

# Embracing Sustainability for Growth

**네이버 2020 ESG 보고서**

(2021년 4월 업데이트)



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

## ABOUT THIS REPORT

### 보고서 개요

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

### 보고 기간

네이버 2020 ESG 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2020년 12월 31일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2020년 12월 31일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2021년 3월 31일까지의 의사결정 사항을 담고 있습니다.

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

### 보고 범위

본 보고서의 보고 범위는 다음과 같습니다.

- 재무 및 사업 성과에 관한 보고는 네이버가 운영하고 있는 본사 및 국내외 사업장 전체를 포함하고 있습니다.
- 비재무 성과는 네이버 주식회사 개별 기업을 기준으로 작성하였으며, 환경 성과는 네이버의 데이터센터 '각', 네이버 제1사옥 '그린팩토리', 건설 중인 제2사옥 '1784'를 포함하고 있습니다.

### 작성 기준

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

### 보고서 검증

본 보고서는 보고 내용의 신뢰성 확보를 위하여 독립적인 외부 검증기관인 한국경영인증원(KMR)의 검증 과정을 거쳤으며, 보고서 검증은 국제적 검증 기준인 AA1000 AS v3에 따라 수행되었습니다.

### 보고서 문의

본 보고서에 대한 문의사항은 아래의 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

네이버 Green Impact팀

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



**COVER STORY**

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



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

**CONTENTS**

**MANAGEMENT OVERVIEW**

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

**GOVERNANCE & TRUST**

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

**KEY HIGHLIGHTS**

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

**SOCIAL & ENVIRONMENT**

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

**APPENDIX**

- 91 Performance Indices
- 95 GRI Index
- 98 UN SDGs
- 99 수상 및 가입 협회
- 100 검증 의견서

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

# Empowering green platform & initiative for the future



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



# Scaling social impacts & sustainability in mind



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



# Guided by good governance & shared values

파트너스퀘어 종로교차로  
함께 나누고 싶은 이야기

파트너스퀘어 종로교차로

네이버 파트너스퀘어는 스타트업과 중소기업의 성장을 위한 전문 교육과 공간을 통해 누구나 온라인에서 쉽게 시작하고 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.

파트너스퀘어 플랫폼은 온라인 비즈니스와 콘텐츠 성장을 위한 다양한 비즈니스 스튜디오를 보유하고, 사업을 하는 '스몰메이커스'를 위한 프로그램을 제공합니다.



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



# CEO 메시지



## 안녕하십니까, 네이버 대표이사 한성숙입니다.

네이버는 COVID-19 위기에도 미래 경쟁력을 강화하기 위해 지속적인 체질 개선을 진행하고, 선제적으로 리스크를 관리하여 위기를 기회로 만들어 나가고 있습니다. 이에 따라 네이버는 2020년 한 해 서치플랫폼의 견고한 성장과 더불어, 앞으로의 신성장동력이 될 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드까지 각 사업 영역이 모두 고르게 성장하는 고무적인 성과를 거두고 있습니다.

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

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

네이버의 중장기 ESG 전략은 다음의 방향성을 담고 있습니다.

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

네이버는 최고 의사결정기구의 역할을 강화하고 역량을 결집하기 위해 2020년 10월 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하였습니다. 네이버의 이사회와 경영진은 포스트 코로나 시대에 더욱 중요해질 회복 역량을 강화하는 한편, 장기적 기업가치 증대를 위한 재무/비재무성과의 통합적 관리를 확대해 나갈 것입니다.

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

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

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

이와 더불어 네이버는 장기 성장동력 확보를 위해 국내외 경쟁력 높은 다양한 회사와 협업을 추진하고 있습니다. 2020년 네이버는 2020년 CJ그룹과의 전략적 사업제휴를 진행하였으며, 2021년에도 세계 최대 웹소설 플랫폼인 왓패드(Wattpad) 인수, 빅히트엔터테인먼트와 통합 플랫폼 협의, 신세계그룹과 이커머스 파트너십 체결, LINE과 Z홀딩스의 경영통합 등으로 사업적 역량을 신속히 강화시키고 장기적인 성장 발판을 마련하고 있습니다.

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

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

2021년 4월

네이버 주식회사  
대표이사 한성숙

OUR COMPANY

# 네이버 소개

네이버 주식회사는 국내 1위 인터넷 검색 포털 '네이버(NAVER)' 서비스를 기반으로 검색, 커머스, 핀테크 사업을 영위하고 있으며, 건설 중인 제2 데이터센터를 고려 시, 국내 최대 IDC를 보유한 기업으로서 공공/금융 분야를 중심으로 클라우드를 비롯한 다양한 IT 인프라와 비즈니스 솔루션을 제공하고 있습니다. 또한 웹툰, 뮤직, VLIVE 등 다양한 콘텐츠 사업을 통해서도 글로벌 사업을 확장하고 있는 ICT 기업입니다.

네이버는 모바일 메신저 LINE을 개발하여 전 세계 2억 명에게 성공적으로 서비스되고 있으며, 현재는 LINE-Z홀딩스 경영통합을 위한 전략적 지주회사 A홀딩스를 출범시켜, 한 단계 더 나아간 사업 확장을 추진하고 있습니다. 또한, 인공지능, 로봇틱스, 모빌리티 등 미래 기술에 대한 지속적인 연구개발을 통해 기술 플랫폼의 변화와 혁신을 추구하며, 세계 각국의 수많은 이용자와 다양한 파트너들이 함께 성장하는 플랫폼 생태계를 구축하고 있습니다

## CORPORATE INFORMATION

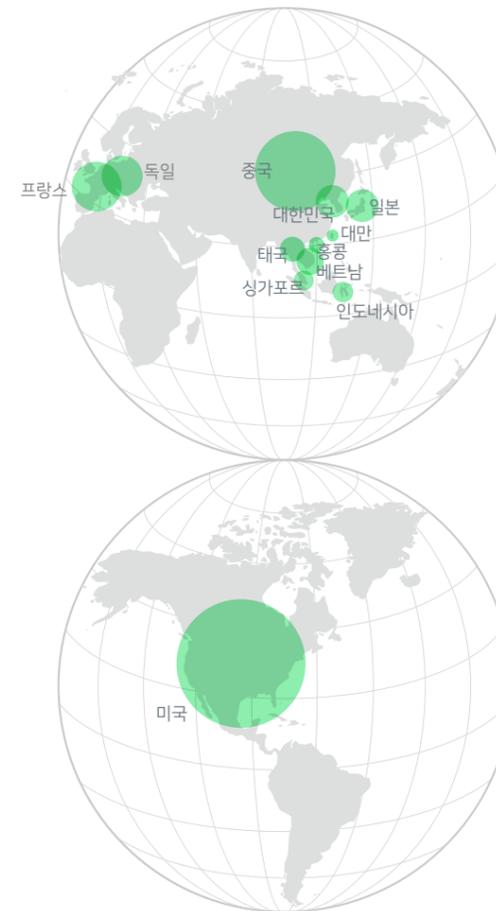
회사명	네이버 주식회사 (NAVER Corporation)	
설립연도	1999년 6월	
대표이사	한성숙	
본사 위치	경기도 성남시 분당구 불정로 6 네이버 그린 팩토리	
임직원 수	4,103명 (2020년 12월 말 기준)	
영업수익	5조 3,041억원 (2020년 12월 말 기준)	

## KEY MILESTONES

주요 연혁	
2021. 03	네이버·소프트뱅크 합작사 A홀딩스 설립
2020. 10	NBP, 네이버클라우드 사명 변경
2020. 06	커넥트재단, 네이버커넥트재단으로 명칭 변경
2019. 12	소프트뱅크와 거래계약, 합작계약 및 자본제휴계약(LINE-Z홀딩스) 체결
2019. 11	네이버파이낸셜 설립
2017. 05	네이버웹툰 주식회사, 별도법인 설립
2017. 01	미래기술 별도 법인 네이버랩스 주식회사 설립
2016. 08	스노우 주식회사 설립
2016. 07	라인 주식회사, 뉴욕 및 도쿄 증시 동시 상장
2015. 04	기업용 협업 서비스 전담 자회사 워크스모바일(Works Mobile) 설립
2014. 07	네이버비즈니스플랫폼 주식회사 광고 및 플랫폼 사업 부문, 네이버 주식회사로 합병
2013. 08	NHN 주식회사, 네이버 주식회사로 사명 변경 및 게임사업 분리
2013. 06	데이터센터 각 설립
2013. 03	LINE 글로벌 사업 전담 라인플러스(LINE+) 설립
2012. 01	NHN 재팬, 네이버 재팬, 라이브도어 등 3개 법인 NHN 재팬으로 통합
2010. 05	NHN 문화재단 설립(現 네이버 문화재단) 설립
2010. 04	NHN, 신사옥 그린팩토리 입주
2008. 11	유가증권시장(KOSPI) 이전 상장
대외평가	
A	MSCI ESG Ratings 종합 A 등급 (2020년 5월 기준)
A+	2020년 한국기업지배구조원(KCGS) 지배구조 A+, 통합 A 등급 (2021년 1분기 기준)
4년	2019년 동반성장위원회 동반성장지수 4년 연속 최우수기업 (2020년 9월 기준)

## GLOBAL NETWORK

### 전 세계 12개국 진출



## FEATURED SERVICES

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

\*2020년 12월 말 기준

\*2020년 12월 말 기준

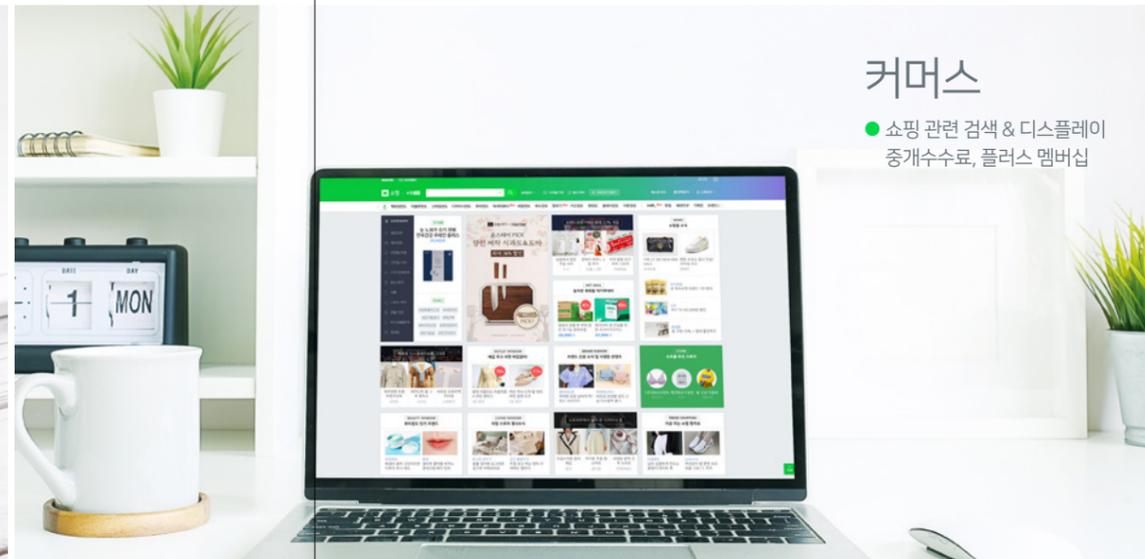
# 주요 사업

네이버는 국내 1위 검색 포털 '네이버(NAVER)'를 통한 서치 플랫폼 및 커머스 사업을 통해 견조한 매출을 창출하고 있으며, 최근에는 보다 다각화된 사업 포트폴리오를 통해 신규 사업 기회 확보를 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 이에 따라 네이버 페이지를 기반으로 한 핀테크, 웹툰, 뮤직, V LIVE 등의 콘텐츠 서비스, 다양한 기업용 솔루션을 제공하는 클라우드 등이 빠른 성장을 보이고 있습니다.



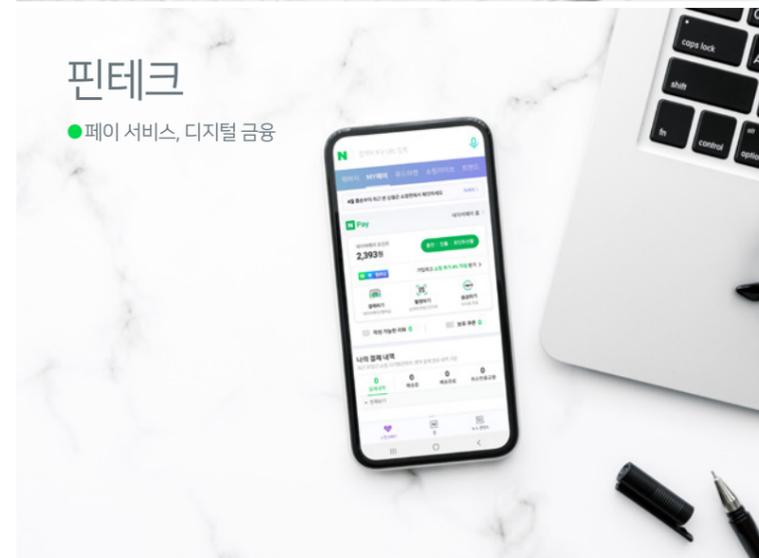
## 서치플랫폼

- 검색, 디스플레이



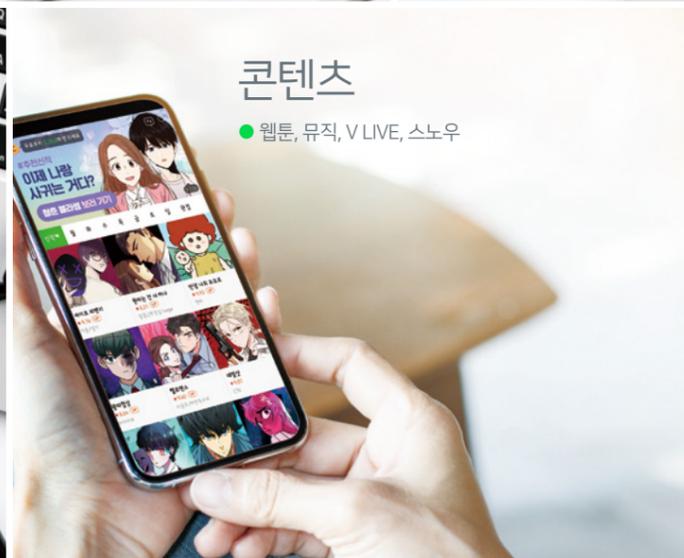
## 커머스

- 쇼핑 관련 검색 & 디스플레이  
중개수수료, 플러스 멤버십



## 핀테크

- 페이 서비스, 디지털 금융



## 콘텐츠

- 웹툰, 뮤직, V LIVE, 스노우

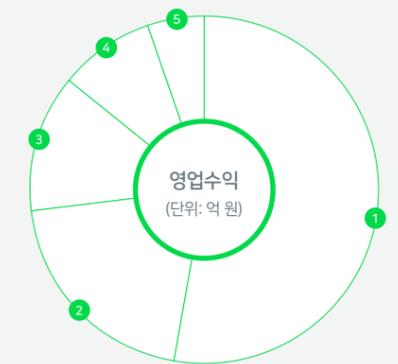


## 클라우드

- 클라우드, 웨스, 클로바

### 2020년 3분기부터 변동된 매출 재분류에 관한 참고 사항

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



구분	매출액 (억 원)	비율 (%)
1 서치플랫폼	28,031	52.8%
2 커머스	10,897	20.5%
3 핀테크	6,775	12.8%
4 콘텐츠	4,602	8.7%
5 클라우드	2,737	5.2%

\* 2020년 기준, 연결재무제표 기준

## OUR AMBITIONS

# ESG 추진 전략

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

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

2020년 7월~10월 기간 동안 경영진 및 이사회, 전 유관부서를 대상으로 의견을 수렴하는 프로세스를 가졌습니다. 또한, 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, 이사회의 의견을 모았습니다. 이를 기반으로 국내·외 지속가능경영 환경 변화, 산업 동향, 이해관계자 요구 수준 대비 내부 관리 현황이 취약한 영역들을 식별하고, 내부 자원을 고려한 유관부서의 ESG 개선과제를 도출하였습니다.

이 중, 이해관계자 관심도가 높으며 네이버가 중장기적으로 추진해야 할 필요성이 있는 ESG 핵심 영역을 중심으로 ESG 추진 방향성을 체계화 하였습니다. 나아가 네이버는 2020년을 시작으로, 기업가치에 중대한 영향을 미치는 ESG 이슈의 관리 현황 및 계획에 대하여 적시성과 투명성을 갖춘 정보공시를 진행할 예정입니다. 향후 2020년 첫 선을 보인 'ESG 보고서'를 지속적으로 발간함으로써 회사의 기업가치에 중대한 영향을 미치는 ESG 이슈에 대한 정보를 투명하고 성실하게 공개해나갈 계획입니다.

### ESG 기반 기업가치 제고 전략

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



## ESG 관리 체계

### 이사회 산하 ESG위원회

2020년 10월, 네이버는 이사회 산하에 CEO와 외부독립이사 3인으로 구성된 ESG위원회를 신설하였습니다. 환경, 사회 이슈 관련 의사결정을 진행하던 기존 리스크관리위원회(구 투명성위원회)의 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 위한 보고서 발간계획 등을 검토하였습니다.

### ESG전담조직

2020년 12월, 글로벌 선도기업 수준의 ESG경영 추진을 위해 CFO 조직 산하에 ESG 전담조직인 Green Impact팀을 신설하였습니다. ESG전담조직(Green Impact)은 전사 유관부서에서 추진하는 개별 ESG 추진과제를 관리하고, 외부 이해관계자 요구사항에 기반한 가이드를 제시하며, 과제 추진 현황을 기반으로 연 4회 이사회 산하 ESG위원회에 안건을 상정하는 역할을 수행합니다. 2021년 2월, CFO 산하에 환경 전담조직인 Environment팀을 신설하여 국내·외 환경 규제 강화 움직임에 선제적으로 대응할 수 있는 방안을 마련하고 있으며, '2040 Carbon Negative<sup>1)</sup>'의 성공적 이행을 위한 전략 체계와 효과적인 환경경영시스템 도입을 추진 중에 있습니다.

<sup>1)</sup> 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 조직도



<sup>1)</sup> 2021년 2월 신설

# 이해관계자 참여 및 소통

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

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

# ESG 중요 이슈

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

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

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

## 중대성 평가 프로세스



## 중대성 평가 결과

Materiality Matrix



비즈니스 중요도 설명

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

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

<sup>1)</sup> 비즈니스 중요도: ● Very High ● High ● Medium ● Low

# Key Highlights

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

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

## OUR IMPACT

- 24 경제적 가치 분배
- 25 ESG 경영 강화

## SPECIAL REPORT

- 26 COVID-19, 네이버의 대응 및 역할

## MANAGEMENT REPORT

- 34 지속가능한 비즈니스 성장

## OUR IMPACT

# 경제적 가치 분배

네이버는 견고한 성장을 통해 창출한 경제적 가치를 다양한 이해관계자에게 분배하며 기업의 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.

### 이해관계자 경제적 가치 분배

네이버는 2019년 연결기준 창출된 경제적 가치 중 2조 9,236억 원을 이해관계자들에게 분배하였으며, 2020년에는 3조 4,944억 원의 가치가 분배되었습니다.

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

(단위: 백만 원)

이해관계자 구분	2019	2020
 <b>구성원</b> - 급여, 퇴직급여 및 복리후생비 <sup>1)</sup>	927,604	1,042,439
 <b>파트너</b> - 파트너 비용 <sup>2)</sup> , 분수펀드 사업 플랫폼	1,411,394	1,830,234
 <b>투자자/주주/채권자</b> - 배당금 및 이자비용	63,400	76,616
 <b>정부</b> - 법인세 비용	470,550	492,535
 <b>지역사회</b> - 사회공헌비 <sup>3)</sup> , 분수펀드 공익 플랫폼(기부금)	50,681	52,615
<b>합계</b>	<b>2,923,629</b>	<b>3,494,439</b>

<sup>1)</sup> 연결재무제표 주석 중 영업비용 참고

<sup>2)</sup> 판매수수료, 결제수수료, 페이지리뷰료, 콘텐츠수수료, 스피커원가 등

<sup>3)</sup> 연결재무제표 주석 중 기타비용 참고

# ESG 경영 강화

네이버는 기술, 인력, 자본을 모두 활용하여 ESG경영을 강화하고 있습니다. 아울러 이러한 노력들을 글로벌 투자자들에게 투명하고 적극적으로 알림으로써 회사의 지속가능한 가치를 높이고 있습니다.

### ESG채권 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. 네이버의 ESG채권은 녹색채권(Green Bond)과 사회적채권(Social Bond)이 결합된 특수목적채권으로, 친환경사업 분야 및 사회문제 해결을 위한 포괄적인 용도로 자금을 활용할 수 있습니다. 네이버는 지속가능채권을 통해 조성된 자금을 네이버의 비즈니스 경쟁력인 친환경적인 SME 생태계 조성부터 친환경 IT인프라 조성, 파트너 지원 확대 등에 활용하고자 합니다.



NAVER Sustainable Finance Framework



Sustainalytics Second-Party Opinion

이러한 내용을 포함한 채권 자금 활용 계획을 Sustainable Finance Framework를 통해 구체적으로 명시하였으며, Sustainalytics로부터 사전 검증 의견인 Second Party Opinion을 받아 홈페이지에 공개하였습니다. 네이버는 이러한 적극적인 지속가능 경영 활동을 통해 ESG 경영을 위한 네이버의 다양한 노력을 글로벌 투자자들에게 적극적으로 알리고, 국내 대표 친환경 인터넷 기업으로서의 위상을 제고할 계획입니다.

#### 친환경 추진 계획

에너지 절감	사업장 및 데이터센터의 운영 효율화를 통한 에너지 절감
친환경 빌딩 운영	신규 건축하는 빌딩과 현재 운영 중인 사업장에 글로벌 친환경 스탠다드 인증 취득
재생에너지 사용	태양광, 풍력, 지열 등 재생에너지 사용 확대
물 사용 관리	우수 활용, 용수 사용량 절감, 물 재사용 등
순환경제 활성화	사업장 내 폐기물 저감, 생분해성 포장재 활용을 통한 환경 영향 최소화
친환경 교통 수단 활용	전기차, 자전거 등의 사용 확대

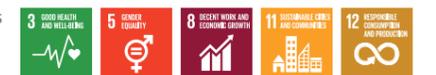
Alignment with UN SDGs



#### 사회공헌 추진 계획

디지털 활용능력	디지털 접근성이 떨어지는 SME, 스타트업, 창작자의 디지털 활용능력 향상 지원
COVID-19 대응	SME, 학교, 창작자의 COVID-19 위기 극복을 위한 기술적 지원 강화, 의료/위생 용품 기부
SME, 스타트업 지원	사회적 약자가 운영하는 SME, 스타트업에 대한 지원 강화
여성, 청년 취업 지원	기술 교육을 통한 취업 지원 활동 강화

Alignment with UN SDGs



# COVID-19, 네이버의 대응 및 역할

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



## #Collaborate

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



### 정부 및 지자체 협력

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

또한, 네이버는 2020년 3월 국내 최초로 AI 시스템 '클로바 케어콜 서비스'를 성남시에 도입한 이후 현재 서울 서초, 부산, 인천, 경기, 전주 등 전국 10개 이상 주요 지자체와 MOU를 체결하고 전국으로 확대 중입니다. '클로바 케어콜'은 능동감시자 대상자에게 하루 두 번씩 자동으로 전화를 걸어 발열, 호흡기 증상을 확인하는 체계로 보건소가 시 상담 결과 리포트를 활용해 유증상자에 대한 필요 조치를 할 수 있도록 도와주는 서비스입니다. 시로 단순한 전화상담 모니터링 업무를 대체한 클로바 케어콜은 감염자 수가 하루 만에 급증하는 예측하기 어려운 상황이 발생하더라도, 현장 의료진들이 방역 관리에만 집중할 수 있도록 유연하고 효율적으로 대처했습니다.

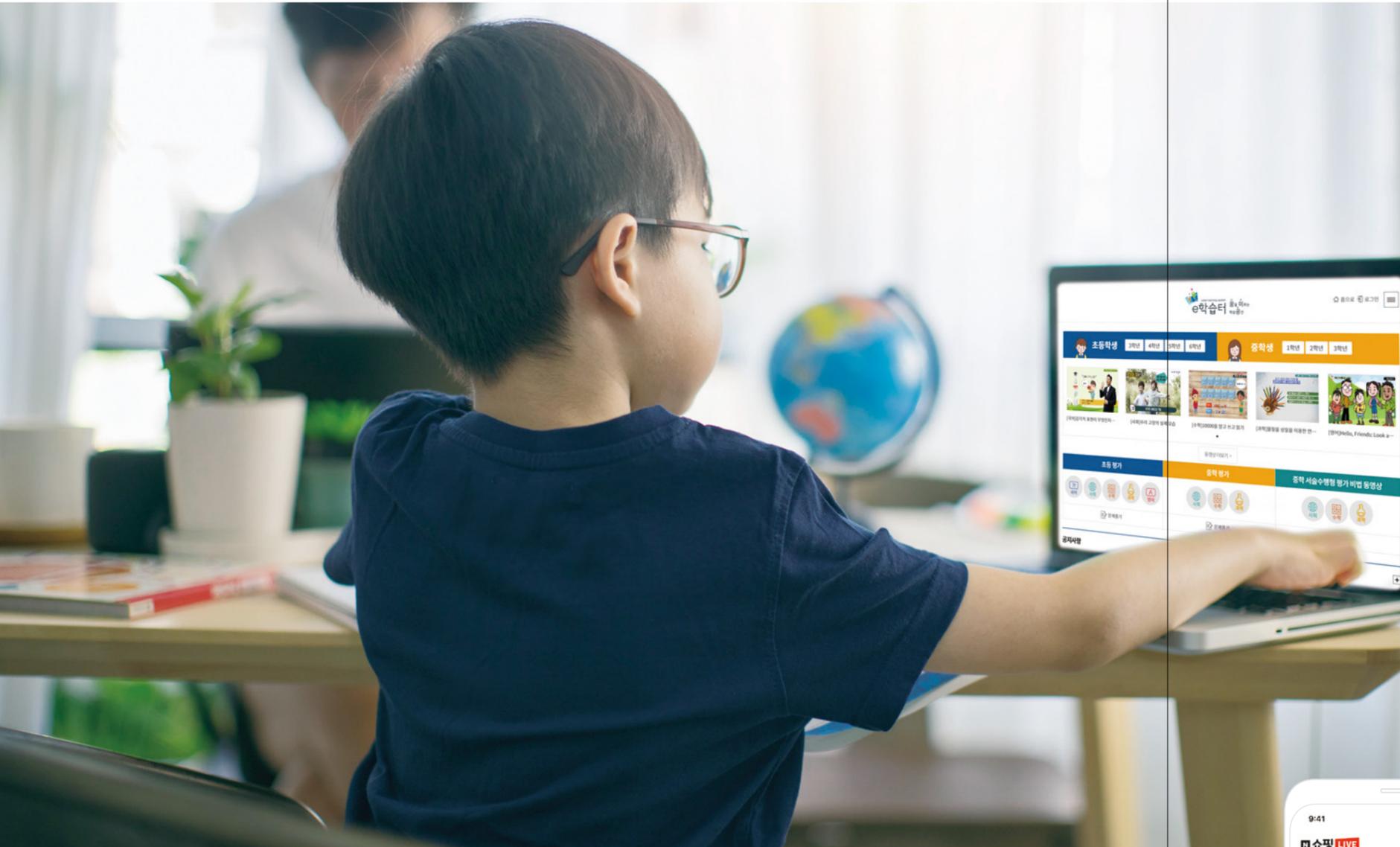
현재 일평균 2,000~2,500콜을 수행하고 있으며, 2021년 3월까지 출시 후 1년간 누적 13,000여 명을 대상으로 18만여 콜을 진행했습니다. 특히, 클로바 케어콜은 지난 5월과 8월 수도권을 중심으로 지역 감염이 확산되었던 시기에 평소보다 4배 이상 많은 일 1,000여건 이상의 전화상담 업무를 대신 수행하였습니다. 이 과정에서 1,500여건 이상의 발열 현상을 확인하여, 유증상자를 보다 빠르게 발견할 수 있도록 지자체의 방역 관리를 지원하였습니다. 또한 COVID-19 이후에도 클로바 케어콜은 독거노인을 대상으로 고독사 예방 및 치매 조기 진단 등 다양한 분야의 공공 서비스를 지원함으로써 기술로 더 나은 사회를 만드는 데 앞장설 계획입니다.

