상’ 수상 (한국인터넷기업협회, 한국기자협회)

2003. 03. 네이버, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 1위 선정
07. 2003 Korean Technology Fast 50 Growth Company 대상 수상 (딜로이트컨설팅)
08. 한국서비스품질지수 인터넷 포털 부문 1위 (한국표준협회)
12. 네이버 지식검색 2003 히트상품 선정 (삼성경제연구소, 중앙일보)
산업 발전 유공자 정부 포상 대통령 표창

2004. 08. 한국서비스품질지수 인터넷포털 부문 1위 (한국표준협회)
12. Web Award Korea 2004 대상 수상 (웹어워드 위원회)

2005. 03. 제1회 ‘1 피플상’ 나무상 수상 (조인스닷컴)
06. 2005 인터넷 그랑프리 종합대상 수상 (신산업경영원)
2005 대한민국 브랜드스타 포털사이트 부문 1위 (브랜드 스톱)
09. 한국서비스품질지수 인터넷포털 부문 3년 연속 1위 (한국표준협회)
10. ‘한국을 빛낸 CEO’ 인재경영부문 수상 (한국경제, 서울대학교산학협력단)
11. 한국 IR 대상 수상 (한국IR협의회)
12. ‘IMI 경영 대상’ 사회공헌 부문 대상 수상
‘올해의 인터넷 기업 대상’ 포털부문 최우수상 (인터넷기업협회)

2006. 06. ‘대한민국 코스닥 대상’ 대상 수상 (코스닥상장법인협의회)
네이버, 업계 최초 굿디자인마크(Good Design) 획득 (한국디자인진흥원)
09. 한국 서비스 품질지수 KS-SQI 인터넷 포털 부문 4년 연속 1위 (한국표준협회)
10. 한게임 국가브랜드경쟁지수(NBCI) 게임 포털 부문 2년 연속 1위 (한국생산성본부)

2007. 04. NHN, 제7회 남녀고용평등 우수기업 - 대통령 표창 (노동부)
11. 대한민국 인터넷대상 ‘대통령상’ 수상 (행정자치부)
한국 IR 대상 수상 (한국IR협의회)
12. 2007 Technology Fast 500 Asia Pacific 5년 연속 선정 (딜로이트컨설팅)
Web Award Korea 2007 ‘이노베이션 대상’ 등 수상 (웹어워드위원회)
청소년보호 우수사이트 선정 (국가청소년위원회)

2008. 02. NHN, CMT 산업 주주가치성과지수 상위 60대 기업에 선정 (올리버와이먼)
NHN, ‘2008 한국에서 가장 존경받는 기업 All Star 3’에 선정 (한국능률협회 컨설팅)
03. NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 3년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)
04. NHN, ‘Global 2000’ 기업에 선정 (美 포브스)
09. NHN, ‘아시아 50대 우량 기업’ 선정 (비즈니스위크)
10. NHN, 2008 대한민국 디자인대상 디자인경영 부문 국무총리상 수상 (지식경제부, 한국디자인진흥원)
12. NHN, ‘2008 산업별 실적 우수기업’ 5위 선정 (뉴스위크)

2009. 04. 한게임 웹보드 게임 부문 2위 선정 (한국생산성본부)
NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 4년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)
06. 2009년도 매출 1000억 벤처기업 시상식서 ‘매출액 최고 벤처상’ 수상 (벤처기업협회)
10. 네이버, ‘2009 KS-SQI(한국서비스품질지수)’ 6년 연속 1위 선정 (한국표준협회)
11. 네이버, ‘2009 KCSI(한국고객만족도 조사)’ 7년 연속 1위 선정 (한국능률협회)
네이버, 전세계 검색 순위 5위 기록 (컴스코어)
12. 네이버 모바일 웹 부문&미디어/정보서비스 부문 2009 대상 수상 (웹어워드코리아)
2009 대한민국 게임대상 C9 대상 수상 (문화체육관광부)
NHN, ‘2009년 아시아-태평양 지역 유망 50대 기업’ 선정 (포브스)
‘2009 대한민국 100대 브랜드’ 3위 선정 (브랜드스톡)
NHN, ‘2009 한국나눔봉사대상’ 수상 (한국일보)
NHN, ‘도서관 기부’ 분야 유공자 선정으로 문화부 장관상 수상 (문화체육관광부)

2010. 04. NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 5년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)
06. 네이버 한글사랑캠페인 ‘한글한글 아름답게’, PR Lions Silver 수상 (Cannes lions)
08. 연차보고서, 인터넷 서비스 부문 금상, 출판/제작 부문 금상, 디자인 부문 동상 수상 (Annual Report Competition 2010 Awards)
NHN, 브랜드 디자인 5 개 부문 본상 수상 (Red Dot Award)
네이버 그린원도우, 어둠속의 대화 소개영상 등 9 개 부문 디자인 본상 수상 (iF Design Award)
12. 네이버, 아시아를 대표하는 Tech Company Top 10 선정 (Business Insider)
네이버 모바일 웹 부문&미디어/정보서비스 15개 부문 수상 (웹어워드코리아)