#### 정부기관 협력 사례

- 공적마스크 앱** : 건강보험심사평가원(심평원)과 한국정보화진흥원(NIA)이 제공하는 공적 마스크 판매 데이터를 네이버 클라우드를 통해 오픈API로 제공하고 네이버 검색 및 지도를 통해 판매처와 재고 현황 정보 제공
- 전자출입명부** : 중앙사고수습본부(중수본)와 함께 확진자 역학조사 및 COVID-19 확산 방지를 위한 QR체크인 사업자 최초 운영
- 개인안심번호** : 다중 이용시설의 수기 출입명부에 휴대전화번호 대신 사용할 수 있는 고유번호인 개인안심번호 발급을 통해 휴대전화번호 유출 방지
- 검색창 배너** : 중앙재난안전대책본부(중대본), 중수본, 방역대책본부(방대본) 문화체육관광부(문체부)와 협력하여 COVID-19 발생 현황 실시간 제공, 정례브리핑 생중계, 대응수칙 및 정부 정책 안내 지원

#### 클로바 케어콜 서비스





# #Connect

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

## 대중 서비스 지원

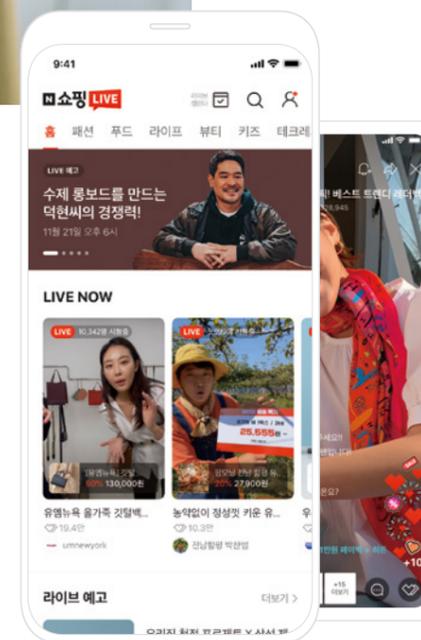
네이버는 COVID-19 확산으로 원격근무 등 유연근무제를 시행하는 기업들이 늘어남에 따라 네이버웍스 Lite 상품을 일정 기간 동안 무상으로 지원하였습니다. 네이버웍스는 업무용 협업 톨로, 메시지, 파일 공유, 화상회의, 음성통화, 화면 공유, 캘린더 관리, 홈 게시판 공지 기능 등을 제공합니다. 또한 같은 해 Free 상품을 출시하여, 협업이 필요한 사람들에게 별도의 비용 없이 쉽게 서비스를 이용할 수 있는 상품을 제공하고 있습니다. 전 세계적으로 네이버웍스를 사용하는 글로벌 고객사는 20만 곳 이상으로 집계되며, COVID-19에 따른 업무 공백을 최소화할 수 있게 지원하고 있습니다.

또한, 네이버는 COVID-19로 인해 수업에 차질을 겪고 있는 초, 중, 고등학교에 온라인 학습 플랫폼 인프라를 제공하여 비대면 교육을 지원하고 있습니다. 네이버의 B2B 사업을 전담하며 퍼블릭 클라우드 서비스를 제공하는 네이버클라우드는 2020년 한 해 동안 교육부 산하기관인 한국교육학술정보원(KERIS)과의 업무협약을 통해 17개 시도 통합 초·중등 온라인 학습 서비스인 'e학습터' 운영을 안정적으로 지원했습니다. 2021년, 온라인 개학에 대응하기 위해 KERIS는 e학습터의 온라인 원격 화상수업 기능을 준비하는 등 플랫폼 강화에 힘쓰고 있으며, 클라우드 공급과 효율적인 화상수업 서비스 구현을 위한 아키텍트 등을 지원하고 있습니다. 네이버클라우드는 또한, 고등학교 온라인 교육을 담당하는 EBS의 온라인 수업 화상강의에 필요한 클라우드 서비스를 제공하며, 대규모 트래픽에도 안정적인 실시간 온라인 교육이 가능하도록 네트워크 안정성 확보에 기여하여 원활한 공교육 서비스 제공이 가능하도록 적극 지원하고 있습니다.

## SME 지원

네이버는 COVID-19로 어려움을 겪는 SME를 대상으로 수수료와 마케팅 부담을 덜어주고, 스마트스토어 판매자를 비롯한 중소기업인에게 무료 상품을 제공하며 지원을 강화하고 있습니다. 다양한 네이버 플랫폼 채널을 통해 무료 홍보 기회를 제공하고 있으며, 키오스크 지원, 모바일 주문, 배송 운영, 비대면 교육 지원 등 온라인 활성화를 통해 SME의 디지털 전환을 돕고 있습니다.

특히, 라이브 커머스 톨 '쇼핑 라이브'는 생방송, 실시간 채팅을 통해 상품을 직접 소개하고 판매할 수 있는 채널로, 별도의 공간과 장비 없이 스마트폰으로 간편하게 방송이 가능한 것이 장점입니다. 3월 출시 대비 12월 기준 판매자 수는 38배, 콘텐츠 수는 93배, 거래액은 4,560배 상승하였고, 출시 6개월만에 누적 시청뷰 1억 뷰를 돌파하며 판매자와 소비자 모두에게 높은 만족도를 보이며, 언택트 시대의 새로운 쇼핑 형태 중 하나로 자리 잡아가고 있습니다.



네이버 쇼핑라이브



# #Connect

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

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

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

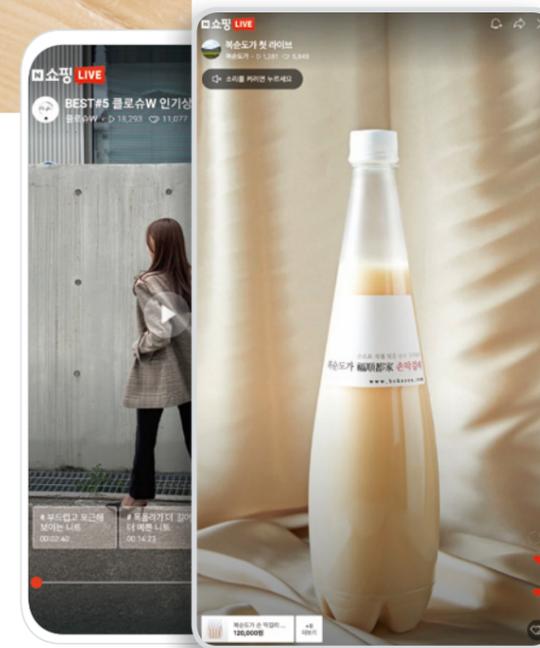
## CASE STUDY | 쇼핑 라이브 활용 사례

### 복순도가

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

### 클로슈W

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





# #Care

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

## 구성원 Care

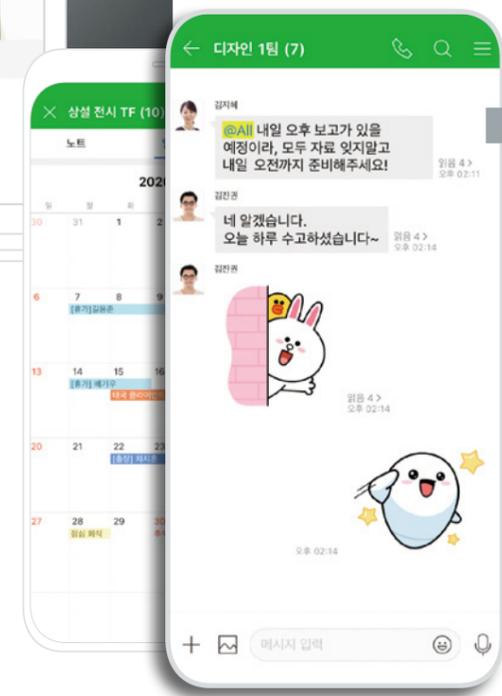
네이버는 COVID-19의 급격한 확산에 따라 감염병의 위협으로부터 구성원의 건강을 최우선으로 보호하고 인적/물적 피해를 최소화하기 위해 사회적 거리두기 단계별 대응방침과 위기 대응 매뉴얼을 신속히 구축하여 대응하고 있습니다. 아울러, 비상지원 통제 본부를 운영하여 비상대책 수립, 현장 조사, 현장 조치 및 운영 지원을 전담하는 조직을 마련하였으며, 감염병 확산을 상시 모니터링하고 모든 유관부서와의 협조 체계를 유지하고 있습니다.

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

### 사회적 거리두기 단계 별 대응방침



- 정상 출근 + 일부 재량 검토 가능
- 원격근무 유지 대상: 본인/동거가족이 유증상자, 자가격리 대상자, 최근 14일 이내
- 해외방문 이력이 있는 경우, COVID-19 위험군 (임산부, 기저질환자)
- 주 2회 출근 (원격근무 유지 대상은 1단계와 동일)
- 전체 원격근무
- 필수인력에 한해 출근 가능



### 원격근무 실시 내용



\* 2021년 2월 15일부로 수도권 사회적 거리두기가 2단계로 완화되었으나, 3월 이후에도 수도권 지역 확진자의 뚜렷한 감소세가 확인될 때까지 '전체 원격근무' 유지 중

# 지속가능한 비즈니스 성장

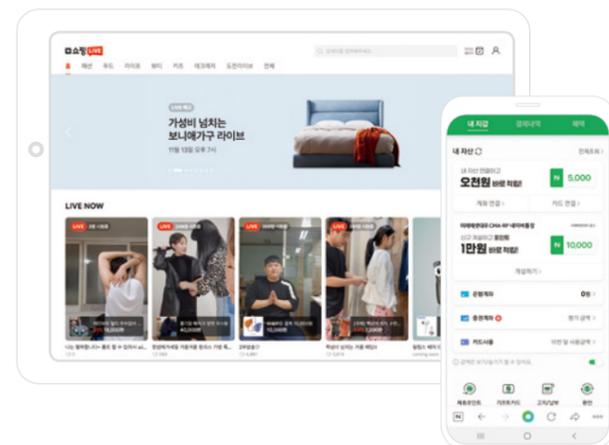
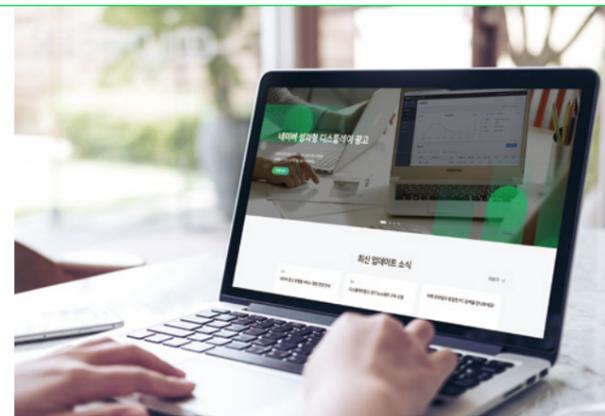
네이버는 끊임없는 도전과 비즈니스 포트폴리오 관리를 통해 장기적인 성장 동력을 확보하고 나아가 글로벌 경쟁력을 강화하기 위해 노력하고 있습니다. COVID-19로 대내외 경영 환경과 일상에 예측 불가능한 많은 어려움이 예상되는 상황에서도 위기를 기회로 전환하고 지속가능한 생태계를 구축할 수 있는 비즈니스 성장 모델을 지속적으로 추구할 것입니다.

네이버는 기존 주력사업에서 탄탄한 성장세를 유지하는 한편, 신성장 동력인 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드 사업 모두에서 가파른 성장을 이어가고 있습니다. 2020년 8월, 라인과 야후(Yahoo)의 경영통합에 대한 독과점 심사 승인에 이어 2021년 3월, 통합법인 A홀딩스가 출범하였고, 이에 따라 라인 실적을 2020년 8월 중단영업 손익으로 계상하였으며, 2021년 3월부터 연결실적에서 제외하였습니다.

이러한 변화를 반영하고 네이버가 집중하고 있는 신사업들의 성장과정이 보다 명쾌하게 드러날 수 있도록 2020년 3분기, '서치플랫폼, 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드'로 매출 구분을 변경하였습니다. 개편된 사업과 서비스 간의 선순환 구조를 통해 비즈니스 성장을 견인하는 한편, 이용자 경험, 파트너 동반성장, 정부 협력 등 네이버를 둘러싼 이해관계자 가치 실현에도 힘쓰고 있습니다.

## 서치플랫폼

**검색, 디스플레이** 네이버는 국내 최고의 인터넷 검색 포털로서 유용한 정보를 제공하기 위하여, AI 기술 도입, 콘텐츠 확대를 통해 새로운 이용자 경험과 니즈를 지원하고 있습니다. 아울러 다양한 브랜드와 SME들의 마케팅 니즈를 정교하게 수용하고, 이용자의 콘텐츠 소비와 검색, 쇼핑 흐름에 자연스럽게 융합된 상품들을 제공하고자 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 2020년 전년 대비 5.6% 성장한 2조 8,031억 원의 매출을 올리며 견조한 성장세를 이어 갔습니다.



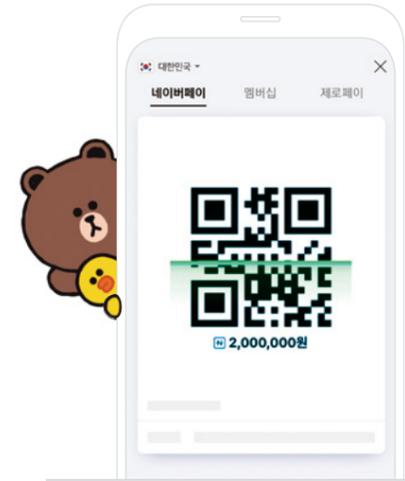
## 커머스

**쇼핑 관련 검색 & 디스플레이, 증개수수료, 플러스 멤버십** 2020년 네이버는 플러스 멤버십, 쇼핑 라이브와 같은 새로운 서비스를 출시하며 판매자와 이용자 모두에게 만족을 선사했습니다. 특히 COVID-19에 따른 온라인 쇼핑 수요와 판매자 수가 지속적으로 증가하여 네이버 스마트스토어, 브랜드스토어, 동네시장 장보기 플랫폼의 거래액 성장으로 이어졌습니다. 나아가 CJ대한통운과의 전략적 제휴를 통해 이커머스 내 물류 파트너십을 강화할 기반을 마련하였으며, 현재 쇼핑 생태계 내 친환경 요소를 확대하기 위한 협업 방안을 다각도로 모색 중에 있습니다.



## 핀테크

**페이서비스, 디지털금융** 커머스의 성장세로 네이버페이 거래액도 꾸준한 상승세를 보이고 있습니다. 네이버파이낸셜은 2020년 4분기 오프라인 포인트 QR 결제를 출시하는 등 포인트 생태계 확장과 네이버페이 서비스 이용자 편의를 확대하고 있습니다. 또한, 2020년 6월 네이버파이낸셜이 미래에셋대우와 함께 '네이버통장'을 출시한 것을 기점으로 금융 플랫폼으로의 진화를 본격화하고 있습니다. 이어 12월에는 '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출'을 선보이며 스마트스토어 사업자를 위해 대출의 문턱을 낮췄습니다. 앞으로도 네이버는 금융 플랫폼으로의 진화를 위한 다양한 실험을 지속함으로써 그동안 금융이력이 부족해 사각지대에 머물러야 했던 금융 소외계층을 아우르며 금융 시장에서 새로운 가치를 창출할 계획입니다.



## 콘텐츠

**웹툰, 뮤직, V LIVE, 스노우** 네이버의 콘텐츠 사업은 온라인 서비스 기능 강화와 글로벌 이용자의 확대에 힘입어 성장하고 있습니다. 특히 네이버 웹툰은 북미에 이어 유럽과 남미 지역에서도 이용자 수가 확대되며 2020년 말 기준, 글로벌 월간 사용자 수(MAU) 7,200만 명을 달성하였습니다. 나아가 2021년 1월 세계 최대 웹소설 플랫폼 왓패드(Wattpad) 인수를 결정함에 따라 추가적인 창작자 생태계 확장고 고도화가 기대됩니다. 또한, 온라인 맞춤형 콘서트인 Beyond LIVE 공연 출시, 증강현실(AR) 아바타 서비스인 Zepeto를 제공하는 네이버Z의 빅히트엔터테인먼트와 YG엔터테인먼트로부터의 투자 유치를 통한 글로벌 엔터테인먼트 시장 공략 등 새로운 비즈니스 모델을 만들어 나가고 있습니다.



## 클라우드

**클라우드, 워크, 클로바** 2020년 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 교육, 커머스, 게임 등 각 부문에 특화된 버티컬 솔루션을 구축해 나갈 것이며, 이는 네이버 고유의 차별화된 경쟁력이 될 것입니다. 이에 더해, 정부의 디지털 뉴딜 데이터 댐 사업에 적극 참여하여 지난 20년간 축적한 데이터를 클라우드를 통해 공개할 계획을 밝혔습니다.



# Governance & Trust

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

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

## GOVERNANCE

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

## TRUST

- 51 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유

# GOVERNANCE

## CORPORATE GOVERNANCE

### MANAGEMENT APPROACH

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

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

### KEY PERFORMANCE

ESG고도화를 위해 ESG위원회 및 ESG전담조직(Green Impact) 신설

전사 기업윤리 규범 내재화를 위한 서약 및 교육 실시

준법경영 조직 체계 수립



## 건전한 기업지배구조

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

### 주식 및 자본구조

네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 외국인 주주가 주주구성 의 과반수를 차지하고 있습니다.

네이버의 정관상 발행 가능한 주식의 총수는 300,000,000주이고 (1주의 액면금액: 100원), 발행한 주식은 전부 보통 주식으로서, 주식 수에 따라 공평한 의결권이 부여되어 있습니다. 2020년 12월 말 기준 네이버의 발행주식수는 164,263,395주, 자기주식수는 16,804,360주로 의결권 행사가능 주식수는 발행주식대비 89.8%인 147,459,035주입니다.

### 지배구조 선진화 및 주주친화 경영

#### 지배구조 선진화를 위한 노력

네이버는 체계적이고 적극적인 IR 정책을 기반으로 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자와 소통함으로써 주주 가치를 높이고 시장의 신뢰를 얻기 위해 노력하고 있습니다. 주주들이 쉽게 관련 정보를 얻을 수 있도록 홈페이지 내 별도 IR 페이지를 한글과 영문으로 운영하고 있으며, 주주총회 시 영업보고서, 정관, 감사보고서뿐 아니라, 연차보고서도 함께 발간하여 투자자들이 보다 정확한 정보를 바탕으로 의사 결정을 진행할 수 있도록 돕고 있습니다. 또한, 국내외 증권사가 주최하는 Corporate Day/Conference 참가, 국내외 NDR 진행 등 수시로 투자자들과 소통하는 자리를 마련하고 있으며, 필요 시 최고 경영진과 이사진이 투자자와 직접 미팅을 진행하고 있습니다.

네이버는 2020년부터 사외이사의 애널리스트 데이(Analyst Day) 참관을 추진하여 주주와의 소통 기회를 확대하였으며, 향후 주요 IR 행사 시 사외이사의 참여를 더욱 확대하여 주주들이 네이버에 기대하는 바를 가감 없이 직접 청취하고, 이를 이사회에 적극적으로 반영하여 더욱 혁신적이고 주주 친화적인 운영이 될 수 있도록 다양한 방안을 검토할 예정입니다.

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

2021년 3월 네이버는 고객, 주주, 임직원을 비롯한 다양한 파트너들과 가치를 공유하며 더욱 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 기업지배구조현장을 제정하여 올바른 경영의 방향을 확립하였습니다. 또한, 기업지배구조 모범규준과의 차이, 한국기업지배구조원(KCGS)의 ESG 평가 등급의 5개년 추이를 홈페이지에 공개하여, 지속적으로 개선해 나갈 계획입니다.

### 주주 구성



### 주식의 종류 및 의결권

(단위: 주)

구분	주식의 종류	주식 수	비고
발행주식총수	보통주	164,263,395	-
	종류주식	-	-
의결권 없는 주식수	보통주	16,804,360	자기주식¹)
	종류주식	-	-
의결권을 행사할 수 있는 주식수	보통주	147,459,035	-
	종류주식	-	-

\* 2020년 말 기준

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.

## 주주권의 보호

네이버는 주주에게 주주총회에 관한 충분한 정보를 사전에 제공하여 권리를 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 전자문서로 주주총회 최소 4주 전 소집결의 및 공고하고 있으며, 주주에게 의결권 대리행사를 적극 권유하고 전자투표, 전자/서면 위임장으로 의결권을 행사할 수 있도록 유도하여 주주가 용이하게 의결권 행사를 할 수 있게 합니다.

주주 편의 제고를 위한 노력의 일환으로 2021년 전자투표 제도를 도입하였으며, 기업지배구조 모범규준에서 제시하는 '주주총회 4주 전 통지'를 준수하고 있습니다. 또한 네이버는 2021년에는 주주 편의를 위해 주주총회 분산 개최를 실시하였고, COVID-19 상황을 감안하여 온라인 생중계도 진행하였습니다.

## 주주환원 정책 시행

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 경영 환경 변화로 인한 변동폭을 완화하여 환원 규모를 안정화하고자 최근 2개년 평균 연결 잉여현금흐름의 30%로 설정하였습니다<sup>1)</sup>. 배당성향은 별도 당기순이익의 5%로 유지하되, 배당 후 남은 잔여 재원을 한도로 자사주를 취득한 이후 즉시 소각하는 것으로 변경하였으며, 이를 통해 직접적인 환원 효과를 확대한 바 있습니다.

위와 같은 주주환원 정책에 따라 2020년 네이버는 재원 1,107억 원을 확보하였으며, 이 중 별도 당기순이익의 5%에 해당되는 593억 원을 배당으로 지급하고, 배당 후 잔여 재원 514억 원을 한도로 자사주를 취득해 즉시 소각하기로 결정하였습니다. 또한 예년 수준의 주주환원 규모를 유지하기 위하여 위 주주환원정책과 별개로 355억 원 상당의 기보유 자사주 소각 또한 결정하였습니다. 다만, 배당금 지급은 1분기 완료되었으나, 왓패드 인수 과정에 자사주를 활용하게 되면서 자사주 처분 후 3개월 간 취득 금지 조항에 따라 상반기 내 자사주를 매입하는 것이 제한되는 상황이기 때문에, 자사주 취득 및 기보유 자사주와의 합동 소각은 하반기 별도로 이사회 승인을 다시 받은 이후 진행할 예정입니다.

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

## 이사회

### 이사회 구성 및 독립성

네이버는 회사의 자산총액이 2조 원을 초과하게 된 2012년부터 이사회와 과반수를 사외이사후보추천위원회의 검토를 거친 독립성이 검증된 사외이사로 구성하고 사외이사 중심의 이사회 운영 원칙을 구현하고 있습니다. 네이버의 이사는 상법 및 정관에 따라 최소 3인, 최대 7인까지 선임할 수 있으며, 2020년 말 기준, 총 7인의 이사회 구성원 중 4인이 사외이사로 과반수 요건을 충족합니다.

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

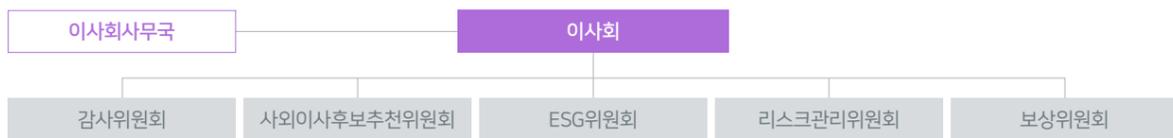
또한 '이사회 출석 인원 중 이사회 결의에 대하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못한다'라는 이사회 운영 규정을 준수하여 특정인이 부당하게 이익 또는 불이익 등을 받지 않도록 하였습니다. 이처럼 네이버의 이사회는 효과적이며 신중한 토의 및 의사결정이 가능한 체계를 구축하고, 경영진이나 지배주주로부터 독립적인 기능을 수행하고 있습니다.

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



이사회/위원회 구성 및 운영규정

## 이사회 조직도



\*2020년 말 기준

## 이사회 구성 현황

직명	성명 (성별)	출생년월	전문 분야	주요 경력	임기	
외부독립이사 (이사회 의장)	변대규 (남)	1960.03	사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울대학교 제어계측공학 박사</li> <li>휴맥스 대표이사 사장</li> <li>SK텔레콤 사외이사</li> <li>포스코 사외이사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국공학한림원 부회장</li> <li>(現) 휴맥스홀딩스 대표이사</li> <li>(現) 휴맥스 이사회 의장</li> </ul>	2017.03~2023.03 (1회 연임)
	정의중 (남)	1963.08	법률	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울대학교 법과대학 석사</li> <li>컬럼비아대 로스쿨 법학 LL.M.</li> <li>기획재정부 경제정책자문위원회 위원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융감독원 금융분쟁조정위원</li> <li>(現) 법무법인(유한) 태평양 변호사</li> </ul>	2013.03~2022.03 (2회 연임)
	이인무 (남)	1966.06	투자재무	<ul style="list-style-type: none"> <li>Univ. of Illinois at Urbana-Champaign 재무학 박사</li> <li>고려대학교 경영대학, 싱가포르국립대 경영대학 부교수</li> <li>Dimensional Fund Advisors 연구부문 부사장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국민연금 위험관리위원회 위원</li> <li>(現) KAIST 경영대학 교수 및 학장</li> <li>(現) 한국기업지배구조원 기업지배구조위원회 위원</li> </ul>	2018.03~2024.03 (1회 연임)
외부독립이사	정도진 (남)	1969.01	회계감사	<ul style="list-style-type: none"> <li>켄터키대 회계학 박사</li> <li>금융감독원 회계제도실 팀장</li> <li>기획재정부 공기업 준정부기관 경영평가위원</li> <li>금융위원회 감리위원회 감리위원</li> <li>기획재정부 국가회계제도 심의위원회 위원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제공공부문 회계기준위원회(IPSASB) 위원</li> <li>(現) 한국거래소 기업심사위원회 위원</li> <li>(現) 중앙대학교 경영대학 교수</li> </ul>	2019.03~2022.03
	이건혁 (남)	1963.07	경제/커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>런던정치경제대학교 경제학 박사</li> <li>국제통화기금 정책분석개발국 선임연구원</li> <li>J.P. Morgan 수석 이코노미스트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>삼성 글로벌커뮤니케이션 그룹장 부사장</li> <li>(現) 신한금융그룹 미래전략연구소 대표</li> </ul>	2021.03~2024.03
대표이사 (CEO)	한성숙 (여)	1967.06	사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>숙명여자대학교 영어영문학</li> <li>민컴</li> <li>나눔기술</li> <li>PC라인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>엠파스 검색사업 본부</li> <li>네이버 서비스총괄</li> <li>(現) 네이버 대표이사</li> </ul>	2017.03~2023.03 (1회 연임)
사내이사 (COO)	최인혁 (남)	1971.11	기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울대학교 제어계측공학 석사</li> <li>삼성SDS</li> <li>네이버 비즈니스위원회 리더</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(現) 네이버 COO/경영리더</li> <li>(現) 네이버파이낸셜 대표</li> </ul>	2018.03~2024.03 (1회 연임)

\* 2021년 3월 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

## 사외이사 주요 결격사유

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

## 이사회 운영

네이버의 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 경영, 경제, 재무, 회계, 법률, 기술 등 동 분야에 전문지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영됩니다. 사외이사의 경우 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회사무국 및 각 전담 부서가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고<sup>1)</sup> 있으며, 역량 강화를 위한 외부 교육을 실시하고 있습니다. 2020년에는 이사회 운영을 개선하고 선진적 이사회로 발돋움하기 위하여 국내외 이사회 운영 현황에 대한 교육과 이사회 성과 진단을 실시하였으며, 감사위원회의 역할과 책임을 강화하기 위하여 연결내부회계관리제도 및 법규 제개정 등에 따른 감사위원회 활동 변화 등에 대한 교육을 실시하였습니다.

네이버는 이사회 운영 전반에 대해 정관과 이사회 운영규정 지침을 따르고 있으며, 신속한 의사결정과 상정 안건에 대한 충분한 토론 및 검토를 위하여 매달 1회 정기이사회 개최를 원칙으로 하되, 필요 시 수시로 임시 이사회를 개최하고 있습니다. 특히, 매년 12월 이사회에서 차년도 정기 이사회 일정을 확정하여 이사회에 보고하고 이사의 일정을 확인하여 출석률을 높인 결과 2020년 사외이사의 이사회 및 위원회 참석률은 100%를 기록하였습니다. 2020년 네이버 이사회는 정기 이사회 12회와 임시 이사회 2회를 포함하여 총 14회 개최되었으며, 36건의 결의 안건과 23건의 보고 안건을 의결하였습니다.

## 이사회 성과 평가 및 보상

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

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

네이버는 사외이사를 포함한 이사회 구성원의 역할과 책임 등을 명확하게 하고 이사회 운영의 효율성을 제고하기 위하여 2020년 12월부터 약 3개월 간 이사회 성과 진단 프로젝트를 실시하였습니다.

<sup>1)</sup> 이사회(이사회사무국), 사외이사후보추천위원회(이사회사무국), 리스크관리위원회(리스크관리워킹그룹, 컴플라이언스 조직), 감사위원회(Internal Audit), 보상위원회(Leadership Channel), ESG위원회(Green Impact)

### 이사회 내 위원회 구성 현황

위원회	기능	변대규	정의종	이인무	정도진	이건혁	한성숙	● 위원장   ○ 위원	
감사위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>이사 및 경영진 업무 감독</li> <li>외부감사인 선정에 대한 승인</li> <li>그 밖에 감사업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항</li> </ul>		○	○	●	○			
사외이사후보추천위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>사외이사 선임 원칙의 수립, 점검, 보완</li> <li>주주총회에서 선임할 사외이사 후보 추천</li> <li>상시적인 사외이사 후보군 관리 및 후보 검증</li> </ul>	○	○	○	○	●			
리스크관리위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 통합적 리스크 정책 및 전략 수립</li> <li>리스크 발생 후 원인 진단 및 사후 개선방안에 대한 논의</li> </ul>		●	○	○				
보상위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사 경영진에 대한 보상 결정 및 지급방식에 관한 사항</li> <li>회사 경영진에 대한 보상체계 설계 운영, 설계 운영 적정성 평가 등에 관한 사항</li> <li>보상정책에 대한 의사결정 절차와 관련된 사항</li> </ul>	●	○	○					
ESG위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG 관련 경영사항 결정 진행</li> <li>기후변화 대응 등 주요 ESG 리스크 관리</li> <li>사회공헌 안건 심의</li> </ul>	○	○	●				○	

\* 2021년 3월 기준

### 이사회 특징

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

성과 진단은 이사회 구성원 전원이 이사회 및 이사 본인의 설문 평가를 실시하고, 그 결과를 바탕으로 이사회 의장과 사외이사 간 간담회 형식의 자리를 마련하여 설문 결과와 개선 방향성에 대하여 심도 있는 논의를 진행하였습니다. 논의사항 및 평가결과는 향후 이사회 운영과 사외이사 활동 지원에 최대한 반영할 예정이며, 지속적인 성과 향상을 위해 정기적인 성과 진단을 실시할 예정입니다.

## 감사기구

### 감사위원회

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

네이버의 감사위원회는 재무·회계전문가 및 법률전문가를 포함하여 전원을 사외이사로 구성함으로써 전문성과 독립성을 확보하였으며, 회계와 업무 감사를 진행하고 지배구조의 독립성 및 건전성 확충에 주력하고 있습니다.

### 이사회 운영성과

구분	2019		2020	
	개최	안건 <sup>1)</sup>	개최	안건 <sup>1)</sup>
이사회	16	28 (67)	14	36 (59)
감사위원회	8	6 (21)	7	2 (17)
사외이사후보추천위원회	3	2 (3)	1	(1)
리스크관리위원회 <sup>2)</sup>	9	4 (17)	8	4 (13)
보상위원회	6	2 (13)	6	3 (10)
ESG위원회 <sup>3)</sup>	-	-	1	(1)

<sup>1)</sup> 괄호 안 숫자는 보고안건 포함 시 안건 수

<sup>2)</sup> 구 투명성위원회

<sup>3)</sup> 2020년 10월 신설

### 2020년 이사보수 지급 현황

구분	인원수	보수총액 (백만 원)	1인당 평균보수액 (백만 원)
등기이사 <sup>4)</sup>	3	6,066	2,022
사외이사 <sup>5)</sup>	-	-	-
감사위원회 위원	4	355	89

<sup>4)</sup> 사외이사, 감사위원회 위원 제외

<sup>5)</sup> 감사위원회 위원 제외

### 2020년 CEO·직원 보수 비율

CEO 총 보수 (백만 원)	직원 보수 평균액 (백만 원)	비율 <sup>6)</sup> (배)
3,459	102	33.9

<sup>6)</sup> CEO 총 보수를 직원 보수 평균값으로 나누어 계산한 값

또한, 네이버는 상법 제543조의13의 요건을 갖춘 준법지원인을 두어 경영진과 임직원이 법과 규정을 준수하고 회사경영을 적정하게 수행하는지 등을 독립적으로 감시하고 이사회에 보고하는 역할을 수행함으로써 준법통제기준을 준수할 수 있도록 지속적으로 점검하고 있습니다.

### 외부감사인

네이버는 독립된 외부감사인의 정기적인 감사를 통해 회계정보의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 외부감사인의 독립성과 전문성을 위해 외부감사인 선임 시 후보평가 기준에 독립성 및 법규준수 항목, 감사담당자의 산업 전문성 및 경험 등의 항목을 포함하고 있으며, 감사위원회와의 분기별 회의를 통해 감사 내역과 품질을 검토하고 있습니다. 2015년 사업연도부터 2020년 사업연도까지 삼일회계법인이 외부감사인으로 선정되었으며, 제22기(2020년) 사업연도의 감사 의견은 '적정'으로 기타 지적 사항은 없었습니다.

### 감사 의견

사업연도	감사인	감사 의견	감사보고서 특이사항
제22기(2020년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음
제21기(2019년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음
제20기(2018년)	삼일회계법인	적정	해당사항 없음

### 감사용역 체결 현황

사업연도	감사인	내용	보수 (백만 원)	총 소요시간
제22기(2020년)	삼일회계법인	중간기간 재무제표 검토, 별도 및 연결재무제표 감사	2,045	20,999

# 리스크 및 기회

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

## 리스크 관리

### 전사 리스크 관리 강화

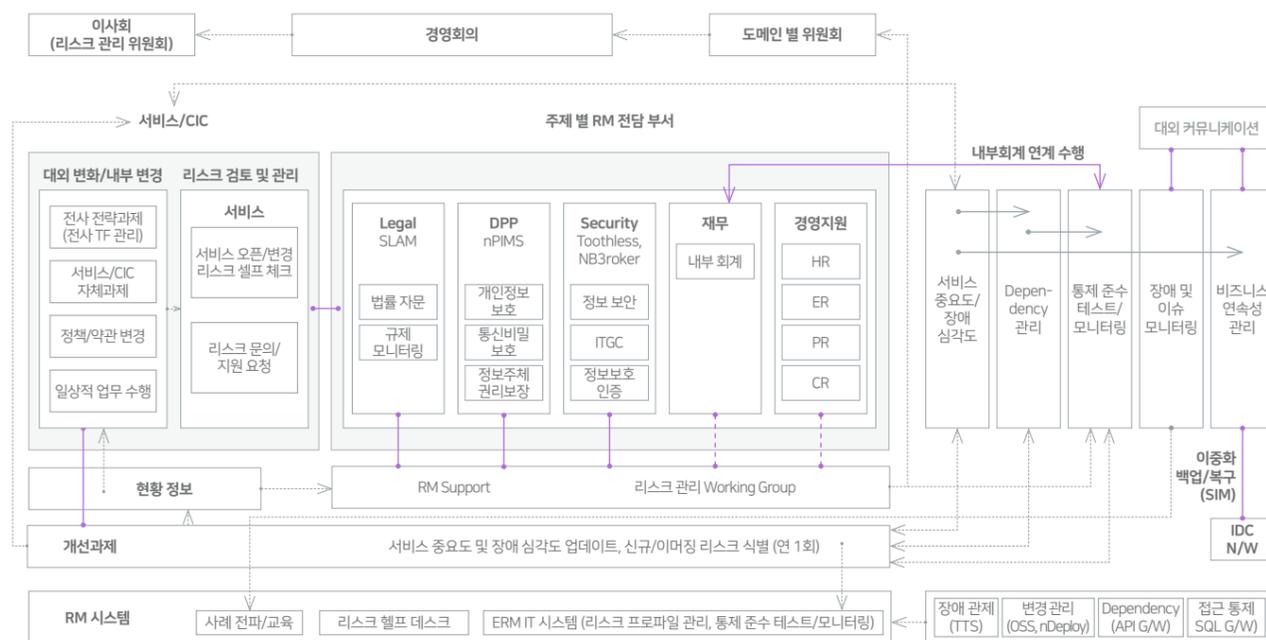
네이버는 지난 2019년 전사 리스크 관리 체계 고도화를 위해 TF를 구성하여 전략, 투자, 운영, 대외 정책 등 조직 전체 리스크를 검토하여 유형별로 식별하고 관리 범주와 리스크 관리 방법을 점검하였으며, 서비스 특성에 맞는 대응방안 및 통제수준을 수립하였습니다. 또한 네이버가 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단, 관리할 수 있는 프레임워크를 설계함으로써 지속 가능한 리스크 관리수준을 유지할 예정입니다.

이사회 차원의 리스크 관리 역할과 기능을 재정립하고, 기존에 운영 중이던 투명성위원회의 역할을 확대 개편하여, 리스크 관리위원회로 변경하였으며, 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침 및 전략 수립과 관리기능을 담당할 예정입니다.

또한 네이버는 서비스 지속성 위원회 산하로 설치된 리스크관리 워킹그룹 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.

네이버는 2020년 10월 전사 ESG 이슈에 대한 관리 방향성을 수립하고, ESG 리스크 및 기회에 대한 최고 의사결정을 수행하기 위해 ESG위원회를 신설하였습니다. 네이버는 앞으로도 회사 경영 전반에 지속가능성을 내재화하기 위한 노력을 이어가는 한편, 전사 운영, 재무, 인사, 법률 등 통합적 리스크에 대한 정책 수립과 관리를 지속적으로 강화해 나가겠습니다.

### 네이버 ERM 프레임워크



## 주요 리스크 관리 및 대응

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

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

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

# 기업윤리 및 컴플라이언스

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

## 윤리경영

### 윤리규범과 공정운영 정책

네이버는 기업윤리규범(Integrity Code)을 통해 회사라는 큰 공동체가 가져야 할 책임과, 구성원들이 이해 상충을 피하고 서로를 존중하며 생활하기 위한 회사의 기준을 규정하고 있습니다. 기업윤리규범은 국문, 영문, 일본 3개 언어로 제공되며, 전 임직원이 이를 실천함으로써 사회와 고객에 대한 책임을 다하고 신뢰받을 수 있는 투명한 회사를 만들어가고 있습니다. 네이버는 전 임직원의 참여와 실천을 공고히 하기 위해 네이버 본사의 정규직, 계약직, 파견직, 인턴이 매년 서약을 실시하고 있으며<sup>1)</sup>, 네이버의 계열사에서도 전 임직원이 기업윤리규범(Integrity Code) 서약을 실시함으로써 윤리규범의 내용과 의미를 되새기고 있습니다. 이와 함께, 네이버 서비스의 공정한 이용을 위해 검색광고 운영정책 등을 게시하여 광고주와 이용자를 보호함과 더불어 파트너와의 계약 시에는 윤리실천협약서를 체결하여 경영활동의 동반자로서 투명하고 공정한 거래와 상호 협력을 통한 동반성장을 추구하고 있습니다.

<sup>1)</sup> 2020년 서약 인원: 네이버 4,085명, 네이버 전 계열사 10,226명

### 윤리교육

네이버는 매년 전 임직원에게 Integrity 서약을 필수로 실시하고, 그에 관한 교육을 진행하고 있으며, 이와 함께 신입 및 경력 입사자에게는 기업윤리에 대한 의무교육을 실시하며 윤리경영의 내재화를 위해 다각도로 노력하고 있습니다. 또한, 권한과 책임이 큰 리더 직책은 매년 워크숍 등을 통해 별도의 윤리경영 교육을 진행하고 있습니다. 2021년에는 1월 신규 입사자를 대상으로 'Integrity의 중요성과 나의 역할'에 대한 교육을 실시했으며, 3월에는 전 임직원 대상으로는 기업윤리·반부패, 인권 존중과 관련된 Integrity의 주요 내용을 설명하고 중요성을 강조하는 교육을 온라인으로 진행하였습니다. 또 2분기 중에는, 직책리더 대상으로는 특화된 기업윤리·반부패 및 직장내 성희롱·괴롭힘 방지 교육을 진행할 예정입니다.



네이버 Integrity Code

### Integrity Code

#### 건강한 조직문화

다양성 존중, 직장내 괴롭힘 및 성희롱 예방, 지위/권한 남용 방지

#### 업무 투명성

비용/자산 절도 및 횡령 금지, 이해상충 회피, 내부정보 이용 금지, 겸업 금지, 투명 회계

#### 외부 커뮤니케이션

정치/사회적 중립성 유지, 외부 커뮤니케이션 승인

#### 파트너십

거래 시 지위/권한 남용 금지, 구매 프로세스 준수, 부당거래 행위 금지, 금품/접대/편의 방지

#### 정보보호

개인정보보호 심계명, 데이터 유출 금지

### CEO 윤리경영 약속

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

## Self-Check 모니터링

네이버는 부정 위험을 사전에 예방하고 사후에 탐지할 수 있는 체계를 갖추고 있으며, 그 일환으로 '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 시스템 상의 비일반적인 건을 수시로 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 임직원에게 이메일을 통해 알리고 소명 기회를 제공하며, 필요 시 조치하도록 합니다. 또한 모니터링 시나리오 개선을 통해 모니터링의 유효성을 높이고, 적용 범위를 확대하여 시스템적인 부정 리스크 대응 체계를 더욱 고도화하고 있습니다.

## 설문조사 및 윤리기준 감사

네이버는 전체 파트너사를 대상으로 네이버와의 거래과정(업체선정, 계약조건, 계약 종료 등)이 투명하고 공정하게 운영되는지를 점검하기 위해 VoP(Voice of Partners) Survey를 지속적으로 실시하고 있습니다. 또한, 네이버는 전체 임직원을 대상으로 Integrity Code에 기반하여 윤리의식 설문조사를 매년 1회 실시하여 주기적으로 윤리 수준을 점검하고 있으며, 설문조사 결과 부정 응답이 확인된 경우에는 윤리기준 정기감사를 실시하며 그 결과를 감사위원회에 보고하고 있습니다. 이러한 설문조사 및 감사 활동을 통해 회사 안팎에서 발생하는 불합리한 상황을 사후적으로 탐지하기 위해서도 노력하고 있습니다.

## 기업윤리 상담/신고

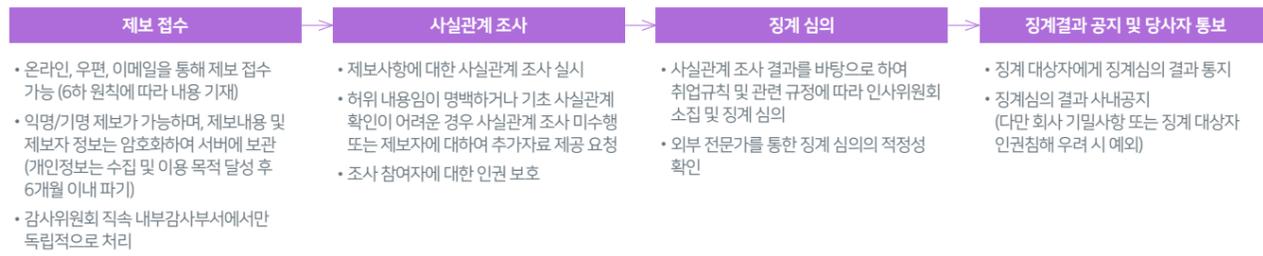
네이버는 임직원의 불공정한 업무처리, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 협력업체에 대한 경영 간섭, 대금지급 관련 불만, 비공개 정보의 유출, 기타 부정 및 비리 행위 등에 대하여 임직원 뿐만 아니라 제3자도 상담과 신고를 할 수 있는 기업윤리상담센터를 운영하고 있습니다. 기업윤리상담센터는 네이버 홈페이지를 통해 국영문으로 자유롭게 접근이 가능하며 기명 및 익명 모두 제보가 가능합니다. 이외에도 이메일, 우편을 통해 제보할 수 있으며, 누구나 안심하고 상담 및 신고할 수 있도록 상담자보호 프로그램을 운영하고 있습니다.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

아울러, 네이버는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 사내 통합 채널인 kNock를 운영하고 있습니다. kNock는 분야별 담당자가 각 문의 사항을 직접 답변하여 회사의 제도나 기준에서 개선이 필요한 점은 없었는지, 구성원들에게 더 충분한 설명이나 안내가 필요한지 등을 세심하게 살펴 나가는 계기로 삼고 있습니다. 2020년 접수된 건수는 총 91건이며, 고충 유형별로 담당 부서가 100% 처리를 완료하였습니다.

### kNock에서 다루지는 고충별 유형 및 건수

부업, 겸업, 겸직	41	외부기고, 강연, 강의, 출판, 저술	21	인사제도	6	합계 <b>91</b>
예산 사용	4	주식 거래, 스톡옵션	3	청탁금지법 및 법률 관련	3	
조직 내 괴롭힘	2	회사 내 정보보안	2	기타	9	

### 내부고발 처리 프로세스



### 내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형

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

## 준법경영

### 준법경영 시스템 확립

2021년 3월, ESG위원회에서 컴플라이언스 전담 조직과 운영 체계를 수립하기 위한 의사결정을 진행하였으며, 이에 따라 네이버는 3월 31일, 컴플라이언스 전담 조직을 구성하고, 공정거래 자율준수 편람을 제작하여 홈페이지에 공개하였습니다. 향후 네이버는 컴플라이언스 체계를 갖추기 위해 관련 교육을 강화하고, 의사결정 및 운영평가 등의 체계를 갖추는 작업을 진행하여 2021년 하반기 내에 완료할 계획입니다.

### ISO37001 인증 추진

네이버는 반부패 정책 및 체계의 고도화와 국제적 신뢰도 확보를 위해 ISO 37001 인증 취득을 추진하고 있습니다. ISO 37001은 ISO (국제표준화기구)가 제정한 부패방지시스템(Anti-Bribery Management System) 표준규격으로서 조직 내 부패 관련 시스템을 수립, 실행, 유지, 개선하는데 있어 글로벌 스탠다드를 제안합니다. 네이버는 인식 개선 교육을 비롯한 추진 준비단계부터, 시스템 설계, 문서화 단계를 거쳐 시스템 실행 및 검증, 그리고 심사·인증까지 모든 단계에 있어서의 수행과제를 철저하게 준비하여 대응하고 있으며, 2021년 하반기에 인증을 완료할 계획입니다.



기업윤리 상담센터



네이버 공정거래 자율준수 편람

## 투명 공시

### 세무관리 원칙

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

### 정상거래원칙 준수

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

### 조세부담 투명성 제고

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

### 세무 리스크 관리 프로세스

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

### 컴플라이언스 조직 체계



1) Compliance Program(CP) 기획, 교육 및 상담, 예방 및 감독, 제도 개선, 가이드북 제작 등

2) DPP: Data protection & privacy

3) Intellectual Property

# TRUST

## DATA SECURITY & PRIVACY

### MANAGEMENT APPROACH

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

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

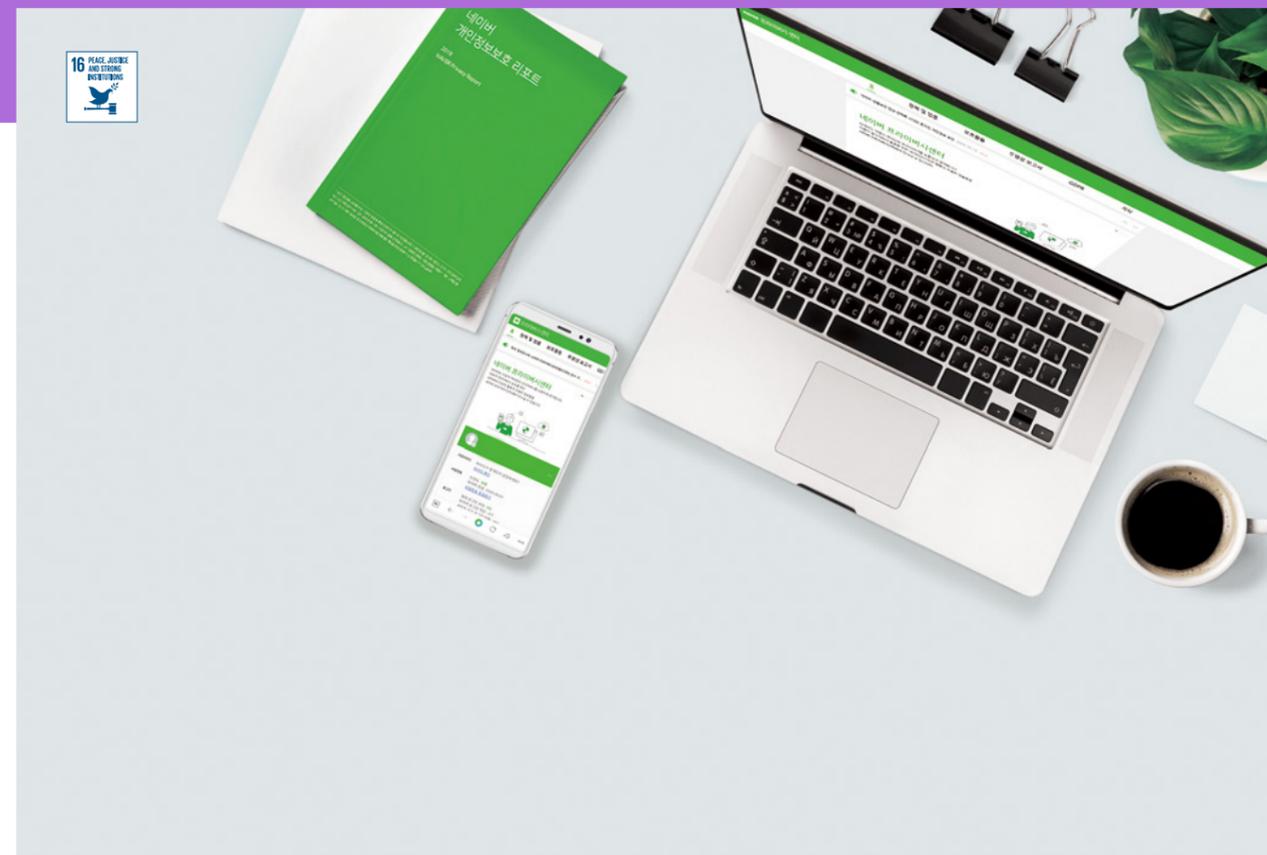
### KEY PERFORMANCE

 365/24 -네이버 정보보호 보안 원칙

 그린인터넷 캠페인 런칭

 국내 기업 최초 PER<sup>1)</sup> 제도 운영

<sup>1)</sup> Privacy Enhancement Reward: 프라이버시 강화 보상 제도, 2016년 운영 시작



## 정보보안, 프라이버시 및 표현의 자유

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

### 정보보호 추진체계

네이버는 안정적인 시스템 운영과 이용자의 개인정보, 프라이버시 보호를 최우선으로 두고 있습니다. 네이버의 환경과 문화에 맞는 정보보호 규정 체계를 확보하고 있으며, 특히, 회사 정보자산에 대한 기밀성, 무결성, 가용성을 보장하기 위한 최상위 정책문서로 최고 경영진의 의지를 담고 있는 '정보보호 정책서'를 수립하고 이에 따른 세부 지침 및 가이드라인 등 정책체계를 구성하여 운영하고 있습니다.