2011. 04. NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 6년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)
07. NHN, 중소기업청과 벤처기업협회 선정 ‘매출액 부문 우수 벤처기업상’ 수상
08. 연차보고서, 인터넷 서비스 부문 금상, 사진 부문 금상, 출판 부문 은상, 디자인 부문 동상 수상 (Annual Report Competition 2011 Awards)
10. NHN 그린팩토리, 2011 한국건축문화대상 우수상 수상
11. 네이버 앱스퀘어 및 포토 인화 패키지, 커뮤니케이션 부문 본상 수상 (iF Design Award)
12. NHN, 2011년도 정보보호대상 수상 (방송통신위원회 및 한국인터넷진흥원)

2012. 04. NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 7년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)
06. 네이버 앱스퀘어, NHN NEXT Identity 등 브랜드 디자인 4 개 부문 본상 수상 (Red Dot Award)
07. 네이버 부동산앱, NHN 다이어리 패키지 등 브랜드 디자인 4개 부문 수상 (IDEA)
10. NHN, ‘2012 디지털국토엑스포’ 대통령 표창 단체부문 수상 (국토해양부)
12. 네이버뮤직, 제 1회 대한민국 TV앱 생활 부문 최우수상 수상 (방송통신위원회)
NHN, ‘제 21회 경실련 좋은기업상’ 비제조 부문 최우수 기업 상 수상 (경제정의실천시민연합)
NHN NEXT 아이덴티티, 라인 등 7개 부문 디자인 본상 수상 (iF Design Award)

2013. 04. NHN, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 8년 연속 1위 선정 (한국생산성본부)

2014. 02. 네이버, 대한변호사협회 공로상 수상
네이버 데이터센터 각 등 디자인 4개 부문 수상 (iF Design Award)
04. 네이버, 고용 부문 장관 표창 수상 (보건복지부)
05. 네이버, 남녀고용평등 우수기업 대통령 표창 수상 (고용노동부)
07. 네이버 한글캠페인 등 브랜드 디자인 6개 부문 수상 (IDEA)
08. 네이버 SDF 데이터 스캐어 ‘베스트 오브 더 베스트’ 선정 등 디자인 5개 부문 본상 수상 (Red Dot Award)
10. 네이버 그린팩토리, LEED 플래티넘 세계최고점수 획득
12. 네이버, 교육기부 대상 기업부문 수상 (교육부)
네이버, 소프트웨어 산업 육성 공로상 수상 (미래창조과학부)

2015. 01. 라인프렌즈, 라이선싱 최고권위상 LIMA-ALA 2관왕 석권
02. 네이버 라이브러리, TOSS 등 디자인 8개 부문 수상 (iF Design Award)
02. 라인, 최고 국제 스타트업상 수상 (Crunch Award)
08. 네이버 지하철노선도, 사회적 책임분야 ‘베스트 오브 더 베스트’ 선정 등 5개 부문 수상 (Red Dot Award)
라인 셀피 전용 앱 B612, 커뮤니케이션 디자인 부문 ‘베스트 오브 더 베스트’ 선정 등 2개 부문 수상 (Red Dot Award)
네이버 서비스 히스토리 웰(커넥트원), 디지털 디자인 부문 금상 수상(IDEA)
09. 네이버, 제1회 기업-농업계 상생협력 경연대회 장관상 수상 (농림수산식품부)
11. 네이버, 제3회 소프트웨어 산업보호대상 공공민간분야 장관상 수상 (미래창조과학부)

2016. 01. 네이버, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 10년 연속 1위 (한국생산성본부)
08. 네이버, 포브스 ‘100대 혁신 기업’ 3년 연속 선정
10. 네이버, 2016 KCSI(한국고객만족도조사) 검색포털사이트 부문 13년 연속 1위 선정 (한국능률컨설팅협회)
네이버, 제38회 한국에너지효율대상 대통령표창 수상 (행정자치부)

2017. 03. 네이버, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 11년 연속 1위 (한국생산성본부)
05. 네이버, CEO스코어 ‘최우수 경영 기업’ 선정
11. 데이터센터 각, ‘에너지 챔피언’ 선정