네이버는 자회사를 포함하여 네이버와 계약관계에 있는 관계회사의 정보보호 정책체계를 원칙적으로 네이버의 정보보호 정책체계와 동일하게 적용·운영하고 있습니다. 다만, 관계회사가 특정 비즈니스 환경을 고려하여 다른 정보보호 정책이 필요한 경우에는 네이버 정보보호 정책 주관부서와의 협의 후, 네이버 정보보호 정책서에서 규정하는 기본방침 내에서 관계회사 정보보호 세부지침 및 가이드라인을 보다 엄격하게 규정하여 운영하고 있습니다. 또한, 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.

<sup>1)</sup> 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제45조의 3 (정보보호 최고책임자의 지정 등)

네이버는 한국의 정보통신망법 개정<sup>1)</sup>에 따라 정보보호 조직을 정보보호 최고책임자(CISO)와 개인정보보호책임자(CPO) 조직으로 분리하여 전문성과 책임성을 더욱 강화하였으며, 국내외 개인정보보호 및 프라이버시보호 법적 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 범위를 확장하고 있습니다. 또한, 네이버는 CEO를 의장으로 CCO, COO 등 주요 최고 경영진이 참여하는 프라이버시위원회를 운영하여 전사 차원 리스크를 관리하고 있습니다. 특히, 전사적 영향이 있는 사안에 대해서는 이사회 산하의 리스크관리위원회가 직접 CISO, CPO를 참여시켜 사안에 대한 보고를 받고 조언을 제공하며, CISO, CPO는 조언에 기반하여 수행한 업무 결과를 이사회에 보고합니다.

이에 더해, 회사의 사업 영역이 확장되고 다양한 이용자의 프라이버시 요구에 효과적으로 대응하기 위해 2007년부터 개인정보보호 분야 최고 수준의 학계 및 법조계 인원으로 구성된 '네이버 개인정보보호 위원회'를 통해 전문적인 연구활동 수행 및 외부 자문을 이어 나가고 있습니다.



개인정보보호 위원회

### 정보보호 인증

다양한 네이버 정보보호 관리체계 인증

#### ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701

국제 정보보호 관리체계 인증  
정보보호 수준의 지속적 개선 및 이용자 요구사항 충족을 보장하는 국제인증

#### ISMS

정보보호 관리체계 인증  
네이버 데이터센터 각 운영에 대한 안정성 확보 및 서비스 제공

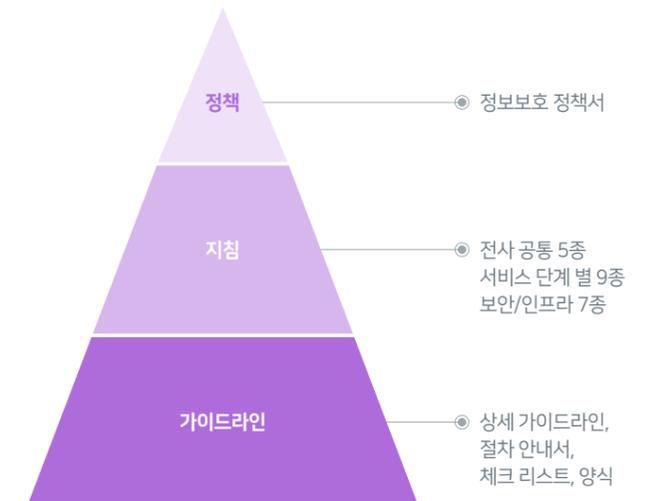
#### ISMS-P

정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증  
네이버 서비스의 정보보호 및 개인정보보호를 위한 일련의 활동들이 인증기준에 적합함을 보증

#### SOC

서비스 제공 및 운영 신뢰성 인증  
이용자의 프라이버시 보호에 초점을 맞추어 서비스 안정성과 내부통제 수준을 평가하는 국제 인증

### 네이버 정보보호 정책체계



## 개인정보 및 프라이버시 보호

### 개인정보 보호 시스템

국내 최대의 검색엔진이자 다양한 콘텐츠 서비스 및 플랫폼을 제공하는 네이버는 이용자 개인정보보호를 위해 'Privacy by Design' 원칙을 엄격히 적용하여 서비스 기획부터 종료 단계까지 서비스의 전체 생애 주기에 걸쳐 이용자의 프라이버시와 데이터를 안전하게 보호하고 있습니다. 사전 통제절차로, 네이버가 제공하는 모든 서비스에 대해 개인정보 보호법령 및 내부 규정 준수 여부, 이용자 프라이버시 민감도를 사전에 확인하고 리스크를 관리하는 개인정보 영향평가(Privacy Impact Assessment) 및 상시 자문을 위해 개인정보관리시스템(nPIMS)을 운영하고 있습니다.

사후 통제 절차로는 '서비스 개인정보보호', '위치기반 서비스', '모바일 앱 개인정보보호', '개인정보 수탁자(네이버의 개인정보 처리 업무를 위탁 받아 처리하는 업체)'에 관한 현황 점검을 매년 실시하여 개인정보보호 리스크를 최소화하고 있습니다. 특히, 수탁자 개인정보취급 점검활동은 개인정보보호법령에 따라 40개 점검 항목을 마련하고 각 점검항목을 리스크에 따라 상/중/하로 분류하여 진행하며, 위반 확인 시 사전에 수립된 기준에 따라 페널티 스코어를 부과합니다. 평가결과는 네이버의 CPO가 확인하고, 수탁자 수준에 기반하여 개선을 요청하며, 평가결과 개인정보보호 수준이 낮거나 개선조치가 지속적으로 이행되지 않는 수탁자는 계약해지 등의 제재조치를 부과하는 방식으로 수탁자의 개인정보보호 수준 유지 및 향상을 위한 조치를 취하고 있습니다.

이 외에도 주기적인 '인사부서 및 재무부서 개인정보보호 현황 점검' 및 주민번호와 같은 고유식별 정보를 처리하는 부서에 대해 '고유식별 정보 안전성 확보 조치 준수 현황 점검'도 별도로 실시하고 있습니다. 더불어 개인정보 유출 사고 발생 시, 대응절차 및 기존 개인정보 관리 시스템 개선하기 위해 '개인정보 유출 대응 가이드'를 마련하여 효과적으로 대응하고 있습니다.



네이버 프라이버시센터



개인정보보호 리포트



네이버 맞춤형 광고 안내페이지

네이버의 개인정보 유출 사고는 2019년 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건이 유일한데, 이는 이용자에게 연말정산에 필요한 영수증을 메일로 제공하는 과정에서 필요 이상의 데이터가 영수증 파일에 포함된 점이 문제가 되었습니다. 이를 개선하기 위해, 네이버는 데이터를 외부(Outbound)로 전송하는 시스템을 전수 감사하여, 모든 외부 개인정보 전송 사례를 중단하는 한편, 이용자가 직접 로그인하여 개인정보를 확인하는 방식으로 업무절차를 전환하여 데이터 전송 과정 중 침해나, 오전송으로 인한 과도한 데이터 전달 등을 미연에 예방할 수 있는 체계를 갖추었습니다. 아울러, 전자 개발자 및 개인정보취급자 대상 교육을 강화하여 사고 원인을 공유하는 한편 동일한 실수가 반복되지 않도록 보안의식강화 활동도 병행하고 있습니다.

### 개인정보 자기통제권 보장 극대화

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

네이버는 이용자의 제후사 서비스 이용 등을 목적으로 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우, 개인정보보호법에 따라 이용자로부터 개인정보 제3자 제공에 대한 동의를 받고 있습니다. 네이버 서비스 이용 중 제후사 서비스 이용 등을 목적으로 하는 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우가 발생할 수는 있지만, 네이버가 제3자로부터 이용자 개인정보 제공에 대한 금전적인 대가를 지급받을 목적으로 개인정보 제공하거나 대여해주는 경우는 없습니다.

### 네이버 개인정보보호 원칙

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



네이버는 헌법상 권리인 이용자의 '개인정보 자기결정권' 행사 존중을 개인정보보호 원칙 중 하나로 삼고, 이를 보장하기 위해 다양한 노력을 기울여 왔습니다. 2013년부터 네이버 서비스 이용 시 발생한 '개인정보 수집 및 이용' 내역과 본인이 동의한 '제3자 제공' 이력을 '개인정보 이용현황' 페이지를 통해 국내 최초로 이용자 행태에 따라 개인 맞춤형으로 제공하고 있습니다. 2020년 7월에는 이용자가 개인정보 수집 및 제3자 제공'에 대해 '동의를 날짜'를 추가로 공개하고, 나아가 네이버의 모든 서비스 내에서 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공에 대한 '동의 철회'까지 쉽게 진행할 수 있도록 개인정보 이용 현황 페이지를 개편하여 '개인정보 자기통제권'의 실현 과정을 원스톱으로 제공할 수 있게 하였습니다. '개인정보 수집 및 이용' 동의 철회 시 이미 수집된 개인정보는 삭제되며, '개인정보 제3자 제공' 동의 철회 시 제3자에게 추가적인 개인정보 제공이 발생하지 않습니다.

네이버는 기타 법령에 보관기간이 명시된 경우를 제외하고는 수집된 개인정보를 이용자에게 동의받은 기간동안만 보관 후 파기하고 있습니다. 정보주체가 아닌 제3자로부터 개인정보를 제공받는 경우, 제3자가 정보 주체로부터 네이버로의 개인정보 제공 동의를 받은 범위 내에서만 정보를 제공받고 있으며, 개인정보보호법에 따라 정보주체에게 '개인정보 수집 출처 고지'를 진행하고 있습니다. 수집 출처 고지는 수집 출처, 처리 목적, 처리의 정지를 요구할 권리가 있다는 사실을 포함하여 제공받은 날로부터 3개월 이내에 정보주체에게 통지하고 있습니다.

또한, '네이버 맞춤형 광고 안내 페이지'를 통해 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고에 대하여 정보 수집과 보유, 파기, 이용자 통제권 행사 및 피해구제 방법에 관한 운영원칙을 공개하고 있습니다. 네이버는 EU GDPR, 미국 CCPA 등 해외 각국의 프라이버시 보호 법률 제정으로 인해 세계적으로 이용자의 프라이버시 관련 권리에 대한 요구가 높아지고 있는 상황에서 이용자의 '자기정보 통제권'을 세계적인 수준으로 높이기 위한 선제적인 노력을 이어 나갈 예정입니다.

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

### 투명성 보고서 통계

			2017	2018	2019	2020
압수영장 <sup>1)</sup>	요청		7,786	8,145	7,712	7,248
	처리	건	6,541	6,710	6,109	5,269
	제공		10,079,254	6,966,563	318,380	1,304,804
	처리율	%	84	82	79	73
	요청		16	17	18	6
	처리	건	16	17	18	6
통신제한 조치	제공		53	71	82	76
	처리율	%	100	100	100	100
	요청		5,281	4,255	4,266	2,506
통신사실 확인자료	처리	건	4,447	3,629	3,701	2,083
	제공		15,832	12,798	8,139	4,793
	처리율	%	84	85	87	83
통신자료	요청		210	311	119	49
	처리	건	-	-	-	-
	제공		-	-	-	-
	처리율	%	0	0	0	0



투명성 보고서

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

\* 네이버는 지난 2012년 10월 통신자료 제공에 관한 사업자의 실제적 심사의무 존재여부 확인 및 영장주의 위배 우려 등과 관련한 법원의 판결을 존중하여 통신자료의 제공을 중단함

<sup>1)</sup> 압수영장의 경우, 이용자 식별 정보가 아닌 로그기록만 제공된 경우 각 로그를 1건으로 집계함

### 정보 접근성, 디지털 안전 및 표현의 자유

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

**정보 접근성 강화** 네이버는 모든 이용자가 특정 환경이나 신체적 장애에 상관없이 네이버의 웹 사이트나 애플리케이션에서 제공하는 모든 정보에 동등하게 접근하고 이용할 수 있도록 최선의 노력을 기울입니다. 정보의 접근성은 장애인뿐만 아니라, 고령자, 비장애인도 그 대상이 되며, 네이버는 모두의 접근성을 보장하기 위해 WC3<sup>1)</sup>의 WCAG(Web Content Accessibility Guidelines)와 KWCAG(Korean Web Content Accessibility Guideline)를 기준으로 삼고 있습니다. 또한, AI와 같은 차세대 기술과 디바이스가 누구도 소외하지 않고 모든 사용자의 삶의 질을 높일 수 있도록 접근성과 사용성을 만들어 가고 있습니다. 이와 같은 접근성 보장을 위해 네이버는 인식의 용이성, 운용의 용이성, 이해의 용이성, 견고성을 핵심 원칙으로 보다 편리한 서비스의 개발과 제공에 힘쓰고 있습니다.

**표현의 자유와 지적재산권 보장** 네이버는 이용자 표현의 자유와 지적재산권을 보장하는 한편, 유해 콘텐츠를 제한하여 디지털 안전을 확보하기 위해 만전을 기하고 있습니다. 2009년 인터넷 자율 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 한국인터넷 자율정책기구(KISO) 정책 규정을 적용하고 높은 수준의 운영정책을 구축하고 있습니다.

또한, 2012년부터 뉴스 서비스의 공정성 및 신뢰도 향상을 도모하기 위해 국내 인터넷 뉴스 서비스 사업자들과 공동으로 '기사배열에 관한 자율규약'<sup>2)</sup>을 제정, 준수하고 있습니다. 이에 네이버의 언론사 편집판은 언론사가 직접 주요뉴스를 선정해 인링크 기반으로 뉴스를 제공하며, 기사배열에 관한 모든 사항 역시 언론사가 직접 정하고 있습니다.

<sup>1)</sup> World Wide Web의 기술적, 사회적 확산을 위해 구성된 전세계적 표준화 기구  
<sup>2)</sup> 기사배열에 관한 자율규약은 보도의 자유로운 유통, 다양성, 공정성, 이해상충 배제, 위험의 최소화, 피해 구제, 선택권, 저작가치의 보전, 이용자 참여성, 전문성 등에 대한 10조의 세부 조항으로 구성됨

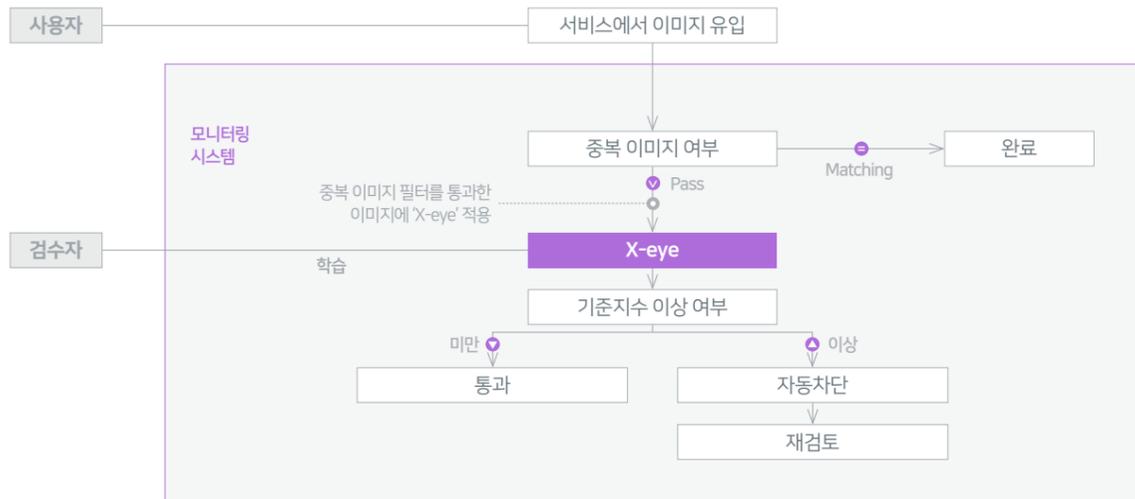
#### 정보 접근성, 모든 사용자를 위한 더 편리한 서비스

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

#### X-eye 기술 소개

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

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



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

나아가 2020년에는 악성 댓글 문제를 해결하기 위해 댓글 닉네임과 활동 이력 공개, 특정인의 댓글 차단 기능 도입 등 네이버의 다양한 기술적 시도가 이뤄졌습니다. 또한, 욕설은 물론 무례한 표현까지 탐지하는 AI 클린봇을 도입하고 성능을 업그레이드한 결과 악성 댓글 작성 및 노출 건수를 크게 줄였으며 2021년 초에는 욕설 뿐 아니라 과도한 성적표현까지 찾아서 차단하도록 업그레이드 하는 등 지속적으로 노력하고 있습니다. 이에 더해, 디지털 성범죄 피해 예방을 위한 캠페인을 진행하고, 관련 검색어 입력 시 2차 피해를 막기 위한 피해자 지원 정보를 우선적으로 노출하는 등 건전한 인터넷 환경 구축에 앞장서고 있습니다.

네이버의 서비스 영역이 지속적으로 확대되면서, 이용자의 서비스에 대한 문의, 의견, 기능개선 요청 등 VOC 또한 증가하고 있습니다. 네이버는 이용자의 서비스에 대한 문의, 의견, 기능개선 요청 등 VOC를 적극적으로 지원하기 위해 기존의 콜, 메일에 챗상담채널 및 AI기술을 접목한 스마트봇 상담채널 등 소통채널을 확대하여 이용자와 소통하고 있으며, 웹이나 앱 환경 어디서든 접근 가능한 고객센터(<https://help.naver.com>)를 운영하여 이용자의 VOC를 즉각 접수하고 즉각 반영하여 불편사항을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력에 따라, 네이버는 2020년 방송통신위원회에서 주관 평가한 '이용자보호업무평가'에서 '우수' 등급의 높은 점수를 받았습니다.



그린인터넷

#### 네이버 그린인터넷

<p><b>01</b></p>  <p><b>음란게시물 차단</b> X-eye 실시간 AI 이미지 필터링 시스템 적용 확대 신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영</p>	<p><b>02</b></p>  <p><b>불법게시물 차단</b> 불법촬영물 등 불법게시물 신고 접수를 위한 24시간 신고센터 운영 신속한 불법게시물 차단을 위한 모니터링 전담팀 운영 청소년유해성 질의어 검색시, 부적절한 검색결과 노출 제한 불법성 질의어 검색시, 신고·상담·구제 등 채널을 노출하여 이용자 보호</p>	<p><b>03</b></p>  <p><b>아동·청소년 보호</b> 인터넷 내용등급을 참고하여 유해한 게시물 차단 연령제한 기능을 통해 아동·청소년에게 유해한 게시물 노출 최소화 지식IN 내 청소년상담지원센터 등 상담 기관과의 연계를 통한 전문상담 진행 신속한 조치를 위한 모니터링 전담팀과 긴급신고센터 운영</p>
<p><b>04</b></p>  <p><b>저작권 보호</b> 창작자 권익 보호를 위한 저작권 보호 센터 운영 저작권 불법 유통 사전 방지를 위한 저작물 사전 보호 요청 DB와의 연계를 통해 저작권이 있는 콘텐츠 자동 블라인드 처리</p>	<p><b>05</b></p>  <p><b>개인정보 보호</b> 네이버 내 개인정보 관리를 위한 프라이버시센터 운영 개인정보에 관한 다양한 지식을 전하는 개인정보보호 블로그 운영 개인정보 노출에 대한 신속한 조치를 위해 긴급신고센터 운영</p>	<p><b>06</b></p>  <p><b>이용자 만족 및 보호</b> 이용자 만족도 조사, 정기 간담회 진행 등 이용자 경험 최우선화 이용자 VOC 전용 수집 채널 운영 챗봇, 모바일 고객센터 등 차별화된 CS 서비스 확대 모니터링 및 서비스 유형별 전담 고객센터 운영</p>

## 정보보호 문화 조성

### 이용자 '프라이버시 강화 보상제도'

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

2019년에는 대학생들을 대상으로 PER BootCamp를 진행하여 보다 많은 이용자들의 PER 참여를 독려했습니다. 2020년에는 총 90건의 의견이 접수되었으며, 그중 37건에 대하여 서비스 반영 및 개선이 진행되어 총 628만 원 상당의 네이버 페이 포인트 사례를 지급하였습니다.

### 아동 프라이버시 보호

2019년 6월 정보통신망법 개정 및 2020년 8월 개인정보보호법 개정으로 만 14세 미만 아동을 대상으로 개인정보 처리와 관련한 사항을 고지 시 아동이 이해하기 쉽게 제공해야 하며, 법정대리인의 실질적인 동의 확인이 의무화되었습니다. 이에 네이버는 아동 이용자를 위해 네이버 회원가입 시 개인정보 수집 및 이용에 대한 동의의 아동용 버전을 제공하고, 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 '개인정보 이용내역 통지 메일'을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다.

### 개인정보 처리시스템 관리기준

네이버의 서비스 운영과 관련하여 서비스 운영시스템, 데이터베이스 시스템 등 개인정보를 처리할 수 있도록 체계적으로 구성한 시스템은 '개인정보 처리시스템'으로 분류하고, 개인정보처리 시스템으로 분류된 시스템에 대해서는 아래와 같이 접근권한 관리 기준 및 절차 정의, 체계적인 인증 절차, 접근 로그 관리를 통해 접근을 통제하고 있습니다.

- 개인정보처리시스템을 포함하여 서비스관리도구 접근 시 회사에서 권고하는 안전한 인증 방법을 통해 계정, 패스워드를 입력하여 접근이 가능합니다. 인증 시 제 3자가 접근하지 않도록 암호화하고 있으며, 접근이 필요한 외부자는 별도의 인증 방법을 통해서만 접근이 가능합니다.
- 접근할 수 있는 메뉴에 따라 다양한 권한 그룹을 생성하여 운영 시스템의 접근 권한을 관리합니다. 운영시스템 권한은 권한 신청 결재를 통해서만 신청 가능하며, 정기/수시 권한 검토를 통해 불필요한 권한은 회수합니다.
- 주기적으로 점검을 통해 보안사고에 대비하거나, 보안사고 발생 시 추적을 위해 권한 생성/변경/삭제 로그, 접근 로그, 개인정보 취급 로그를 일정기간 보관합니다. 서비스관리도구 내 로그는 접근 통제, 별도 백업 등 물리적, 기술적인 방안을 적용하여 보호하고 있습니다.



네이버 회원가입 시 제공되는 어린이이용 안내

### PER 제도 진행 절차



### 임직원 '정보보호 교육'

2020년에는 COVID-19 상황이라는 사회적 이슈와 이에 따른 업무 환경의 변화를 반영한 정보보호 교육을 시행하여, 취약해지기 쉬운 원격근무 환경에서의 주의해야 할 내용을 중점적으로 전달하여 보안사고를 예방할 수 있도록 하였습니다. 2021년에는 전사 문서관리 커뮤니케이션과 관련된 보안 교육이 예정되어 있습니다. 정보보호 교육은 외국인 임직원과 중국 법인 계열사를 위한 다국어 버전도 지원하여 전 직원이 보안 교육을 모두 이수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한 네이버는 임직원들의 개인정보보호 인식 수준 향상을 위해 기본부터 심화 교육까지 필요한 교육을 선택하여 수강할 수 있도록 매년 다양한 주제의 강의를 개설하여 운영하고 있습니다. 2019년에는 전체 임직원을 대상으로 개인(위치)정보보호 교육을 시행하였으며, 개인정보 취급을 담당하는 임직원을 대상으로는 직무, 흥미, 이해 수준에 따라 여러 오프라인 교육을 상시로 개최하여 업무에 필요한 추가 교육을 이수하도록 했습니다. 특히 2020년 1월 시행되는 미국 캘리포니아 소비자 개인정보보호법 CCPA (California Consumer Privacy Act)에 따라 교육 대상을 글로벌 서비스 부서 직원들까지 확장하여 법에 대한 정보를 제공하고 이해도를 높이는 시간을 가졌습니다. 2020년에는 언택트 흐름에 맞춰 사내 인트라넷을 이용하여 온라인 라이브로 교육을 진행하였으며, 올해 교육은 데이터 3법 개정 배경과 주요 개정 내용, 개인정보보호법의 주요 개정 내용 및 영향을 집중적으로 다뤘습니다.

최근 채용 확대에 따라 많은 인원이 신규로 입사하고 있어, 기본적인 내용 위주로 전달하던 신규입사자 교육을 전면 개편하였습니다. 정보보호, 개인정보보호, 개발보안 및 정보보호 실천사항의 4개 교육으로 상세화하여 입사 직후부터 정보보호에 대한 인식을 높이고 회사의 정보보호 규정을 이해한 후 업무를 시작할 수 있도록 하였습니다. 신규입사자 정보 보호 교육의 경우, 매달 시행되며 교육 종료 후 설문조사를 통해 만족도와 의견을 조사하여 교육의 효과성을 높일 수 있도록 노력하고 있습니다. 이에 더해, 네이버는 구성원의 많은 부분을 차지하는 개발자들을 위해, 변화가 빠른 개발 환경에서도 지속적으로 성장할 수 있도록 새로운 것들을 빠르게 배울 수 있는 기본기 양성 프로그램 'TechShare'를 2019년부터 매월 개설하여 운영하고 있습니다. TechShare는 시스템과 보안 영역의 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 사이버 보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우를 공유하는 강의입니다.

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

임직원 개인(위치)정보보호 교육의 경우, 개인정보보호법에 따라 연1회만 필수로 진행하면 되지만, 네이버는 강화된 내부 기준에 따라 연 2회 임직원 개인(위치) 정보보호 교육을 실시하고 있습니다. 2020년 상반기에는 네이버 파이낸셜, 네이버웹툰 등 총 23개 주요 네이버 계열사의 전체 임직원을 대상으로 개인(위치) 정보보호 교육을 공동으로 진행하였습니다. 네이버 계열사의 법정 필수 교육 대상의 수료 현황을 확인하고, 교육 미수료자 대상으로는 사내 개인정보 처리 권한을 회수 및 권한 재발급 시 개인정보보호 교육 수료 확인 후 승인을 진행하는 조치를 취하였습니다. 하반기에는 12개 계열사가 네이버와 공동으로 교육을 진행하였으며, 나머지 11개 법인은 자체적으로 교육을 진행하였습니다.

### 네이버 정보보호 주요 연혁



### '보안 위협 요소'의 효율적이고 투명한 관리

서비스 보안에 있어서도 Security by Design과 Usable Security 원칙을 서비스 전 영역에 적용하고자 노력하고 있습니다. 서비스 기획, 디자인에서의 보안 리뷰 절차를 마련하고 개발 완료 시점에서의 보안 검수 절차뿐만 아니라 개발 중인 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안리뷰가 가능한 OSS(Open Source Software, 원활한 협업을 위한 소스 저장소) 기반 DevSecOps 지원시스템을 개발 운영하고 있습니다.

아무리 기획, 설계, 개발이 잘 이루어지더라도, 보안버그를 사전에 100% 예방하지는 못합니다. 이에, 자사가 미처 알지 못하는 보안 버그를 외부 분석가의 도움을 받아 '사고' 발생 이전에 보안 버그를 확인하고 대처할 수 있는 보안 버그바운티(Reward: <https://bugbounty.naver.com/ko/>) 프로그램을 자체적으로 운영해 오고 있으며, 이는 국내 기업 중 가장 모범적인 케이스로 평가받고 있습니다. 네이버 버그바운티는 2019년 한해 533건, 2020년 314건이 제보되었으며, 총 2억 원의 포상금 지급이 이루어졌고, 참여자는 매해 20%씩 증가하고 있습니다.

또한, 네이버는 2018년 네이버의 SW보안 취약점을 국제표준 관리 번호인 'CVE번호(Common Vulnerabilities and Exposures)'로 발급할 수 있는 권한을 가진 CNA(CVE Numbering Authority)로 등록되었습니다. 이로써 네이버는 보안 취약점을 체계적으로 관리하고, 신속하게 대응할 수 있는 투명한 기업으로 자리매김해오고 있습니다. The company is accordingly establishing itself as a transparent company that can systematically manage and quickly respond to security vulnerabilities. 2020년에 발급한 3건을 포함하여, CNA 참여 이후 총 10건의 CVE번호를 발급하였습니다.

### 파트너 '개인정보보호 역량 강화'

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

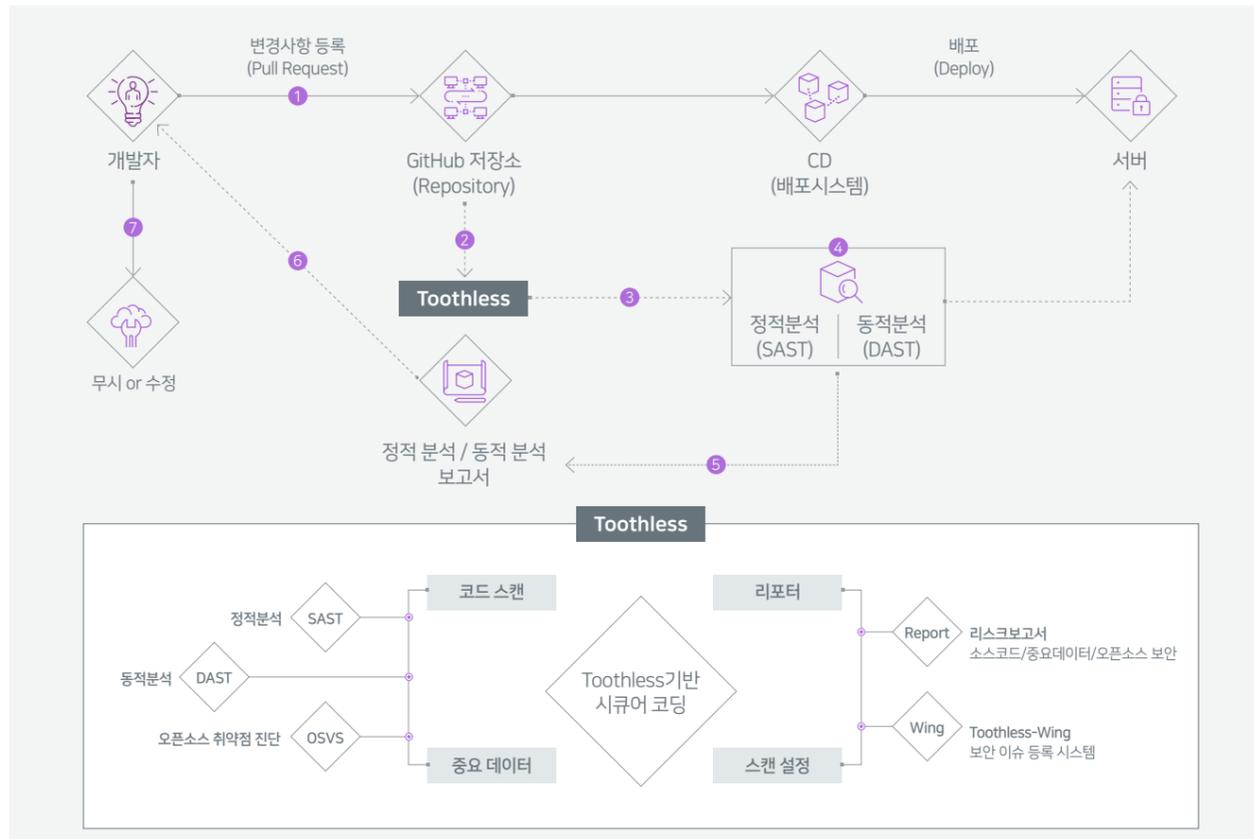
네이버는 더 많은 SME의 개인정보보호 역량 강화를 위해 2020년 5월 한국인터넷자율정책기구(KISA)와 업무협약을 체결하였습니다. 개인정보보호 교육 관련 콘텐츠를 공동으로 개발하고 '네이버 파트너스퀘어' 등 네이버의 사업자 지원 네트워크를 통해 개인정보보호 사각지대를 없애는 노력을 이어갈 예정입니다.

특히, 2020년 6월에는 네이버의 개인정보보호책임자(CPO/DPO)가 SME를 대상으로 직접 온라인 라이브 개인정보보호 교육을 진행하여 당일 3천 명이 넘는 인원이 시청하는 등 개인정보보호 인식 고취를 위한 시간을 가졌으며, 향후 KISA와 공동으로 지역별 네이버 파트너스퀘어를 통해 오프라인 교육도 준비 중에 있습니다. 네이버는 앞으로도 다양한 기관과의 협력을 통해 개인정보보호 취약 계층의 역량 강화를 위해 노력하겠습니다.



사업자 회원을 위한 안전한 개인정보 관리 안내서

### 네이버 DevSecOps: Toothless



### 보안 개선사항

구분	2017	2018	2019	2020
보안 개선사항 발견 수	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	742	728	744	694
완화-기간 이후 조치	233	370	513	293
완화-기간 미산정	31	28	25	35

### 버그바운티

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

### CVE 명명 건수

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

# Social & Environment

네이버 기술의 중심에는 사람이 있습니다.

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

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

## SOCIAL

- 63 인권 존중
- 65 임직원을 위한 투자
- 70 미래역량 개발과 기술 혁신
- 74 프로젝트 꽃

## ENVIRONMENT

- 85 환경영향 관리

# SOCIAL

## HUMAN CAPITAL & SOCIAL IMPACT

### MANAGEMENT APPROACH

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

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

### KEY PERFORMANCE



사내 개발자 컨퍼런스 '엔지니어링 데이'를 통한 개발자 교육 활성화



'연단', '컴패니데이'를 통한 쌍방향 임직원 소통강화



시윤리 준칙 수립



## 인권 존중

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

### 인권보호 및 증진

#### 인권 정책

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

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

#### 네이버의 잠재 인권 이슈

주요 인권 이슈	가치 사슬 내 취약 그룹	대응 활동
고용상의 차별	구성원	<ul style="list-style-type: none"> <li>고용형태를 이유로 불리한 처우를 하지 않음</li> <li>채용 시 학력을 이유로 차등을 두지 않음</li> </ul>
결사 및 단체교섭의 자유 보장	구성원	<ul style="list-style-type: none"> <li>노동조합 설립 및 단체교섭 절차를 거쳐 체결한 단체협약을 준수하고 있음</li> </ul>
강제노동, 아동노동 금지	구성원, 파트너	<ul style="list-style-type: none"> <li>근로기준법상 금지되는 계약(위약 예정, 전차금 상계, 강제저금)을 체결하고 있지 않음</li> <li>고용형태를 불문하고 미성년자와 근로계약을 체결하지 않음</li> </ul>
산업안전 보장	구성원, 파트너	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 임직원 건강검진 실시 및 건강 증진을 위한 각종 복지제도를 운영</li> <li>노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 구성, 정기적으로 안전/보건 안전을 논의</li> <li>파트너 지속가능경영실천협약서 내 안전경영 조항 명시</li> <li>안전경영 방침에 따라 안전 및 보건 계획을 수립하여 직원들의 안전과 건강을 최우선 함</li> <li>4월 중에 직원(정규직, 계약직 등 포함)들에게 근골격계 질환 관리 안전교육 진행 예정</li> </ul>
직장 내 성희롱/괴롭힘 근절	구성원	<ul style="list-style-type: none"> <li>연 1회 전체 임직원을 대상으로 직장 내 성희롱/괴롭힘 예방 교육 실시 및 익명 상담/신고 채널 상시 운영</li> </ul>
협력사 공정 대우	파트너	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 협력사를 대상으로 익명 설문조사를 실시, 불공정 행위를 예방/근절</li> <li>협력사 신고/제보 채널 '기업윤리상담센터' 운영</li> </ul>
개인정보 보호 및 프라이버시권 존중	구성원, 이용자	<ul style="list-style-type: none"> <li>임직원 및 채용 전형 지원자의 개인정보를 적법하게 수집/이용/폐기</li> <li>네이버 개인정보 처리방침 내 정보제공에 따른 개인 인권 침해 구제 조치 게시</li> <li>개인정보 자기결정권 행사 존중을 포함한 네이버 개인정보보호 원칙 운영</li> <li>개인정보 자기통제권 보장을 위한 개인정보 이용 현황 페이지 지속 개선</li> </ul>
표현의 자유 보장	이용자	<ul style="list-style-type: none"> <li>(사)한국인터넷자율정책기구(KISO) 참여 및 정책 규정 적용</li> <li>기사배열에 관한 자율규약 제정/준수</li> </ul>
서비스 접근성 증진	이용자	<ul style="list-style-type: none"> <li>접근성 페이지 별도 운영</li> <li>'인식의 용이성', '운용의 용이성', '이해의 용이성', '견고성' 원칙 운영</li> </ul>
디지털 안전	이용자	<ul style="list-style-type: none"> <li>그린인터넷 캠페인 진행</li> <li>AI 기반 X-eye 기술을 이용한 음란 게시물 사전 차단 및 상시 모니터링을 통한 게시물 확산과 2차 피해 예방</li> <li>유해게시물 또는 권리침해 게시물 신고센터 운영</li> </ul>

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

### 고충처리 채널 'With U'

네이버는 고충을 상담하고 신고할 수 있는 다양한 채널을 운영하고 있으며, 특히 직장 내 성희롱, 괴롭힘에 특화된 익명 채널인 'With U'를 통해 피해 직원에게 회사의 처리 프로세스 등을 상세하게 안내하고 있습니다. 피해 사실에 대한 조사가 필요할 경우 외부 전문가와 함께 공정하고 투명하게 처리하며, 상담 또는 신고하는 구성원에 대한 인사상의 불이익이나 차별을 엄격하게 금지하고 있습니다. 내부 규정에 따른 징계 심의 시에는 인사위원회 위원장인 대표이사사외이사로서 구성된 리스크관리위원회에 위임하고 심의 결과를 최종 시행합니다. 2020년 With U를 통해 제보된 건수는 6건이며, 내부 규정의 절차에 따라 100% 처리되었습니다.

### 전사 인권교육

네이버는 매년 10~12월, 전사적으로 법정 의무교육인 직장 내 성희롱·괴롭힘 예방 교육과 장애인 인식개선 교육을 진행하고 있으며, 조직 내 영향력이 큰 리더들의 경우 보다 특화된 직장 내 성희롱·괴롭힘 등에 대한 별도의 교육이 병행됩니다. 이에 더해, 대내외적인 변화에 맞추어 기업윤리규범을 지속적으로 업데이트하고 구성원들에게 공유함으로써 인권과 관련된 회사의 방침을 알리고 일상 속에서의 인식 제고를 돕고 있습니다. 2020년 기준 성희롱·괴롭힘 예방 교육 및 장애인 인식개선 교육은 100%<sup>1)</sup>의 이수율을 보였으며, 누락된 인원에 대해서는 사내 영상 공유 플랫폼(SHARE)에 교육 영상을 상시 게시하여 시청을 독려하고 있습니다.

### 임직원 소통 강화

네이버는 특정 그룹 대상 및 전 임직원 대상으로 다양한 프로그램을 마련하여 임직원간 소통의 범위를 확대하고 있습니다. 네이버의 사내 커뮤니케이션 대표 채널로는 '연단', '컴퍼니데이'가 있으며, 실시간 질의응답으로 사업 및 서비스의 주요 변화에 대한 회사의 입장과 방향에 대해 이야기 나눌 수 있으며, 특히, 컴퍼니데이를 통해 전 임직원에게 정기적으로 분기 별 경영실적을 공유하고 있습니다.

이와 함께, 구성원들의 생생한 목소리를 통해 회사의 현황을 파악하고 개선사항을 도출하기 위한 '지만갑(지금 만나러 갑니다)' 프로그램은 주요 사업단위 별로 그룹 인터뷰 형식으로 진행되며, 2020년 말 기준 총 84개의 그룹이 참여하였습니다. 또한, 회사의 주요 아젠다 및 신규 서비스 등을 소개하는 'CH. GREENY'는 사내 게시판에 별도의 섹션으로 제공하고 있으며, 2020년 6월 발간하기 시작한 뉴스레터 '그린티'는 회사 내부의 주요 소식과 업계 동향 및 사회적 이슈 등을 매월 이메일이나 사내 게시판 공지를 통해 모든 임직원에게 공유하고 있습니다.

### 공정한 고용 및 노사관계

#### NAVER Valuable Opinion

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

또한, 네이버는 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 구성하여 정기적으로 안전보건 안건을 논의하고 있으며, 회사 구성원들의 건강, 안전 등을 심도 있게 다루기 위해 2020년 9월 산업안전보건 분야 전문가를 초빙하여 노사가 함께 강의를 수강하고 안전보건 역량을 함양하고 있습니다. 이 외에도 매 분기 실적 발표 시점 회사의 주요 경영 현황과 사업 방향을 공유하는 자리인 컴퍼니데이에 노동조합을 대표하는 자(조합원 대표)를 포함한 전 직원들의 의견을 함께 청취하고, 궁금한 사항에 대한 질의응답의 시간을 가지고 있습니다. 나아가 네이버는 고용 안정을 위해 비정규직의 비율을 최소화하고 있으며, 과거 인력 구조조정을 한 사례는 없습니다.

<sup>1)</sup> 휴직자 및 중간 퇴직자 제외

#### With U 프로세스



#### 인권교육 참여 현황

구분	단위	2018	2019	2020	
직장 내 성희롱 예방 교육	수료자	명	3,571	3,256	3,973
	수료율 <sup>1)</sup>	%	100	100	100
직장 내 장애인 인식개선 교육	수료자	명	2,807	3,485	3,973
	수료율 <sup>1)</sup>	%	100	100	100
직장 내 괴롭힘 예방 교육	수료자	명	-	-	3,973
	수료율 <sup>1)</sup>	%	100	100	100

<sup>1)</sup> 휴직자 및 중간 퇴직자 제외

## 임직원을 위한 투자

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

### 인재 확보 및 양성

#### 우수인재 유치 노력

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

이 중 오픈 클래스는 신입 공채 선발을 앞두고 전형 진행 방식부터 네이버 입사 후 생활, 사내 협업 문화, 성장 가능성 등을 알려주는 네이버만의 채용 캠페인으로 2020년에는 개발/기획 부문으로 나누어 온라인으로 오픈 클래스를 개최하였습니다. 특히 2020년 개발 부문 오픈 클래스에는 전체 6회차에 걸쳐 약 6,000여명이 참가했고(연초 목표 대비 4배 초과), 네이버와 계열 법인의 각 리더와 대표들은 러브콜 메시지 형태로 조직을 소개하며 네이버의 개발 문화를 홍보하였습니다. 캠페인 기간 중에는 1만 3천여 개가 넘는 지원자들의 질문이 접수되었으며, 네이버 클로바 AI 언어 모델인 LaRva를 활용하여 유형을 분석하고, TR<sup>1)</sup>/면접관/신입사원의 보이스로 입체적인 답변을 구성하여 네이버의 기술력을 함께 선보였습니다.

<sup>1)</sup> Talent Relations 부서



네이버의 인재상

Class	내용	일정
Class 1	TUTORIAL	now!
Class 2	직원피셜 레일 네이버	7월 24일
Class 3	말실거보다 기본기	7월 31일
Class 4	Language? Communication!	8월 7일
Class 5	클래스가 다른 성장	8월 14일
Class 6	전형의 모든 것 <span style="color:red">Live</span>	8월 21일

네이버 개발자 오픈 클래스(NAVER DEVELOPER OPEN CLASS)

#### CASE STUDY

### 스테이션 제로(Station Zero) 프로그램

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

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



## 유연하고 자기 주도적인 근로 문화

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

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

구성원들의 다양한 아이디어와 제안은 네이버의 혁신을 이끄는 원동력으로 네이버는 전 직원을 대상으로 'Hack Day'와 같은 아이디어를 제안할 수 있는 프로그램을 운영하여 구성원들의 참여를 장려하고 있습니다. 또한 'Meetup' 프로그램을 통해, 기술 주제로 누구나 자유롭게 모여 이야기를 나누고, 평소에 관심 있었던 주제에 대해 자기 생각을 펼치고 공유할 수 있습니다.

## 역량 개발과 리더 육성

**자기주도 성장 지원** 네이버는 구성원들의 자기 개발을 위한 온/오프라인 외부 교육, 어학교육, 국내외 연수, 소그룹 스터디를 지원하고 있으며, 네이버에서 일하는 구성원은 고용 형태에 관계없이 누구든 자유롭게 신청할 수 있습니다.

**Code Day** 네이버는 구성원 간의 교류를 통해 일의 가치와 영향력에 대해 함께 고민하고 논의할 수 있는 장을 마련하고 있습니다. 코드 데이(Code Day)는 전 계열법인의 신규 입사자 및 리더 직급을 대상으로 진행되는 네이버의 대표적인 교육 프로그램으로, 네이버의 성장스토리, 사업 철학, 서비스 현황 및 일하는 문화에 대한 이해도를 높이고 회사의 방향성을 공유하고 있습니다. 2020년 연간 코드데이는 총 6회(신입,경력 각 3회) 진행되었으며, 참가자는 총 968명입니다. 또한, 교육 후 프로그램 리뷰를 진행하여, 전달하고자 한 메시지가 제대로 전달되었는지 후기와 질의사항 및 콘텐츠에 대한 제안을 받고 있습니다. 2020년 코드 데이는 COVID-19로 인하여 대면 프로그램 진행이 어려워짐에 따라 하반기부터 전면 온라인 프로그램으로 전환하여 시행되었습니다. 프로그램 시행 결과, '회사와 서비스, 네이버의 주요 가치에 대해 이해함으로써 빠른 적용에 도움이 되었다', '신규입사자들이 경험하는 적용에 대한 불안감을 해소하는 데 도움이 되었다'와 같은 긍정적인 참가자 의견을 확인할 수 있었습니다.

**신입사원 입문교육** 네이버는 신입사원들이 회사를 이해하고, 회사 생활의 기본기를 익혀서, 실제 업무에 잘 적용할 수 있도록 입문교육을 진행하고 있습니다. Soft Skill 역량교육, Hard Skill을 다루는 직군별 직무교육을 운영하고 있으며, 직무교육이 끝난 후에는 실제 프로젝트를 통해 배운 내용들을 적용할 수 있는 부트캠프를 진행하여 결과물을 발표하는 자리를 통해 단기간 동안의 성장을 경험하고 있습니다.

역량개발 교육 운영 현황					
유형	세부 내역	2017	2018	2019	2020
어학교육	인원 (명)	95	501	1,357	1,323
	신청 건수 (건)	431	2,317	6,815	6,750
외부교육	인원 (명)	202	296	370	239
	신청 건수 (건)	255	391	455	358
연수	인원 (명)	191	276	290	44
	신청 건수 (건)	231	320	340	47
스터디 <sup>1)</sup>	인원 (명)	899	1,053	1,196	902
	스터디 (개)	341	409	544	1,716
개발자 교육	인원 (명)	2,102	3,441	4,674	1,875 <sup>2)</sup>
	과정 수 (개)	94	101	44	75

<sup>1)</sup> 업무역량 향상을 위해 소그룹 스터디를 진행하는 경우, 직무관련 전문서적 도서 지원

<sup>2)</sup> COVID-19로 인해 208시간 분량의 75개의 과정이 전면 온라인으로 시행, 과정당 평균인원 25명 가정 시 총 1,875명 참여, 총 5,200여 시간 수강

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

**개발자 성장프로그램** 구성원의 60% 이상인 개발 직군에게는 연간 400시간 정도의 기술교육이 마련되어 있어 자신에게 필요한 교육을 선택하여 역량개발에 활용할 수 있습니다. 업무를 통한 경험을 공유하여 변화가 빠른 개발 환경에서도 새로운 기술을 빠르게 습득할 수 있는 프로그램을 지원하며, 다양한 실무에서의 기술 적용 경험을 나누기 위해 Engineering Day, Techtalk, Meetup 등의 프로그램을 운영하고 있습니다. 2020년에는 75개 과정, 208시간의 과정을 시행하였는데, COVID-19로 인해 전 직원을 대상으로 하는 오픈 온라인 과정으로 진행하였기 때문에 정확한 교육인원 추산은 어렵습니다.



**사내 개발자 컨퍼런스 엔지니어링 데이**

엔지니어링 데이(Engineering Day)는 네이버 개발자들의 성장을 돕기 위해 2016년 시작한 사내 기술발표 행사입니다. 실무에서의 기술 적용 경험과 관련 노하우를 공유하여, 기술 도입 또는 새로운 플랫폼 적용 시에 유용하게 활용됩니다. 네이버 개발자라면 누구나 발표와 시청이 가능하며, 2019년 152건, 2020년 92건의 기술이 발표되었습니다. 2020년에는 모든 발표가 온라인으로 진행되었는데, 영상 콘텐츠 다시보기 뷰가 20,000건을 넘었습니다.

평상시에도 업무적으로 어려움이 생겼을 때 구성원에게 묻고 함께 고민하는 분위기가 자연스럽게 형성되어 있으며, 기술 Meetup을 통해 같은 기술을 개발하는 사람들이 모일 수도 있습니다. 이처럼 네이버에는 개발자들이 서로의 기술과 노하우를 공유하는 문화가 확고하게 자리잡고 있으며, 이를 기반으로 함께 성장하고 있습니다.

**Leader Class** 네이버의 리더는 변화를 선도하며, 직원들에게 동기 부여를 제공하는 중추적인 역할을 담당하고 있습니다. 따라서 네이버는 조직 내 영향력이 큰 직책 리더를 대상으로 2019년부터 별도의 리더 Class를 실시하고 있습니다. 외부 전문가와 함께 네이버에 맞는 리더십 프로그램을 기획하여 '리더십(2020)'과 같은 주제로 진행되었으며, 니즈에 따라 의사소통, 구성원 육성, 명사특강 등도 계획 중에 있습니다. 리더 Class는 유익한 콘텐츠 제공과 효율적인 운영을 위해 교육 만족도 조사, 현황 조사 등을 실시하여 리더들의 의견을 반영하고 높은 공감대를 형성하고 있습니다. 네이버의 리더들은 바람직한 리더로서의 역할과 조직관리 역량 향상에 많은 관심을 보이며, 보였으며, 평균 90%가 넘는 본 교육 수료율을 보였습니다.

**데이터 리터러시 교육** 데이터를 분석하고 이해하는 데이터 리터러시 능력을 향상시키는데 도움이 될 수 있도록 서비스 기획을 위한 SQL, EXCEL, Tableau 교육을 진행하였습니다. 또한, 전 임직원을 대상으로 기본적인 스킬 습득을 넘어 데이터에 대한 본질적인 이해를 넓히는 데 도움을 주기 위해 국내 데이터 분야의 석학이 전하는 데이터 마스터 클래스를 온라인 생중계로 진행하였고, 3,000명 이상의 직원이 수강 하였습니다.

## 여성 관리자 비율 (리더 직급)



## 균등한 기회

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

네이버의 남녀 구성원 비율은 2020년 말 기준으로 64:36이며, 여성리더 직급은 매해 상승하여 전체 리더 직급 중 약 24.5%를 차지하고 있습니다. 아울러, 사내독립조직인 CIC(Company-in-Company) 대표를 포함한 C-level의 고위 경영진 중 여성이 차지하는 비중은 30%입니다. 네이버는 여성이라는 이유로 '유리 천장' 등의 보이지 않는 차별을 두지 않으며, 더 많은 여성들이 자신의 능력을 발휘할 수 있게 임신과 출산을 최대한 배려하기 위해 노력하고 있습니다. 이에 더해, 직군에 의한 임금 차이 외 성별에 따른 임금 차이는 두고 있지 않습니다.

## 공정한 평가와 보상

네이버의 리뷰 제도는 구성원의 성장을 돕는 내실 있는 피드백을 위해 매년 정기적인 다각도(360도) 리뷰로 진행되며, 그 밖에도 리더가 수시로 구성원의 업무 상황, 성장 등에 대해 피드백을 줄 수 있는 목표관리 시스템을 운영하고 있습니다. 다각도 리뷰를 통해 업무 성과와 협업/태도 등에 대하여 스스로를 리뷰할 뿐만 아니라, 함께 일했던 모두가 평가에 참여하여 종합적인 판단을 기반으로 평가받게 됩니다. 또한, 회사 내 조직의 다양성을 고려하여 조직 특화 문항을 추가하여 더욱 공정한 평가가 이루어질 수 있게 했습니다. 이에 따라 누구든 나이와 연차에 상관없이 실력으로 인정과 보상을 받을 수 있는 합리적인 인사 제도를 마련하여 투명하게 운영하고 있습니다.

## 주식 연계 보상제도

네이버는 1년 이상 재직한 직원에게 1,000만원 상당의 스톡옵션을 매년 부여하여 회사의 성장과 개인의 성장이 이어지는 계기를 제공하고, 구성원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치 증진에 관심을 기울일 수 있도록 방향을 제시하고 있습니다. 아울러 직원 주주 확대를 통한 회사의 미래 성장 가치 공유를 위해, 자사주 매입 후 6개월간 보유 시 매입금액의 10%를 지원하고 있습니다.

## 다양성 존중

네이버는 밀레니얼 세대가 구성원의 절반 이상을 차지하며, 국적을 비롯해 다양한 배경과 가치관을 가진 이들이 함께 모여 네이버만의 유연한 조직문화를 만들어 나가고 있습니다. 네이버는 상호 존중을 기반으로 본인의 역량에 따라 자유롭게 일하며 사회에 기여할 수 있는 환경을 조성하는 데 앞장서고 있습니다. 매년 세대 간의 소통과 교류를 확대하기 위해 "지금 만나러 갑니다"라는 타이틀로 HR팀의 주최 하에 직무 별/연차 별(리더, 시니어, 주니어) 간담회를 진행하고 있으며, 많은 직원들이 참여하여 다양한 의견을 제시하고 있습니다. 현재 구성원 대상 근무 만족도 및 몰입도 서베이를 준비 중에 있으며, 향후 간담회 의견과 서베이 결과를 종합하여 네이버의 조직문화 발전 방향을 수립하는데 활용할 예정입니다.