- 2018. 06.** 동반성장지수 평가 2년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
- 08.** 파파고·웨일·네이버지도, 독일 레드닷 어워드 커뮤니케이션 부문 수상 (Red Dot Award)
- 09.** LICO 웹애니메이션 '연애하루전', 'BCWW2018' 뉴미디어콘텐츠상 대상 수상
- 10.** 네이버, IDEA 4개 부문에서 클로바 프렌즈 등 6종 프로젝트 수상 (IDEA)
포춘 선정 '미래유망기업(The Future 50)' 6위에 선정 (FORTUNE)
- 11.** 네이버·네이버랩스, CES2019 이노베이션 어워드 4개 프로젝트 수상
네이버 비즈니스 플랫폼, '그랜드 클라우드 컨퍼런스' 장관상 수상(과학기술정보통신부) (클라우드 산업발전유공 장관 표창)

- 2019. 02.** 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 6개 서비스 수상 (iF Design Award)
파파고, 독일 iF 디자인 어워드 2개 부문 수상(iF Design Award)
V LIVE 오리지널 라이브 포맷, 미디어 엑셀런스 어워드 '음악' 부문 수상 (Media Excellence Awards)
- 04.** 네이버랩스, 레드닷 어워드 4개 제품 수상 (Red Dot Award)
- 06.** 네이버, 포브스 선정 100대 혁신기업 9위 선정 (5년 연속)
동반성장지수 평가 3년 연속 최우수, 인터넷 플랫폼 업종 최초 '최우수 명예 기업' 선정 (동반성장위원회)
- 09.** 네이버, '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정 (고용노동부)
- 10.** 네이버, '2019 대한민국 소상공인대회' 감사패 수상
라인웍스 클로바 클락 등 6개 제품, 일본 '굿디자인 어워드' 수상 (Good Design Award)
- 11.** 네이버, 동반성장주간 기념식 자발적 상생협력 부문 대통령 표창 수상 (중소벤처기업부, 동반성장위원회)
- 12.** 네이버, 대한민국 동반성장 시상식 3년 연속 '동반성장지수평가 최우수 기업상' 수상 (동반성장위원회)

- 2020. 02.** 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award)
- 08.** 2020 레드닷 어워드 5개 부문 본상 수상
2019 LACP 비전 어워드(Vision Award) 금상 수상
- 09.** 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상
2019 동반성장지수 평가에서 4년 연속 최우수 등급 수상
- 10.** 2020 포브스 선정 The World's Best Employers 2020 37위
포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위
- 12.** 네이버, 정책소통 유공 장관 표창 수상 (행정안전부)
클로바 램프, CES 혁신상 수상

- 1999. 06.** 네이버컴(주) 설립, 검색 포털 네이버 서비스 시작
어린이 전용 포털 주니어네이버 서비스 시작
- 12.** 게임 포털 한게임 정식 서비스 시작

- 2000. 07.** (주)한게임커뮤니케이션, (주)원큐, 서치솔루션(주) 인수
09. 한게임 재팬 법인 설립

- 2001. 09.** Next Human Network, NHN(주)로 사명 변경

- 2002. 10.** 코스닥(KOSDAQ) 등록

- 2003. 10.** NHN 재팬으로 일본 법인 통합
12. 디지털콘텐츠 전송기술 개발 업체 퓨처밸리(주) 인수

- 2004. 04.** 코스닥 업종 시가총액 1위 기업 등극
06. 렌즈 서비스 제휴 체결
11. 게임 개발 스튜디오 NHN 게임스(주) 설립

- 2005. 07.** 온라인 기부 포털 해피빈 서비스 시작
미국법인 NHN USA 설립
08. 인터넷 서비스 운영 전문 기업 NHN서비스(주) 설립

- 2006. 06.** 검색 전문회사 (주)첫눈 인수
10. 스토리지 솔루션 전문업체 데이터코러스(주) 인수

- 2007. 05.** NHN USA, 게임 포털 서비스 jjji.com 정식 서비스 시작
11. 일본 검색 사업 법인 네이버 재팬 설립
12. 일본 검색 사업 준비 지원 법인 NHST (Next Human Search Technology) 설립

- 2008. 11.** 유가증권시장(KOSPI) 이전 상장

- 2009. 01.** 마이크로 블로그 서비스 미투데이 인수
02. 여행 정보 사이트 텡버스 인수
05. 온라인 기부문화 확산을 위해 재단법인 해피빈 설립
NHN(주) 기업 분할, NHN 비즈니스 플랫폼 출범
07. 모바일 쿠폰 제공 솔루션 기업 (주)이토프 계열사 추가
08. 창립 10주년 기념 기업 로고(CI) 변경

- 2010. 01.** NHN(주), 여성부와 '여성친화 기업문화 확산을 위한 협약' 체결
04. 여유자금 운용 및 벤처투자 등 투자전문기업 NHN Investment 설립
NHN 재팬, 라이브도어(livedoor.com) 인수
신사옥 그린팩토리 입주
05. NHN 문화재단 설립
07. 텡버스 흡수 합병
NHN 소셜엔터프라이즈, 고용노동부 사회적 기업 인증 획득 및 엔비전스로 사명 변경