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

## 보건안전 및 웰빙

네이버는 구성원의 근무 만족도를 높이고 역량을 발휘할 수 있게 최상의 근무환경과 다양한 복지혜택을 제공하고 있습니다. 일과 가정의 양립을 위해 선택적 근로시간제와 근로시간 단축제 등 여러 유형의 유연근무제를 실시하고 있으며, 쾌적한 업무 공간을 유지하기 위해 노력하고 있습니다. 나이가 구성원들의 몸과 마음 건강까지 챙길 수 있는 운동시설과 전문 의료 상담을 지원하며, 24시간 교대 근무가 이루어지는 조직(24시간 상황실) 소속 직원은 산업안전보건법에 따라 매년 특수 건강검진을 실시합니다. 특수 건강검진의 경우, 야간업무 수행 적합도에 대표적으로 영향을 미치는 관상동맥질환이나, 당뇨 및 고혈압 등의 질병 유무를 판단하여, 근로자가 건강하게 야간근로를 지속할 수 있는 지 여부를

판단한 뒤, 직무에 배치합니다. 이 외에도 사내 키친과 카페를 운영하여 구성원들이 매일 신선한 음식과 저염/저칼로리 식단까지 다양하게 즐길 수 있도록 배려하였습니다.

COVID-19 상황 속에서는 정부와 지자체의 지침에 따라 기민하게 대응할 수 있도록 비상운영체제를 가동하고 있으며, COVID-19 대유행 시점마다 전체 원격근무를 통해 구성원이 안심하고 업무에 몰입할 수 있도록 지원하고 있습니다.

네이버는 구성원의 가족들까지 세심하게 고려한 여러 가지 가족친화 제도를 운영하고 있습니다. 육아휴직을 법으로 정한 기간 외에 추가로 1년 더 제공하며, 자녀 양육을 위한 가족 돌봄 휴가를 연간 10일 지원하고 있습니다. 또한, 그린팩토리 사옥 내에 모유 유축기 등을 갖춘 모자 유친실을 갖추고, 직장 보육 시설 전문 기관과 연계해 서울·경기 지역 4곳에 국내 최고 수준의 어린이집을 운영하고 있습니다. 해당 연도 휴직 만료 인원을 기준으로 육아휴직을 사용한 직원의 복직률은 2018년 이후 3년 연속 99% 이상을 기록하고 있습니다.

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



그린팩토리 내 그린 카페

### 구성원 구분 (세대)

30세 미만	27%
30세 이상 40세 미만	47%
40세 이상 50세 미만	25%
50세 이상	1%

\* 2020년말 기준

### 일·가정 양립을 돕는 다양한 지원 프로그램

구분	세부 내용	
근로 시간	선택적 근로시간제	• 별도의 코어타임 및 1일 최소 근로시간 없이 평일 06~22시 사이 자유롭게 출퇴근하여 근무시간을 유연하게 활용 가능
	근로시간 단축제	• 임신기, 육아기, 가족 돌봄 등의 사유 <sup>1)</sup> 로 근로시간 단축을 신청할 수 있음
업무 공간	쾌적한 공기를 유지하는 실내 업무 공간	• 카펫 대신 나무 바닥(Wood-flooring)을 설치하고, 먼지가 쌓이는 천장 마감을 최소화함
	열띤 토론에도 언제나 쾌적한 회의실	• 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 중
	전 직원에게 제공되는 인체공학적인 의자	• 열띤 논의가 오가면서 더워질 수 있는 모든 회의실 내부에 CO <sub>2</sub> 센서를 설치해 공기의 질을 측정하고, 쾌적한 환경을 유지할 수 있게 관리 중
건강 케어	사옥에서 전문 의료진의 진료가 가능한 네이버 홀닥터 <sup>1)</sup>	• '오랜 시간 일하는 직원들이 가장 좋은 의자를 사용해야 한다'는 마음으로 전 직원에게 인체공학적으로 설계된 기능성 의자를 제공
	올바른 몸 상태를 위한 코어운동센터 <sup>1)</sup>	• 근무 중 갑자기 몸이 좋지 않을 때, 건강검진 전/후 상담이 필요 시 전문적인 진료와 상담으로 건강을 관리하며, 근골격계/스트레스성 질환에 대한 물리치료, 전문검사, 예방접종 등을 지원
	마음 건강까지 챙기는 심리 상담지원 <sup>1)</sup>	• 목/어깨/허리 등 직장인의 주요 통증을 완화시키고 거북목/디스크 등을 예방하기 위한 운동법을 제공하여 올바른 몸 상태를 유지할 수 있도록 돕고 있음
건강 먹거리	시간과 장소에 상관없이 전문가의 상담을 지원하는 의료/보안 상담 Channel <sup>1)</sup>	• 마음 건강도 전문가의 도움으로 관리할 수 있도록 안심하고 상담받을 수 있는 전문 상담기관을 연계하여 운영 중
	직원의 건강을 생각하는 Green Café <sup>1)</sup>	• 전 세계 어디서든지 건강/보안 상 이슈 발생 시 전문 의료진 상담 및 긴급 지원 서비스를 받을 수 있음
어린이집 운영	안심하고 먹을 수 있는 B1 Kitchen <sup>1)</sup>	• 바리스타가 내리는 신선한 커피부터 생과일 음료, 한방음료까지, 건강 음료를 저렴한 가격에 이용 가능
	서울/경기 지역에 총 5개의 어린이집 <sup>1)</sup>	• 캐주얼한 식사 지원을 위해 갓 구운 빵, 수제버거 등의 Take-out이 가능
가족 케어	가족 초청 프로그램 'Open Saturday' <sup>1)</sup>	• 풍성한 샐러드는 물론, 저염/저칼로리 식사까지 직원의 건강을 고려한 식사를 매일 제공
	입사 후 2년이 지나면 15일의 리프레시 플러스 휴가 발생	• 정원 약 630여 명을 돌보는 국내 최고 수준의 어린이집을 운영 중
휴가 지원	육아서비스 및 특별 휴가 <sup>1)</sup>	• 나와 배우자, 부모님과 배우자의 부모님, 자녀, 형제자매까지 상해보험 혜택을 받을 수 있음
	다양한 최고급 휴양 시설 이용 지원 <sup>1)</sup>	• 종합검진은 매년 지원되며, 본인 외 꼭 필요한 가족 1명도 격년으로 지원 중
경제적 지원	주거와 생활의 안정을 위한 금전적 지원	• 부모님, 자녀들을 내가 일하고 있는 사옥에 초대해서 함께 재미있는 프로그램에 참여하고 회사 문화를 경험하며 좋은 추억을 만들 수 있도록 지원
	직원과 가족의 경조사 지원 <sup>1)</sup>	• 입사 후 2년이 지나면 첫 리프레시 플러스 휴가 15일이 주어지며, 발생 후 3년 이내에 최대 3회에 걸쳐 휴가를 사용할 수 있는 제도
	스톡옵션	• 가족 돌봄 휴가를 자녀양육을 사유로 연간 10일 사용 가능
업무 몰입 지원	주식매입리워드	• 회사 직원만 전용으로 사용할 수 있는 전국 곳곳의 고급 전용 휴양 시설을 매달 추천을 통해 저렴한 비용으로 이용 가능
	업무기기예산제	• 직원들의 주택 구입(임차) 사유의 대출이 필요한 경우, 대출금 최대 1억 원의 연 1.5%의 이자까지 이자비용을 현금으로 지원하며 (최대 7년), 결혼/생활안정 사유의 대출이 필요한 경우, 각각 대출금 최대 2,000만 원/1,000만 원에 대해 발생한 이자의 33.8%를 지원하고 있음 (최대 5년)
업무 몰입 지원	개인업무지원비 <sup>1)</sup>	• 직원 및 가족의 경조사 발생 시 경조사를 원활하게 치를 수 있도록 회사 차원에서 예를 표하고, 상호 부조하는 것을 목적으로 함
	네이버서비스 이용권 <sup>1)</sup>	• 정기부여: 근무 1년이상인 정규직 직원에게 매년 1,000만 원 상당의 스톡옵션 부여. 부여 후 2년 재직 후 행사 가능
	어학 지원 <sup>1)</sup>	• 조건강화형: 임원 및 사업성장을 위해 성과에 대한 책임이 큰 일부 직원 대상 스톡옵션 부여. 부여 후 3년 재직 후 행사 가능
	업무환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 여학교육을 받을 수 있도록 지원함	• 임원/정규직 대상으로, 자사주 매입 금액의 10%를 지원. 주식매입 후 6개월간 보유하면 연간 지급한도는 200만 원 내에서 리워드 지급
	구직원 각자의 상황과 필요에 맞게 업무기기를 자유롭게 선택하여 활용하게 함으로써, 업무 효율성을 향상시킬 수 있도록 지원함	• 업무상 발생하는 통신비, 도서/컨텐츠 구매비, 외부주차비 등을 지원함
	네이버에서 제공하는 각종 서비스를 직접 사용해보고 이해도를 높일 수 있도록 매월 무료로 지원함	• 네이버에서 제공하는 각종 서비스를 직접 사용해보고 이해도를 높일 수 있도록 매월 무료로 지원함
	업무환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 여학교육을 받을 수 있도록 지원함	• 업무환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 여학교육을 받을 수 있도록 지원함

<sup>1)</sup> 모든 임직원 대상 (임원, 정규직, 계약직 포함)

# 미래역량 개발과 기술 혁신

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

## 네이버의 미래 기술 투자와 연구 생태계 구축

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

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

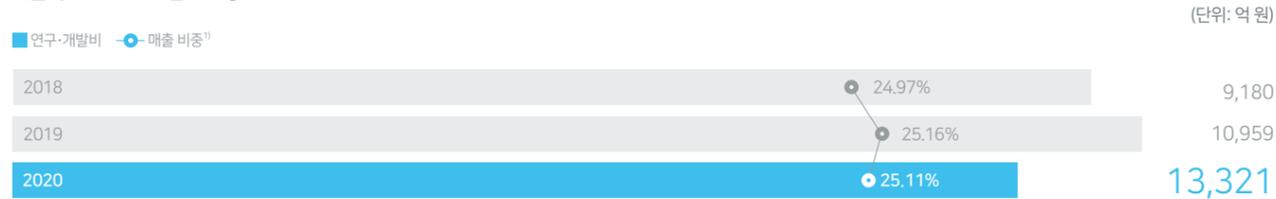
## 네이버랩스

### 네이버가 꿈꾸는 미래도시 'A-CITY'

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

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

### 매출액 대비 연구·개발비 비중



### Autonomous Everywhere, Everything, Everyday

**EVERYWHERE**  
도시의 모든 고정밀 데이터를 통합 (실내, 보도, 차도)

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

**EVERYDAY**  
일상 공간에서 사람들과 인터랙션하며 서비스를 제공

### 네이버랩스 하이브리드 HD 매핑 기술

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

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

<sup>1)</sup> 현실 공간 데이터로 가상공간에 동일 환경 구축



### 네이버랩스의 주요 미래기술 소개

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

## AI·로봇 기술 고도화

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

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

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



클라우드 기반 서비스 로봇 플랫폼 AROUND와 매핑 로봇 M1

## AI 윤리 준칙 수립

네이버는 2021년 2월, AI에 대한 사회적 요구와 네이버의 기업철학을 통합적으로 반영한 '네이버 AI 윤리 준칙'을 공개했습니다. 이는 2018년부터 서울대학교 AI 정책 이니셔티브(SNU AI Policy Initiative, SAPI)와 협업한 결과물로서, 향후 AI 윤리 준칙의 실천 및 사례 발굴과 개선에 있어서도 학계와 지속적으로 협력해 나갈 계획입니다. 네이버는 또한, AI 윤리 준칙이 구호에 그치지 않도록, 유연한 사내 커뮤니케이션 채널을 마련해 프로젝트 진행이나 서비스 개발 시에 사안을 중심으로 문의하고, 논의를 진행할 수 있도록 하는 등의 실천 방안도 마련하였습니다.

### 네이버 AI 윤리 준칙



#### 사람을 위한 AI 개발

네이버가 개발하고 이용하는 AI는 사람을 위한 일상의 도구입니다. 네이버는 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 삼겠습니다.



#### 다양성의 존중

네이버는 다양성의 가치를 고려하여 AI가 사용자를 포함한 모든 사람에게 부당한 차별을 하지 않도록 개발하고 이용하겠습니다.



#### 합리적인 설명과 편리성의 조화

네이버는 누구나 편리하게 AI를 활용하도록 도우면서, 일상에서 AI의 관여가 있는 경우 사용자에게 그에 대한 합리적인 설명을 하기 위한 책무를 다하겠습니다. 네이버는 AI에 관한 합리적인 설명의 방식과 수준이 다양할 수 있다는 점을 고려해, 이를 구체적으로 실현하기 위하여 노력하겠습니다.



#### 안전을 고려한 서비스 설계

네이버는 안전에 유의하여, 서비스의 전 과정에서 사람에게 유해한 영향을 미치지 않는 AI 서비스를 설계하겠습니다.



#### 프라이버시 보호와 정보 보안

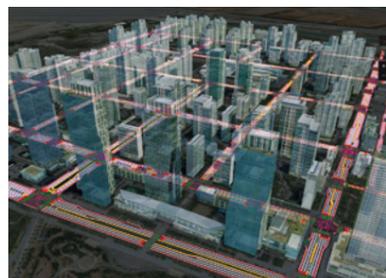
네이버는 AI를 개발하고 이용하는 과정에서 개인정보 보호에 대한 법적 책임과 의무를 넘어 사용자의 프라이버시가 보호될 수 있도록 노력하겠습니다. 또한 개발 단계를 포함해 AI 서비스의 전 과정에서 정보 보안을 고려한 설계를 적용하겠습니다.

### CASE STUDY

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

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

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



## 혁신 생태계 조성

### D2 Startup Factory

네이버 D2 Startup Factory(네이버 D2SF)는 2015년 5월 설립한 네이버의 기업형 액셀러레이터입니다. 뛰어난 기술을 지닌 초기 스타트업에 발굴해 투자하고 성장을 지원하며, 특히 네이버와 함께 전략적으로 성장할 수 있는 방안을 모색합니다. 투자 자금 외에도, 전용 업무공간, 클라우드 인프라, 홍보/마케팅, 후속 투자유치, 오피시아워 등을 지원하고 네이버 기술·사업과의 협력 기회도 추진합니다. 네이버 D2SF는 설립 이후 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.

네이버 D2SF는 직접 투자한 스타트업들이 그동안 일궈낸 성과와 향후 비전을 공개하는 자리인 데모데이, 기술 스타트업의 고민과 문제 해결 경험을 공유하는 장인 TECH MEETS STARTUP 콘퍼런스를 개최하여 네이버 D2SF를 중심으로 기술 스타트업 커뮤니티를 구축해 나가고 있습니다. 서울 강남역 인근에 위치한 네이버 D2SF 공간은 70여 팀의 기술 스타트업이 입주해 성장한 곳이자, 650여 건의 기술 스타트업 이벤트가 열린 허브입니다. 또한, 2016년부터 매 학기 캠퍼스 기술 창업 공모전을 열어 잠재력 있는 학생 창업팀의 성장을 돕고 있습니다. 2016년부터 지금까지 44팀이 캠퍼스 기술 창업 공모전을 거쳐갔고, 그중 15팀이 법인 설립 및 투자 유치에 성공했습니다. 선진적인 시도와 다양한 기술 지원 노력에 힘입어 네이버는 2020년 국내 창업자 대상 설문 조사<sup>1)</sup>에서 스타트업에 가장 적극적인 기업으로 4년 연속 1위로 선정되었습니다.

<sup>1)</sup> 오픈세베이와 스타트업얼라이언스가 공동 조사해 매년 발표하는 '스타트업 트렌드 리포트'

### 네이버 D2SF 주요 성과



\* 2020년 12월 말 기준

### CASE STUDY

## 축산업을 데이터 기반의 테크 산업으로 혁신한 '한국축산데이터'

한국축산데이터는 축산테크를 선도하는 스타트업으로, 가축 및 농장 데이터를 분석해 맞춤형 사육법을 제공하는 솔루션 '팜스플랜'을 개발했습니다.

농장 내 CCTV로 가축의 행동 패턴을, 주기적 혈액 검사로 질병 및 면역 상태를, 농장 내 IoT 센서로 환경 데이터를 분석하고 최적의 관리 플랜을 추천하는 방식입니다. 팜스플랜 도입 후 돼지 축산 농가의 약품(항생제 등) 비용과 폐사율은 각각 30%, 12% 감소한 것으로 나타났습니다. 이처럼 생산성 향상을 통한 탄소 배출 절감, 항생제 및 폐사율 절감 효과를 성공적으로 입증했습니다. UN의 지속가능개발 기준을 충족해 임팩트 투자를 유치한 바 있습니다.



## 기술 협력 확대

**테크 콘서트** 네이버는 개발자들의 성장을 위한 다양한 문화와 교류의 장을 마련하고 있습니다. 앱과 웹 개발 분야의 기술 경험과 개발 문화를 공유하기 위한 테크 콘서트는 2018년 시작되어, 2020년에는 온라인으로 이동한 채 개최되었으며, 개발자를 꿈꾸는 대학생, 초년 개발자, 직장인 등 총 3,250명이 신청하였으며, 이들간의 실시간 라이브가 20,000뷰를 기록할 정도로 많은 관심을 받았습니다. 네이버의 안드로이드, iOS, 프론트엔드 개발자들이 성장 과정과 기술적인 인사이트를 공유하였고, 라이브로 현장 질문에 대해서도 답변하는 자리도 마련되었습니다.

**AI 산학협력** 네이버는 2020년 5월 네이버클라우드, 한국과학기술원(KAIST)과 인공지능(AI) 전문 인력 양성 및 기술 저변 확대를 위한 업무 협약(MOU)을 체결했습니다. 본 협약을 통해 2020년 KAIST 전산학부에 쇼핑 이미지 및 질의응답 데이터와 클라우드 머신러닝 개발 플랫폼을 제공해 수업에 활용하였고, 전산학부 학생들을 대상으로 네이버 연구원들의 강연도 진행했습니다. 또한, 2020년 연세대학교 전기전자공학부 대학원에서 네이버 AI기술을 소개하는 정규 수업을 진행하여 최신 AI기술 동향 및 활용 사례에 대한 경험을 공유하였습니다. 2021년에는 서울대 대학원 컴퓨터공학부의 정규수업을 통해 AI LAB 연구원이 최신 AI기술 이론부터 실습에 대한 수업을 진행하며, 클라우드 GPU 50개를 지원하고 있습니다. 이 외에도 클로바와 AI LAB 연구원들은 매 학기 10여 차례 이상 여러 외부 교육기관에 최신 AI 연구동향 및 네이버의 AI 기술개발과 기술을 공유함으로써 AI 저변확대에 기여하고 있습니다.

**DEVIEW** 국내 최대 개발자 컨퍼런스인 DEVIEW는 2020년 COVID-19로 인해 비대면 온라인 라이브로 진행되었으며, 역대 가장 많은 81개의 발표가 3일동안 소개되었습니다. 중급 개발자를 대상으로 하였던 기존 발표 외에도 새로운 기술이나 경험을 실습 위주로 공유하는 Hands-on 세션과 주니어 개발자들의 성장을 위한 For Juniors 세션이 새롭게 추가되어 진행되었습니다. 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 사용자를 연결하는 네이버의 기술을 소개하였습니다.

# 프로젝트 꽃

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

## 네이버 프로젝트 꽃

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

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

### 분수펀드 규모



### 공정거래 질서 확립 노력

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

## 공정한 거래와 파트너 지속가능성 제고

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

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

경영 활동 지원 차원에서는 2020년 7개 파트너사에게 컨설팅을 제공하고 172억 원 규모의 상생펀드를 조성하여 시중보다 낮은 금리로 대출을 지원하였습니다. 이에 더해, 중소 파트너사의 해외 판로 개척을 지원하여, 2020년 47개 중소 파트너사가 총 587억 원의 해외향 매출을 확대하는 데 기여하였습니다. 교육 지원 차원에서는 파트너사 임직원을 대상으로 온/오프라인 교육과정을 제공하고, 파트너사 임직원 자녀 교육 지원의 일환으로 초·중학생 소프트웨어 코딩 교육을 운영하고 있습니다. 나아가 파트너사 임직원 및 가족의 복리후생 증진을 돕기 위해 건강검진 프로그램 제공, 장례용품 등을 지원하고 있습니다.

이러한 네이버의 적극적인 파트너 상생을 위한 노력은 대외적으로도 인정받아 2016년부터 4년 연속으로 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받아 최우수 명예기업으로 선정된 바 있습니다.

또한 네이버의 동반성장 활동은 공정거래위원회로부터 공정거래 협약 이행 모범사례, 동반성장 우수사례로 선정되었으며, 중소벤처기업부와 동반성장위원회가 주관한 2019년 동반성장주간 기념식에서 '자발적 상생 협력(단체)' 부문 대통령 표창도 수상하였습니다.

### 지원 프로그램 및 동반성장 활동

지원 대상	지원 내용	주요 프로그램	
구매 공급사	상대적으로 영세한 구매 공급사의 자생력 제고를 위한 경영, 교육, 복리후생 지원	경영 지원	구매 대금 10영업일 이내 100% 현금 지급 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급 노무/법률/세무 온라인 상담 무료 제공 172억 원 규모의 상생펀드 조성하여 대출 금리 지원 파트너: 해외 법인간 직접 계약을 통한 SME의 해외 판로 지원 활동 전개 동반성장협약사 대상 생산성 혁신 및 전문 경영 컨설팅 제공 중소벤처기업부 주관 민관공동기술개발사업 참여 (중소파트너사의 기술개발 관련 사업비 지원) 동반성장협약사 보증보험 수수료 지원 동반성장협약사 기술임치 수수료 지원
		교육 지원	파트너 임직원을 대상으로 매월 오프라인 교육 및 상시 온라인 교육과정(법정 필수 교육 포함) 제공
		복리후생 지원	네이버 임직원 적용단가와 동일 단가로 이용할 수 있도록 복리후생 프로그램(건강검진, 독감백신, 업무노트세트 등) 지원 조사발생 시 장례물품 지원 자사 사업장 상주 파트너사 임직원 대상 식대 지원
검색광고, 쇼핑입점 SME 대상	교육/컨설팅/마케팅 비용 지원 및 입점수수료 감면 등을 통한 초기 온라인창업자 자생력 제고	검색광고	검색광고 공식대행사 전문채용관 운영을 통한 채용 지원 검색광고 공식대행사 네이버클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공
		쇼핑입점	SME 온라인 판로 지원: 서울산업진흥원 등 9개 지역 별 기관 추천을 받은 SME 대상 교육, 무료 배너광고 노출, 쇼핑 수수료 면제 혜택 제공
		SME 대상	시작부터 성공까지 성장 단계별 온라인 사업자를 지원하는 'D-커머스' 프로그램 운영: 교육, 수수료 면제, 마케팅 재원, 컨설팅 등 체계적인 성장 프로그램 제공 네이버 파트너스퀘어 운영: SME/창작자 온라인 판로 지원과 성장을 위한 다양한 교육을 제공하고, 영상/오디오 스튜디오 및 업무공간 무상 제공 파트너스퀘어 TV: 매월 정기적으로 운영하는 파트너스퀘어 온라인 라이브 강의 진행, 분야 별 전문가가 다양한 주제로 라이브 강의 제공
스타트업	전용 업무공간/개발 인프라 지원 및 투자유치 지원을 통한 기술 스타트업 성장 지원	기술 스타트업 지원투자 및 투자유치 지원 기술 스타트업 대상 업무 공간 및 네이버 클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공 스타트업 판로 확대를 위한 컨퍼런스, Meet up 행사 등 주최	
SME, 창작자 대상	백반위크, 디자이너윈도, 이름을 불러주세요 등 '프로젝트 꽃'을 통한 SME/크리에이터 지원	신진 디자이너 판로 지원을 위하여 오프라인 팝업스토어를 운영하는 '디자이너 윈도 팝업 스토어' 행사 진행 청년사업자 성장 스토리를 웹툰과 애니메이션으로 제작하여 이름을 알리는 '이름을 불러주세요' 캠페인 진행 (현재 시즌 3까지 진행) 지역 별 소규모식당 지원 프로그램 '백반위크' 진행 (강릉, 서울, 경기, 광주 등)	

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

## D-commerce

### 스마트스토어

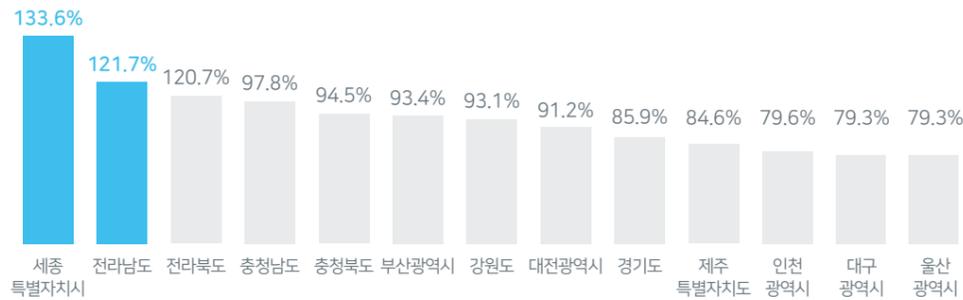
네이버는 여러 가지 톨과 기술 기반으로 쇼핑물 솔루션 스마트스토어를 운영하여 SME와 이용자들이 직접 연결될 수 있도록 하는 한편, 인력과 시간이 부족한 SME의 효과적인 매출 증가를 지원하고 있습니다. 구체적으로는 고객문의 자동 응답 도구인 '네이버 톨톡(쇼핑챗봇)', 고객의 취향을 파악해 작은 쇼핑물의 상품도 보여주는 딥러닝 쇼핑 추천 기술인 'AIITEMS(에이아이템즈)', 그리고 판매자에게 스토어 운영, 마케팅 전략 등 빅데이터 분석을 기반으로 필요한 정보를 제공해 주는 데이터 통계 및 분석 도구인 '비즈 어드바이저(Biz Advisor)'를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

이에 따라 스마트스토어는 기존에 쇼핑물이 없는 사업자나 사업 경험이 없는 개인도 네이버의 다양한 솔루션을 활용하여 쉽게 쇼핑물을 개설할 수 있으며, 오프라인 매장을 보유한 사업자의 경우 온라인 플랫폼에 입점하여 상품 노출 및 브랜드 인지도 강화 혜택을 받고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 스마트스토어에서 2020년 1월에서 12월 말까지 매출이 발생한 판매자 중 가입 후 1년 이하의 창업 초기 판매자의 비중이 51.2%를 차지하고 있는 것으로 확인되었습니다. 또한, 네이버 스마트스토어에서 개인판매자 및 연매출 3억 원 미만의 영세사업자들은<sup>1)</sup> 스마트스토어 전체 성장 속도보다 빠르게 성장하고 있습니다. 2020년 상반기 전체 스마트스토어 거래액은 전년 대비 약 67% 성장했으나, 연매출 3억 원 미만 사업자의 거래액 전체 성장률은 이를 훨씬 상회하는 약 97% 이상의 성장률을 보이며, 스마트스토어 전체 성장을 견인하고 있습니다.

나아가 네이버 스마트스토어 내 비수도권 지역의 디지털 성장이 부각되고 있습니다. 2020년 기준, 전년 동기 대비 전 지역 평균 성장률은 88.2%입니다. 이를 상회하는 높은 성장률을 기록한 판매자 거점 지역은 세종시, 전라도, 충청도, 강원도 등 대부분 비수도권 지역입니다. 스마트스토어를 통해 앞으로 더 많은 지역 SME들이 물리적 거리의 제약 극복하고, 다양한 소비자를 만나 디지털 성장을 경험해 나갈 것으로 기대됩니다.

<sup>1)</sup> 국제청 기준 영세 판매자(연매출 3억 원 미만)

지역 별 스마트스토어 연간 매출 성장률



\* 2020년 말 기준

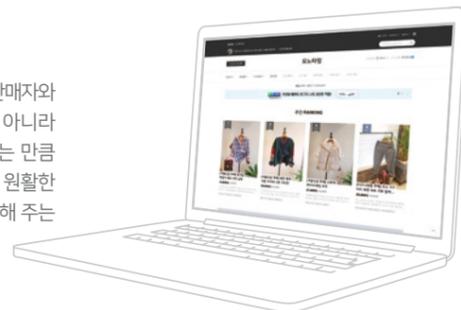
### CASE STUDY

#### 스타일윈도

(모노타임 김미자 대표 인터뷰)

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

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



### 스마트플레이스/스마트어라운드

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

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

### 파트너스퀘어

네이버 파트너스퀘어는 SME와 크리에이터의 시작과 성공을 위한 오프라인 성장 거점입니다. 지역의 다양한 SME와 창작자들이 디지털 자본을 축적하고 성공할 수 있도록 지원하여, 기술발전이 지방 소외로 이어지지 않도록 기여하고 있습니다. 2013년 파트너스퀘어 역삼을 시작으로 부산, 광주 등 6개를 추가로 개관하며 2020년 연말 기준으로 누적 52만 명의 SME와 창작자를 만났습니다.

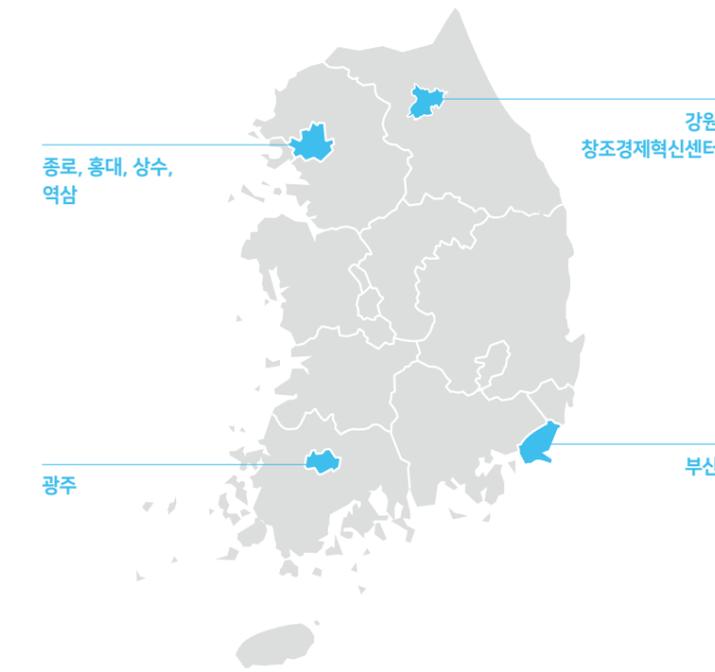
2017년 '파트너스퀘어 부산'을 오픈하여 SME를 위한 창업 교육 프로그램, 전문가 컨설팅과 더불어 창작자들이 동영상, 오디오 콘텐츠를 생산하고 활용할 수 있도록 스튜디오, 장비 대여 등을 지원하고 있습니다. 2018년 9월에 오픈한 '파트너스퀘어 광주'는 역대 최대 규모로 지어졌으며, 지역 사업자와 창업자의 의견을 공간에 반영하여 비즈니스 교육과 창작 공간만이 아닌, 창작자를 위한 아틀리에를 운영하고 교육하는 등 복합 비즈니스 문화 공간으로 자리 잡았습니다.

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



파트너스퀘어

파트너스퀘어 지역 별 지원 프로그램



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

## D-커머스 프로그램

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

2018년 5월 시작 이래 D-커머스 프로그램 참여를 통해 수수료 지원, 컨설팅, 온/오프라인 교육 등 직접적인 지원을 받은 사업자는 2020년 연말 기준으로 누적 53만명에 이릅니다.



D-커머스 리포트

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

### D-커머스 프로그램 지원 내용

#### 창업 성장을 위한 전문가 지원

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

- 1 기본교육 스마트스토어로 창업하기
- 2 심화교육 스마트스토어로 성장하기

**컨설팅**  
성장포인트를 받은 사업자를 대상으로 개별 사례에 대해 전문가의 컨설팅 제공

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

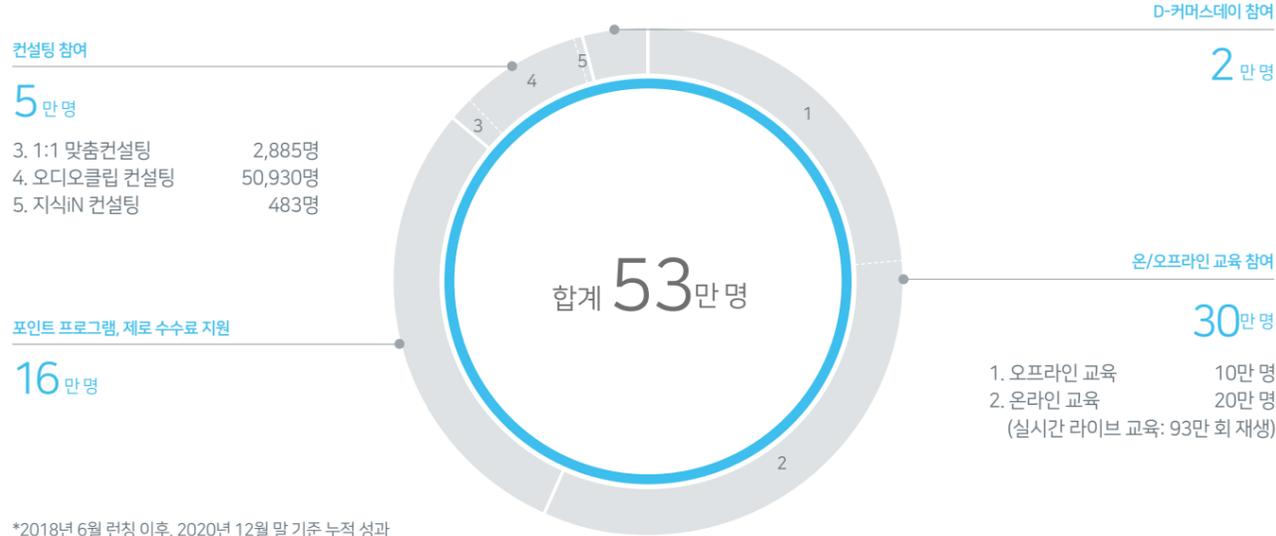
#### 사업 성장 단계 별 자금 지원

**스타트제로수수료**  
창업 초기 스마트스토어 판매자의 사업 안정을 위해 12개월간 매월 500만 원까지 순 결제 금액의 결제 수수료를 무료로 지원

**성장포인트**  
월 거래액 200만 원 이상인 스마트스토어 판매자들의 사업성장 단계 별 마케팅 비용 지원

**퀵에스크로**  
판매 대금 정산 기간을 단축해 현금 유동성을 확보할 수 있는 서비스로, 상품 발송 다음날 판매 대금의 80%를 선정산 받을 수 있음

### D-커머스 프로그램 성과



## 크리에이터 그라운드

### 네이버웹툰

네이버의 대표적인 콘텐츠 서비스인 네이버웹툰은 2004년 서비스를 시작한 이래, 수많은 스타 작가들의 산실로 국내 웹툰 시장에서 독보적인 지위를 구축하였으며, 해외로 그 영역을 넓혀 2020년 말 기준 7,200만 명에 달하는 글로벌 월간 사용자(MAU)를 보유한 글로벌 웹툰 플랫폼으로 성장하였습니다. 2020년 네이버웹툰은 글로벌 시장에서 사업을 본격적으로 확장하는 국면에 진입하며 글로벌 웹툰 플랫폼으로 성장하였습니다.

네이버웹툰은 실력 있는 작가들과 함께 성장해 나가기 위한 다양한 프로그램과 더불어 한국에서 입증한 성공 모델을 현지에 특화된 사업모델로 발전시키는 등 견고한 성장세를 이어 나가기 위해 노력하고 있습니다. 2019년 4분기에는 새롭게 프랑스어, 스페인어 서비스를 시작하여 유럽과 남미 시장을 공략할 모멘텀을 마련하였으며, 언어 추가와 더불어 국가 간 콘텐츠 교류를 확대하여 글로벌 엔터테인먼트 콘텐츠 플랫폼으로 더욱 발전해 나갈 예정입니다.

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.

### 인플루언서 검색

2020년 네이버는 창작자 중심의 검색 서비스인 '인플루언서 검색'에 참여하는 창작자들과 이를 이용하는 사용자들의 연결을 강화하기 위해 '인플루언서 검색탭'을 신설했습니다. 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.

72,000,000+

네이버웹툰 글로벌 월간 사용자 7,200만 명 돌파

스타들의 실시간 개인방송 V LIVE

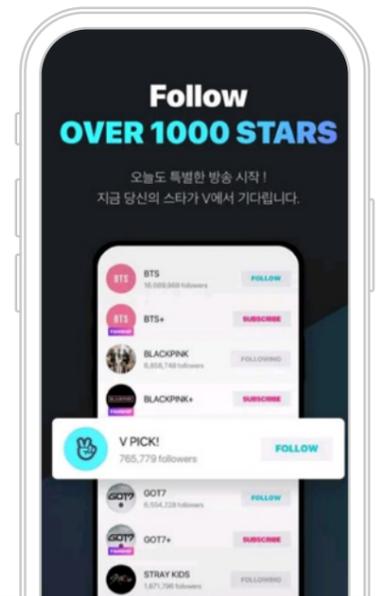
\* 2020년 말 기준

### 지식iN 엑스퍼트

'지식iN 엑스퍼트'는 각 분야의 다양한 전문가들과 도움이 필요한 사용자들을 실시간으로 편리하게 연결해주는 비대면 서비스입니다. 2019년 11월 말 세금, 노무, 심리상담 3개 분야로 시작한 이후, 약 1년간 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.

### V LIVE

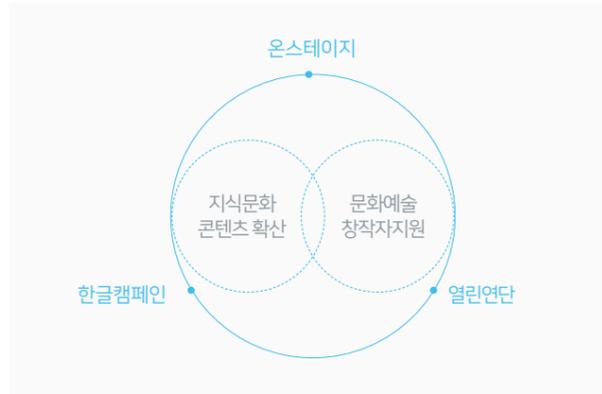
V LIVE는 2019년에 현장 공연을 라이브로 제공하는 라이브 공연 상품을 선보인 바 있습니다. 특히, 세계적 아이돌 그룹 BTS의 영국 웹블리 스타디움 라이브를 글로벌 독점으로 생중계하면서 전 세계 14만 명의 동시접속자들에게 고품질의 안정적인 서비스를 제공하며 네이버의 기술 경쟁력을 인정받은 바 있습니다. 2020년 COVID-19 상황에서는 '비온드 라이브'라는 언택트 라이브 공연 상품을 통해 팬들에게 스타와의 현장 만남을 대신하는 기회를 제공하고, 기획사와 스타에게 수익의 기회를 제공하였습니다. 라이브 오디오 스트리밍 서비스인 '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.



## 네이버문화재단

네이버문화재단은 네이버의 온라인 플랫폼을 통해 문화예술 창작자 지원과 문화 콘텐츠 활성화를 목적으로 2010년 설립된 비영리 공익 재단으로, 우리 주변에 숨어 있는 문화예술 창작자를 발견하고 성장할 수 있도록 든든한 토양을 마련하기 위해 노력하고 있습니다. 실력 있는 인디 뮤지션을 발굴하고 지원하는 '온스테이지', 시대의 석학과 대중이 만나는 인문과학 강연 프로젝트 '열린연단: 문화의 안과 밖', 무료 폰트 배포를 비롯해 한글의 소중함을 알리는 한글캠페인 '네이버 한글한글 아름답게'를 진행하고 있으며, 비주류 지식 문화 콘텐츠와 창작자를 지원해 이용자의 다양한 문화 경험을 만드는 데 앞장서고 있습니다.

### 네이버문화재단



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

온스테이지 2.0은 원테이크 라이브 영상, 뮤지션과 아티스트의 콜라보레이션 공연 '온스테이지X', 시티팝 리메이크 프로젝트 '디깅클럽서울' 등 새로운 시도를 통해 각 프로그램의 퀄리티를 높이고 대중에게 폭넓게 다가가기 위한 홍보를 강화하는 등 언더그라운드 음악 기록으로서 최고의 권위와 신뢰를 확고히 하였습니다. 또한, SNS의 영향력으로 영상 재생수가 증가하고 해외 사용자 유입이 지속적으로 증가하면서 국내 뮤지션의 해외 홍보 채널로도 활용되고 있습니다.

### 온스테이지 성과

구분	지원 창작자 (팀)	영상 제작 (건)	영상 재생 수
2020년	197	333	약 6,900만
누적	760	1,922	약 2억

\* 2020년 12월 말 기준

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



### 10STAGE 주요 프로그램

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

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

열린연단은 지난 6년간 축적된 약 1,100 여개의 영상 및 에세이 콘텐츠를 젊은 층이 관심 있는 특정 테마와 키워드로 선별해 제공하거나 오디오클립 서비스로 제공하고 있습니다. 이를 통해 기존 콘텐츠의 재조명과 지속적인 지식 콘텐츠 활성화에 기여하고 있습니다.

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

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



## 디지털 활용능력

### 네이버 커넥트재단

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

특히, 인공지능(AI) 기술이 빠른 속도로 우리의 삶에 자리 잡으며 AI와 데이터를 활용한 미래세대의 디지털 활용능력은 필수가 되었습니다. 국내에서는 2019년부터 소프트웨어 교육이 의무화되어, 현재 초등학교 모든 학생이 네이버의 온라인 교육 플랫폼인 '엔트리'를 통해 소프트웨어 교육을 실시하고 있습니다. 월평균 이용자가 100만 명에 달하는 엔트리의 안정적인 서비스 운영과 모바일 기능 고도화를 추진하는 동시에, 엔트리의 철학을 담은 서비스 차별화와 양질의 콘텐츠를 제공하기 위한 다양한 개선 노력을 이어가고 있습니다.

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

2020년에는 인공지능을 처음 접하는 누구나 쉽게 인공지능의 개념을 배울 수 있도록, 인공지능 관련 주요 개념을 10가지 키워드로 영상으로 제작하여 제공하고, 현장에 있는 교사들을 위해 AI&DATA 온라인 연수 프로그램을 무료로 제공하였습니다. 또한, 교사와 학부모가 아이들과 쉽게 AI 기술과 DATA의 개념을 이해하고, 실습해볼 수 있는 교재 가이드와 학생용 워크시트를 제공하여, 누구나 AI 기술을 이해하여 AI&DATA 활용 능력을 높이기 위한 활동을 지속적으로 해 나가고 있습니다. 2021년에는 세종시와 협력하여 초·중학교 각각 8개, 총 16개 학교의 학생 360명을 대상으로 교육을 진행할 계획입니다. 초등학생에게는 '엔트리로 시작하는 Play with DATA'라는 주제로 엔트리 데이터 분석 기능을 활용한 데이터 과학 교육 프로그램을, 중학생에게는 'AI&DATA 시대의 기업가정신'라는 주제로 주변의 문제를 DATA와 AI 기술을 활용하여 친구들과 함께 해결해 보는 경험을 제공하고자 합니다.

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

### 네이버 커넥트재단 주요 사업

대상	프로그램	설명	누적 수혜자
초·중고 학생 및 교사를 위한 소프트웨어 교육	소프트웨어 놀자	<ul style="list-style-type: none"> <li>인공지능(AI)과 DATA의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공</li> <li>누구나 쉽고 편하게 소프트웨어를 배우고 가르칠 수 있도록 난이도별 영상과 다양한 주제의 교재 콘텐츠 제공</li> </ul>	<p><b>시즌 1 (2014년~2018년 상반기)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>학생 18,000명 교육 (지역 캠프, 대학생 봉사단 연계)</li> <li>강사 2,600명 양성 (교사, 대학 예비 교사 봉사단, 일반 강사(경력단절여성))</li> <li>25종 교과서 교재 개발</li> </ul> <p><b>시즌 2 (2019년 하반기~)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>AI&amp;DATA 교육 환경 조성을 위한 콘텐츠 제작 및 플랫폼 구축</li> <li>COVID-19로 인해 온라인으로 AI&amp;DATA 학습이 가능한 환경 구축을 위한 노력 진행</li> <li>1. AI 기술과 DATA의 기본 개념을 이해하는 학습 동영상, Hello AI World 10개 제공</li> <li>2. 교사를 위한 AI&amp;DATA 연수 프로그램 제공</li> <li>3. 학부모와 교사를 위한 AI&amp;DATA 학습 교재 제공</li> <li>4. 학생을 위한 AI&amp;DATA 온라인 교육 오픈코스웨어 제공</li> <li>5. 소프트웨어 교육 플랫폼 엔트리로 AI&amp;DATA 활용을 해볼 수 있도록 기능 업그레이드</li> </ul>
	엔트리(entry)	<ul style="list-style-type: none"> <li>소프트웨어 교육을 위한 온라인 플랫폼</li> <li>학습, 창작, 공유와 협업을 위한 다양한 톨 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수혜 교사 수: 4천 명</li> <li>수혜 학생 수: 5천 명</li> <li>월평균 이용자 수: 100만 명</li> <li>회원 가입자 수: 233만 명</li> <li>작품 수: 990만 개</li> <li>온라인 클래스: 8만여 개 개설</li> </ul>
IT 분야의 커리어 역량과 성장을 돕는 교육	부스트코스	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심기술과 지식을 집중적으로 학습하여 커리어 역량 및 스킬을 향상시킬 수 있는 교육 프로그램</li> <li>온라인 교육과정을 오픈하여 웹, 안드로이드, iOS 개발 및 디지털 마케팅 과정 등을 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수료자 수: 2,300명</li> <li>수강자 수: 17만 명</li> </ul>
	부스트캠프	<ul style="list-style-type: none"> <li>약 6개월 동안 강도 높은 자기주도적 학습 경험을 제공하여 개발자에 필요한 경험과 스킬을 양성하는 IT 분야 우수인재 양성 교육 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수료생 수: 398명</li> </ul>
모두가 평등하게 교육을 받을 수 있는 환경	edwith	<ul style="list-style-type: none"> <li>MOOC(Massive Open Online Course) 서비스로 운영</li> <li>소프트웨어 코딩의 기초 개념부터 웹/모바일 개발 및 인공지능 강좌 제공</li> <li>국내외 과학기술 특성화 대학 및 SW 중심 대학의 강좌 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일평균 이용자 수: 5천 명</li> <li>월평균 이용자 수: 15만 명</li> <li>가입자 수: 93만 명</li> </ul>
	칸아카데미 (KHAN Academy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>세계적 수준의 교육을 무료로 누구에게나 어디에서든지 제공하고 있는 온라인 무료 교육 서비스로 2016년부터 네이버 커넥트재단이 칸아카데미의 5번째 공식 파트너사로 운영 중 (아시아 최초)</li> <li>LMS(Learning Management System), 동영상 강의, 연습문제 등을 제공하여 완전학습이 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가입자 수: 46만 명</li> <li>월평균 이용자 수: 11만 명</li> </ul>

\* 2020년 말 기준

## Giving

### 해피빈

해피빈은 더 나은 사회를 꿈꾸는 공익 프로젝트를 한 자리에서 만나볼 수 있는 네이버의 온라인 플랫폼입니다. 2005년 7월 기부 플랫폼으로 시작하여 펀딩, 공감가게, 가볼까, 굿액션 캠페인에 이르기까지 사용자와 공익 주체들을 위한 다채로운 공익 참여 서비스를 확대해 왔습니다.

연결의 가치를 실현하는 네이버의 기술 플랫폼을 통해 우리와 함께하는 사람들을 위한 네이버만의 특화된 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

**기부** 네이버의 기부 서비스는 한 번의 클릭으로 행복한 변화를 만들어 가는 해피빈의 첫 공익 서비스입니다. 다양한 기부 대상과 테마를 기반으로 현재 연간 3,300여 개의 공익단체가 100만여 명의 네티즌 기부자를 만나는 공간으로 성장하였으며, 2019년에는 누적 기부금이 1,000억 원을 돌파하였습니다. 2020년에는 기부자 약 190만 명의 참여로 기부금 247억 원을 마련하였습니다.

재원과 홍보 역량이 상대적으로 부족한 공익단체의 경우, 보다 적은 자원과 노력으로 기부자와의 접점을 마련할 수 있습니다. 아울러, 개별 공익단체에 대한 정보를 한 눈에 살펴볼 수 있는 '해피로그' 플랫폼을 지속적으로 개선함으로써 기부 활동의 신뢰도를 높이는데 기여하고 있습니다. 네이버 서비스를 통해 해피빈 기부 아이템을 무료로 모을 수 있는 '기부콩 받기', 네티즌이 기부한 만큼 해피빈 및 후원사들이 1:1 매칭 기부를 하는 '더블 기부' 등 다양한 프로젝션을 진행하며 일상에서 재미있게 참여할 수 있는 기부문화 조성에 앞장서고 있습니다. 나아가 일시적인 나눔을 넘어 정기 기부 활성화를 위해 정기저금 시스템을 도입하였으며, 현재까지 약 51만 건의 정기저금이 진행되었습니다.

**펀딩** 해피빈은 사회 문제 해결을 위해 노력하는 공익단체, 소셜 벤처, 창작자의 의미 있는 제품들을 펀딩 서비스를 통해 소개하고 있습니다. 홍보 채널 제공 외에도 프로젝트 과정에서 발생하는 결제 및 플랫폼 수수료는 해피빈에서 전액 부담하고 있으며, 신규 사회적기업에는 배송비를 지원하고 있습니다. 사회적 가치를 추구하는 SME 및 창작자들이 추진하는 프로젝트에 대한 사회적 관심을 높이기 위해 2015년 시작한 '해피빈 펀딩'은 다양한 기업과 기관과의 협업을 기반으로 2020년 말 기준, 누적 펀딩 참여 금액은 162억 원, 누적 펀딩 참여자 수는 528천 명에 달합니다.

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

**가볼까** 기부에서 시작하여 펀딩, 공감가게로 이어진 해피빈의 진화는 2019년 3월, 온·오프라인의 공익사업을 잇는 '가볼까'로 이어졌습니다. 사회적기업이나 협동조합이 주최하는 다양한 이벤트에 네이버 예약 서비스를 통해 참여할 수 있는 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 2020년 말 기준, 총 145개에 달합니다.

### 해피빈 주요 연혁



### 해피빈의 다양한 기부 대상



### CASE STUDY

### COVID-19 펀딩 - SME 및 창작자 지원

2020년 3월, 해피빈 펀딩을 통해 COVID-19의 장기화로 경제적 어려움을 겪고 있는 SME와 창작자를 지원했습니다.

COVID-19 위기 극복 지원을 주제로 약 3개월간 총 14개의 프로젝트가 열렸고, 안정적인 플랫폼과 1만 6,000여 명의 적극적 참여로 5억 원 이상의 펀딩을 조성해 사회 곳곳의 취약계층을 지원했습니다. 특히 청도, 전주, 울산과 제주 등 지역 기반의 SME를 지원하는 펀딩이 높은 관심을 받았는데, 이중 경상북도 청도군 농민을 지원하는 펀딩 후원금이 1억 원에 달했으며, 이를 계기로 해당 농가는 체험농장을 운영하던 기존 사업형태에서 농산물 유통으로 보다 쉽게 전환할 수 있었습니다. 나아가 유통사업을 지속적으로 확장한 결과, 2020년 전년 대비 약 26% 성장한 매출을 올릴 수 있었으며, 그 중 약 96%의 매출이 유통 부문에서 창출되었습니다.