- 2011. 01.** NHN 비즈니스 플랫폼, 네이버에 자체 광고 전면 시행
스마트 디바이스 게임 개발사 오렌지크루(주) 계열사 추가
04. NTS(NHN Technology Services)(주) 계열사 추가
09. NHN-KT 합작법인 칸커뮤니케이션즈(주) 계열사 추가

- 2012. 01.** NHN 재팬, 네이버 재팬, 라이브도어 등 3개 법인 NHN 재팬으로 통합
04. 취약계층 고용창출 위해 웹젠과 공동 투자, (주)더사랑 계열사 추가
08. 싱가포르 법인 NHN SINGAPORE PTE.LTD 설립

- 2013. 03.** LINE 글로벌 사업 전담 라인플러스(LINE+) 설립
모바일 사업 전담 자회사 캠프모바일 설립
04. NHN 재팬, 라인 주식회사로 사명 변경 및 게임사업 분리
06. 데이터센터 각 설립
08. NHN(주), 네이버(주)로 사명 변경 및 게임사업 분리
12. 캠프모바일, 대만 후스콜 서비스 업체 고고록 인수

- 2014. 07.** 네이버비즈니스플랫폼(주) 광고 및 플랫폼 사업 부분, 네이버(주)로 합병

- 2015. 04.** 기업용 협업 서비스 전담 자회사 워크스 모바일(Works Mobile) 설립
06. SW교육 플랫폼 개발사 엔트리코리아 인수

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

- 2017. 01.** 미래기술 R&D법인 네이버랩스(주) 설립
05. 네이버웹툰(주), 별도 법인 설립
06. 스타트업 인큐베이터 스테이션F에 스페이스 그린 오픈
AI연구소 제록스리서치센터유럽(XRCE) 인수

- 2018. 02.** 캠프모바일 합병
04. 홍콩과학기술대학교(HKUST)와 공동 AI연구소 설립
08. 네이버웹툰, IP 브릿지 컴퍼니 스튜디오ON 설립
11. 네이버랩스-퀄컴, 미래기술 연구개발 협력 MOU 체결

- 2019. 11.** 네이버파이낸셜 설립

- 2020. 05.** 네이버제트 별도 법인으로 분사
06. 커넥트재단, 네이버커넥트재단으로 명칭 변경
10. 케이크 별도 법인으로 분사
NBP, 네이버클라우드로 사명 변경

IR 정보

회사명	네이버 주식회사 (KOSPI 035420)
대표이사	한성숙
설립일	1999년 6월 2일
자본금	16,481,339,500원
본사	경기도 성남시 분당구 불정로 6 네이버 그린팩토리 (우. 13561)
홈페이지	www.navercorp.com

주요 서비스

인터넷 서비스

• 인터넷 검색포털 네이버	www.naver.com
• 어린이 전용포털 주니어네이버	www.jr.naver.com
• 온라인 기부포털 해피빈	https://happybean.naver.com
• 네이버웹툰	https://comic.naver.com
• V LIVE	www.vlive.tv
• 밴드	www.band.us

모바일 서비스

• 네이버 모바일	https://m.naver.com
• 글로벌 모바일 메신저 LINE	https://line.me/ko/
• AR카메라 콘텐츠스 SNOW	www.snow.me

종업원 현황

(2020년 12월 31일 기준)

네이버(주)	4,013명 (자회사 인력은 별도 집계)
--------	------------------------

주식에 관한 사항

(2020년 12월 31일 기준)

발행주식 수	보통주 164,263,395주
시가총액	480,470억 원

외부감사인

삼일회계법인

주소	서울특별시 용산구 한강대로 92(한강로2가 LS용산타워)
홈페이지	www.pwc.com/kr/ko
전화	+82-2-3781-3131
팩스	+82-2-3781-3196

IR 정보

네이버(주)의 2020년 연차보고서 및 회사에 대한 최신 투자 정보는 회사 홈페이지 (www.navercorp.com)에서 한국어와 영어로 확인하실 수 있습니다.

투자자 문의

네이버(주)에 대한 투자 및 IR과 관련한 문의 사항이 있으실 경우, 아래의 연락처로 문의해 주십시오.

네이버(주) IR

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

투자자를 위한 주의사항

본 보고서에는 네이버(주)의 과거 실적과 사업의 현황 등을 토대로 미래 전망에 대한 내용이 일부 포함되어 있습니다. 그러나 국내외 경기 변화와 사업상의 여러 불확실한 요소 등으로 인해 연차보고서에 담긴 내용과는 상이한 결과가 나타날 수 있습니다. 네이버(주) 및 관계회사의 임직원은 이 보고서의 정보와 내용을 토대로 한, 제3자의 투자나 사업 결정으로 인한 피해에 대해 어떠한 경우에도 책임을 지지 않으므로 주의 부탁드립니다.

NAVER