## ENVIRONMENT

# GREEN MANAGEMENT

### MANAGEMENT APPROACH

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

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

### KEY PERFORMANCE

 2040 Carbon Negative 전략 수립

 1.09<sup>1)</sup> - 데이터센터 각 전력효율지수(PUE)

 순환경제 촉진을 위한 동네시장 친환경 봉투 지원

<sup>1)</sup> 2020년 상반기 기준

## 환경영향 관리

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

### 친환경 전략

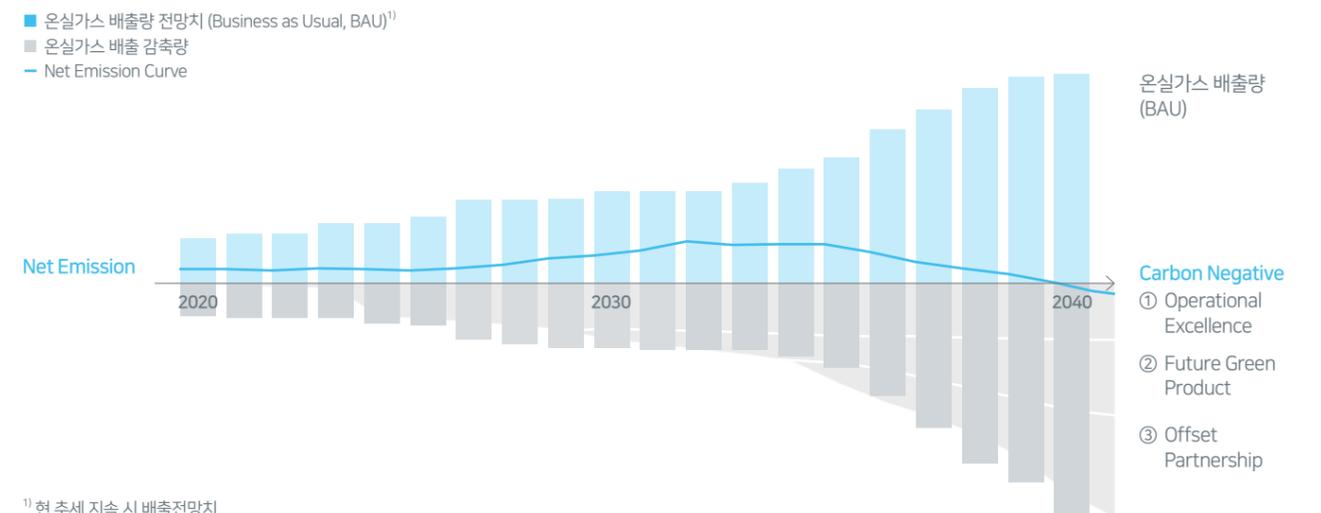
네이버의 에너지 사용량과 그로 인한 온실가스 배출량은 제2 데이터센터 건설, 비대면/5G 시대의 데이터 사용 증가 등으로 인해 향후 10년간 증가할 것으로 전망됩니다. 이는 기후위기 완화에 중대한 리스크로 작용할 수 있으며, 지속가능한 사업 경쟁력 확보에도 부정적인 영향을 초래할 가능성이 있습니다. 이와 같은 운영상의 리스크를 최소화하고 중장기적 비즈니스 기회를 확보하기 위해 네이버는 2020년, 새로운 친환경 전략 '2040 Carbon Negative'를 수립하였고, 2021년 초 연차별 이행 로드맵 수립에 착수하였습니다. 상반기 내 로드맵 수립을 완료할 예정이며, 하반기부터 본격적으로 탄소 저감을 위한 투자를 실행할 계획입니다.

Carbon Negative는 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 전략으로, 이를 달성하기 위해 다음과 같이 3가지 세부 전략방향을 설정하여 향후 관련 활동을 확대해 나가고자 합니다. 먼저 ①운영상의 환경영향을 저감하고, ②제품/서비스 솔루션을 개발하며, ③외부 파트너십 확대를 통해 적극적으로 저탄소경제로의 이행을 가속화하는데 동참할 것입니다. 이 과정에서 네이버 플랫폼을 활용하는 여러 파트너와의 공동노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가겠습니다.

네이버는 내부적으로는 재생에너지 확대 등을 통해 시설 환경영향을 줄이고, 외부적으로는 친환경 커머스 영역의 주요 플레이어(Player)에 대한 기술투자 및 M&A를 진행하는 등 친환경 관련 다양한 사업과 투자를 늘리기 위해 활발하게 사업기회를 모색하고 있습니다. 특히, 산업 특성상 오염물질 직접 배출이 거의 없음에도 불구하고 환경 리스크 Zero를 목표로, 사업장별 환경 리스크 관리 가이드라인, 환경경영 계획·이행·검증 시스템 등을 포함한 환경경영 체계를 구축해 나가고 있으며, 2021년 하반기 ISO14001 인증을 취득할 예정입니다. 이러한 네이버의 기후행동 이행 현황과 계획은 이사회 내 ESG위원회에서 적극적으로 모니터링 및 검토될 예정이며, 주주를 비롯한 이해관계자들과 지속적으로 소통해 나갈 계획입니다. 앞으로도 네이버는 더욱 지속가능한 사업 환경을 이끌고, 기업의 사회적 역할과 책임을 다하도록 하겠습니다.

네이버는 온실가스 배출량의 99% 이상이 전력에서 발생하고 있습니다. 앞으로 제3자 PPA, REC 등을 통한 재생에너지 전환을 가속화하여 온실가스 배출량을 저감할 계획입니다.

### 2040 Carbon Negative



<sup>1)</sup> 현 추세 지속 시 배출전망치

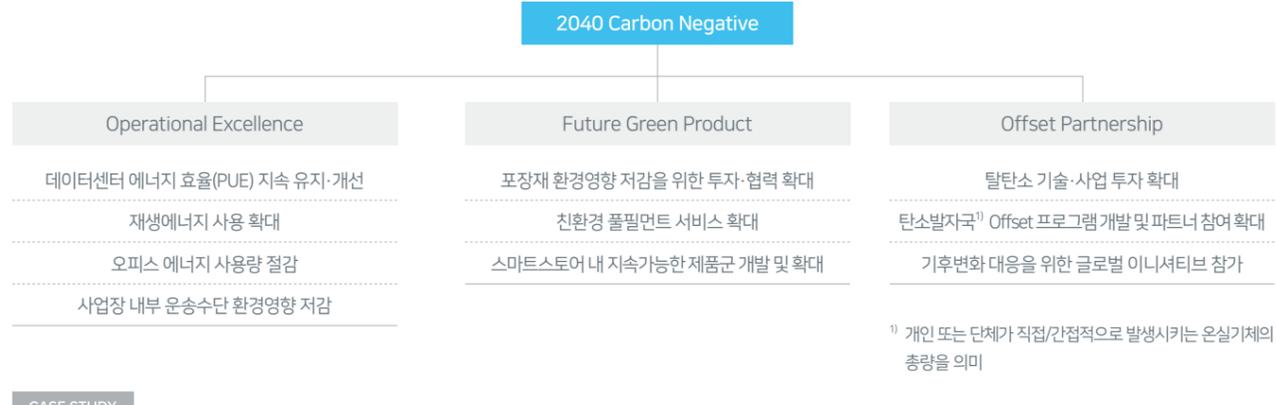


## 환경 전담조직 신설

네이버는 2020년, CFO 조직 산하에 ESG전담조직(Green Impact)을 신설한데 이어 2021년 1분기 환경영향도가 높은 데이터센터, 사옥, 커머스 분야 책임 리더들이 참여한 환경전담조직(Environment)을 신설하였습니다.

환경전담조직(Environment)에서는 2040 Carbon Negative 연차별 이행 로드맵 수립, 내부 관리 역량 강화를 위한 환경경영체계 구축 및 인증 추진, 임직원 대상 환경교육 등을 수행하고 있습니다. 아울러 전자계약을 통한 자원 절감, 온실가스 저감성과 확보 등 사업장과 공급망 내 자원 절감 활동을 지속적으로 발굴해 나가고 있습니다.

### 추진 전략 'Carbon Off'



### CASE STUDY

## 전자계약을 통한 자원 절감

네이버는 계약 체결 방식을 전면 전자계약으로 전환하여 종이자원 절감과 이산화탄소 배출을 감축하는 효과를 거두고 있습니다.

2020년 기준, 전자계약시스템 적용으로 인해 651,166장에 달하는 종이자원 사용을 절감하였고, 계약체결을 위해 이동해야 하는 거리 2,301,176km를 경감하였습니다. 이를 온실가스로 환산하면 193.95톤CO<sub>2</sub>e로서 이는 소나무 약 1,389그루를 심은 것과 같습니다. 앞으로도 네이버는 당사 사업장은 물론, 공급망에서 발생하는 온실가스 발생도 지속적으로 관리해 나갈 예정입니다.

## 친환경 생태계 조성 노력

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

이에 SME, 물류업체, 이용자 등 네이버 플랫폼의 가치사슬을 아우르는 이해관계자와 네이버가 추구하는 가치를 소통하는 한편, 환경을 위한 공동의 노력에 동참해 줄 것을 기대하고 있습니다. 특히, COVID-19로 배달과 배송량이 급격히 증가하여 포장재 쓰레기에 대한 이슈가 커짐에 따라, 네이버 역시 친환경 포장재에 대한 책임을 인식하고 순환 경제를 촉진할 수 있는 방안을 마련하고 있습니다.

이러한 노력의 일환으로 네이버는 2020년 7월 소상공인진흥공단과 함께 네이버의 동네시장 장보기에 임팩트 있는 가게들을 대상으로 100% 생분해성 수지로 제작된 친환경 봉투를 지원하였습니다. 총 12만 장을 제작해 8만 장을 우선 배포하였으며, 소비자에게는 신뢰감을 선사하고 동네시장은 친환경 마케팅 효과를 얻을 수 있었습니다. 특히, 화곡본동 시장은 봉투 제공에 맞춰 친환경 아이스팩을 상점에 자체적으로 제공하여 서비스를 개선하기도 했습니다. 이러한 노력은 2021년에도 46만장 수준으로 확대되어 지속할 계획입니다.



동네시장장보기 친환경봉투

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

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

## 데이터센터 각

### 지속가능한 데이터센터

2013년 6월에 오픈한 데이터센터 '각'은 친환경적으로 서버의 열을 내리기 위해 많은 노력과 기술을 담아 건축되었으며, 국제적인 친환경 건물 인증 제도인 LEED<sup>1)</sup> New Construction(NC) 2009에서 데이터 센터로는 세계 최초로 최고 등급인 'Platinum(플래티넘)' 인증을 획득 하였습니다. 스노우 멜팅<sup>2)</sup>, 태양광 및 태양열 발전<sup>3)</sup>, 외부 공기를 통한 자연 냉각 시스템 등을 활용하고 있으며, 특히 2012년 북관, 2014년 서관에 걸쳐 2017년 오픈한 데이터센터 각 남관은 '글로벌 Top 데이터 센터'를 목표로 에너지 효율을 획기적으로 개선하기 위한 다양한 자연 친화적인 기술들이 도입되었습니다.

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

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

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



데이터센터 각



데이터센터 각 내부

### 글로벌 최고 수준의 PUE 달성

데이터센터 각은 차가운 공기와 지하수를 이용해 서버실의 온도를 낮추는 친환경 기술인 AMU(Air Misting Unit) 및 NAMU(NAVER Air Membrane Unit)를 개발하여 그 적용 범위를 확대함으로써 에너지 절감 효과를 극대화하고 있습니다. 아울러, 전력 소모를 줄이기 위해 자연 친화적인 기술을 치밀하게 도입하여 운영되고 있으며, 국내 데이터센터 중 가장 1에 가까운PUE(전력효율지수)<sup>5)</sup>를 지속적으로 유지하고 있습니다.

이는 글로벌 데이터센터의 PUE와 견주었을 때도 최고 수준입니다. 2020년에는 IT 자원 규모 증가와 COVID-19로 인한 데이터 처리량 증가로 전력 사용량이 많아질 수밖에 없었지만, 자연 친화적인 기술을 적극적으로 활용하여 PUE를 유지하는데 노력하고 있습니다.

<sup>1)</sup> LEED: Leadership in Energy and Environmental Design, 미국 친환경건축물 인증

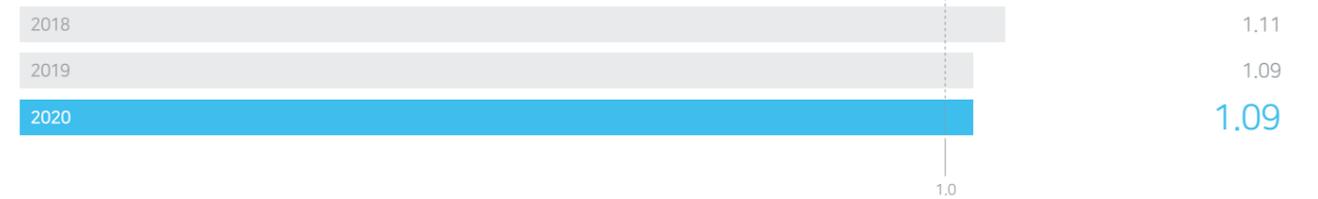
<sup>2)</sup> 버려지는 열을 재활용한 동절기 도로 열선

<sup>3)</sup> 외부 경관 조명과 온실 난방에 활용

<sup>4)</sup> 연소 가스를 조절해 냉풍 및 온풍의 혼합 비율을 변화시켜 온도 조절에 이용하는 방식

<sup>5)</sup> PUE: Power Usage Effectiveness, 데이터센터에서 사용하는 총 전력량을 IT 장비가 소비하는 전력량으로 나눈 값. 일반적으로 데이터센터의 효율을 나타내는 척도로 쓰이며, 1에 가까울수록 전력을 많이 절감한 것을 의미

### 전력효율지수(PUE)



## 재생에너지 및 친환경 에너지 활용

데이터센터 각은 태양광 에너지를 사용하며, 관련 사업에도 투자하고 있습니다. 2018년에는 데이터센터 각에 설치된 태양광 발전설비를 획기적으로 개선하여 2020년, 연간 213MWh의 전력을 절감했고, 이를 통해 온실가스 배출을 약 95톤 줄일 수 있었습니다. 아울러, LED 조명 설치, 전기차 이용 등을 통해 에너지를 효율적으로 사용하고 있으며, 서버를 식히고 뜨거운 공기로 온실 식물을 재배하고, 절수형 위생기구를 사용합니다. 나아가, 오염이 적은 물은 정수해 소변기와 양변기 물로 재사용하며, 빗물을 모아 냉각수나 소방 용수로 사용하는 등 에너지 절감을 실천하고 있습니다.

특히 냉방에 사용되는 물을 절감하기 위해 데이터센터 운영을 꾸준히 모니터링하고 개선하여, 2020년에는 IT자원 규모가 증가하고, 물사용량이 증가했지만 자연에너지를 활용하고 에너지 효율을 높이기 위한 개선책을 끊임없이 마련하여 온실가스 배출량을 연간 2만톤 가까이 감축하고 있습니다.



페일을 활용하는 온실

## 그린팩토리

네이버 사옥 그린팩토리는 설계 단계부터 환경을 고려해 에너지 절약형으로 건축했으며, 열 차단 칸막이, LED 조명, 인버터 등의 설비 투자와 지열 설비를 이용한 여름철 전기 소비량 감축, 설비 운영 개선 등의 지속적인 에너지 절감 노력으로 매년 5% 이상의 에너지 절감 효과를 거두고 있습니다. 또한, 칼로리가 기재된 계단실을 마련하여 계단 이용을 권장하며, 자전거로 출퇴근하는 직원들을 배려하여 주차공간을 설계하였고, 전기차 충전시설을 22개로 확대하여 친환경적인 이동수단의 활용을 장려하고 있습니다. 아울러, 세계자연기금이 주최하는 환경운동 캠페인 'Earth Hour'에 매년 참가하고 있습니다.

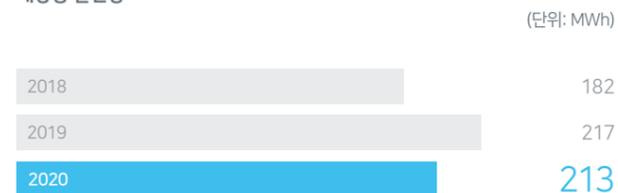
이와 같은 효율적 에너지 사용 및 에너지 사용 절감을 위한 노력에 따라 그린팩토리의 에너지 소비량은 지난 3년 연속 감소세를 보이고 있습니다. 2020년에는 전년 대비 에너지 사용량을 5.86% 절감하였고, 온실가스 배출 또한 전년 대비 6.24% 감축하였습니다.

그린팩토리의 친환경 운영 노력은 대외적으로도 높이 인정받고 있습니다. 2014년 기존 건물 분야에서 세계 최고 점수를 얻으며 LEED 최상위 등급인 플래티넘 인증을 획득했으며, 2016년에는 '한국에너지효율 대상'에서 대통령상을 수상하였습니다.



그린팩토리 친환경 운영

### 태양광 발전량



### 생활폐기물 배출량



## 네이버 제2사옥, 1784

2021년 준공 예정인 제2사옥 '1784'는 LEED 최고 등급인 플래티넘 및 건축물에너지효율등급 1+ 등급을 기준으로 계획되었으며, 친환경 건축물 인증을 넘어 네이버만의 에너지 절감 및 친환경에 대한 철학을 담고 있습니다. 프로젝트 부지 특성상 신재생에너지 설비를 적용할 면적이 부족함에도 불구하고 추가 투자를 통하여 지하를 최대한 활용한 763.2kW<sup>1)</sup>의 지열시스템을 설치하였고, 지붕에는 140.8kW의 태양광 발전설비를 구축할 예정입니다. 또한, 외장에는 외부 전동 차양 및 고단열 창호가 결합된 이중외피를 적용하여 에너지를 적게 사용하는 건축물로 건설되고 있으며, 빛 반사를 고려한 저반사 유리를 사용하여 에너지 절감은 물론, 주변 이웃에의 환경 영향까지도 고려하였습니다. 실내에는 복사 냉방 시스템을 적용하여 에너지 절감과 더불어 근무환경의 쾌적성도 향상되도록 설계하였습니다. 아울러 친환경 전기차의 보급 확대를 예상하여 충전소 157개를 설치할 수 있는 인프라를 구축하였고, 자전거 전용 주차장을 설치하여 친환경 교통수단 사용을 장려하고 있습니다.

이 외에도 건물 에너지관리 시스템(BEMS: Building Energy Management System)을 적용하여, 건물 운영에 있어 실질적인 에너지 절감 및 지속적인 개선 활동을 이어갈 수 있도록 건설 중에 있습니다. 건설이 진행 중인 현재, 제2사옥의 단위 면적당 1차 에너지 소요량은 연간 160.7 kWh/m<sup>2</sup>으로, 이는 에너지관리공단에서 제공하는 통계<sup>2)</sup> 기준, 연면적 10,000m<sup>2</sup> 이상의 업무시설 중에는 최고 수준인 상위 10%에 해당하는 수치이며, 평균값인 연간 229.2 kWh/m<sup>2</sup> 대비 30% 정도 낮습니다.

이와 같은 우수한 에너지 효율을 기록함에 따라 건축물 에너지효율등급 예비인증에서 '1+ 등급'<sup>3)</sup>을 취득하였으며, 준공 이후에도 본 인증을 취득하기 위해 체계적으로 관리하며 준비하고 있습니다.

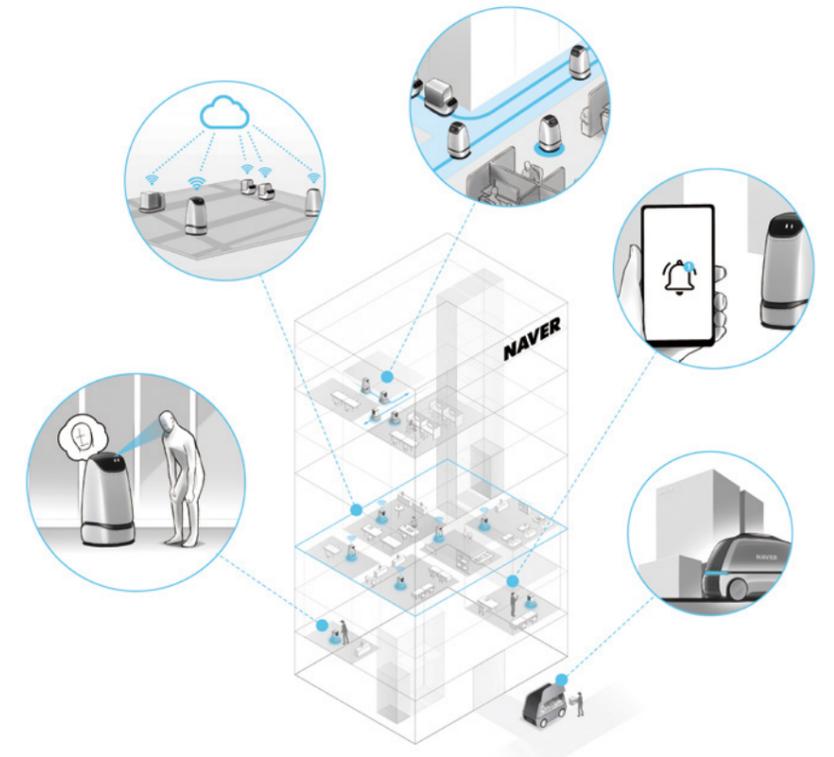
건설단계에서도 LEED의 친환경 시공 기준을 준수하여 현장 환경을 관리하고 있으며, 건설폐기물의 98% 이상을 재활용하고, 향후 건물 운영 중의 실내 공기질을 고려하여 공사 기준을 적용하고 있습니다. 아울러, 깨끗한 환경과 지역주민의 안전을 위해 소음과 먼지 저감, 건물 진동로 변경 등의 노력을 기울이고 있습니다. 국내 최초로 '소음방지 덮개'를 이용해 공사를 진행하는 한편, 공사 중 소음이 지역주민에게 피해가 가는 것을 예방하기 위하여 건설 관련 법규보다 강화하여 소음·비산먼지 컨설턴트, 감리단과 해외의 안전 전문가를 섭외해 보다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

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

<sup>1)</sup> 냉방 기준

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

<sup>3)</sup> 140~200kWh/m<sup>2</sup>



# Appendix

- 91 Performance Indices
- 95 GRI Index
- 98 UN SDGs
- 99 수상 및 가입 협회
- 100 검증 의견서

# Performance Indices

		2017	2018	2019	2020		
<b>환경</b>							
<b>온실가스 배출 현황</b>							
온실가스 총 배출량	합계	57,080	72,416	78,712	79,907		
	그린팩토리	7,541	7,510	7,178	6,731		
	데이터센터 각	49,539	64,906	71,534	73,176		
온실가스 배출량	Scope 1	그린팩토리	tCO <sub>2</sub> e	276	295	244	197
		데이터센터 각	141	48	52	33	
	Scope 2	그린팩토리	7,265	7,215	6,934	6,534	
		데이터센터 각	49,398	64,858	71,483	73,143	
온실가스 집약도 <sup>1)</sup>	합계	12.20	12.96	18.07	15.07		
	그린팩토리	tCO <sub>2</sub> e/ 매출(십억원)	1.61	1.34	1.65	1.27	
	데이터센터 각	10.59	11.62	16.42	13.80		
<b>에너지 사용 현황</b>							
총 에너지 사용량	합계	TJ	1,178	1,495	1,624	1,649	
	그린팩토리	159	159	152	143		
	데이터센터 각	1,019	1,336	1,472	1,506		
에너지 집약도 <sup>2)</sup>	합계	TJ/ 매출(십억원)	0.25	0.27	0.37	0.31	
	그린팩토리	0.03	0.03	0.03	0.03		
	데이터센터 각	0.22	0.24	0.34	0.28		
직접 에너지 사용량	소계	7.4	6.7	5.7	4.5		
LNG	5.3	5.8	4.8	3.9			
경유	0.01	0.04	0.01	0.01			
이동연소	0.1	0.1	0.1	0.1			
경유	1.6	0.4	0.4	0.1			
LNG	0.5	0.3	0.4	0.4			
간접 에너지 사용량	소계	1,171	1,488	1,618	1,645		
전력	144	143	138	130			
스팀	9.6	10.0	8.8	8.5			
전력	1,017	1,335	1,471	1,506			
총 에너지 사용량 절감	소계	28,997	37,303	41,689	41,199		
사옥관리를 통한 절감	-	138	517	837			
지역에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감	101	101	101	101			
사옥관리를 통한 절감	426	511	511	514			
자연공조냉방기 도입을 통한 절감	28,435	36,371	40,343	39,534			
재생에너지 전력 생산을 통한 절감	35	182	217	213			
재생에너지 사용량	소계	136	283	318	314		
지역	101	101	101	101			
태양광	35	182	217	213			

<sup>1)</sup> 2019, 2020년 온실가스 집약도는 2020년 사업보고서에 공시한 중단영업(LINE 계열 제외)을 감안한 산정임

<sup>2)</sup> 2019, 2020년 에너지 집약도는 2020년 사업보고서에 공시한 중단영업(LINE 계열 제외)을 감안한 산정임

		2017	2018	2019	2020	
<b>용수 사용 현황</b>						
용수 사용 현황	합계	164,106	177,335	176,517	167,213	
상수도	그린팩토리	88,251	92,058	101,929	76,438	
	데이터센터 각	75,855	85,277	74,588	90,775	
용수 재사용량	그린팩토리	6,865	9,812	5,428	7,060	
용수 재사용률	그린팩토리	%	8	11	5	9
<b>폐기물 및 재활용 현황</b>						
폐기물 배출량	합계	294.12	318.17	317.63	233.45	
생활 폐기물	그린팩토리	194	225	243	170	
	데이터센터 각	75	71	64	56	
생활 폐기물	데이터센터 각	Ton	25.42	22.57	10.93	7.45
	소각/매립	그린팩토리	194	225	243	170
위탁처리량	재활용	그린팩토리	75	71	64	56
	소각/매립	데이터센터 각	25.42	22.57	10.93	7.45
재활용률	그린팩토리	%	28	24	21	25
<b>환경법규 위반 현황</b>						
환경 법규 위반에 따른 과징금	그린팩토리	건수	0	0	0	0
		금액	0	0	0	0
	데이터센터 각	건수	0	0	0	0
		금액	0	0	0	0
<b>전력효율지수(PUE)</b>						
전력효율지수	데이터센터 각	1.11	1.11	1.09	1.09	

		2017	2018	2019	2020	
<b>사회   인력 현황</b>						
<b>총 고용</b>						
총 직원 수		2,814	3,611	3,523	4,103	
고용형태별	정규직	2,729	3,523	3,376	3,904	
	비정규직	85	88	147	199	
직군별	사무직	1,259	1,573	1,540	1,717	
	기술직	1,555	2,038	1,983	2,386	
성별	남성	1,817	2,309	2,262	2,639	
	여성	997	1,302	1,261	1,464	
연령별	30세 미만	727	926	799	1,109	
	30세 이상 40세 미만	1,547	1,930	1,861	1,946	
	40세 이상 50세 미만	526	739	839	1,015	
	50세 이상	14	16	24	33	
국적별	외국인 수	16	34	25	32	
해외사업장 고용	해외 파견자 수	9	13	16	13	
	현지인 고용자 수	845	846	836	905	
	해외사업장 총 근무자 수	854	859	852	918	
	해외사업장 총 관리자 수	5	7	6	6	
<b>다양성 존중</b>						
여성 인재	여성 비율	%	35.3	35.9	35.7	35.7
	여성 관리자 비율	%	20.0	23.3	24.6	24.5
특별고용 및 마이너리티	장애인 고용	명	6	8	6	8
	국가보훈자 고용	명	25	27	25	23
<b>채용 및 이직</b>						
신규	총 신규 채용	557	593	248	700	
	성별	남성	404	409	172	482
		여성	153	184	76	218
	연령별	30세 미만	290	303	159	484
		30세 이상 40세 미만	235	260	79	180
		40세 이상 50세 미만	32	29	10	35
50세 이상		0	1	0	1	
총 이직자	명	50	99	135	133	
이직 <sup>1)</sup>	성별	남성	41	70	104	105
		여성	9	29	31	28
	연령별	30세 미만	6	15	26	34
		30세 이상 40세 미만	27	74	78	77
		40세 이상 50세 미만	16	9	30	21
50세 이상	1	1	1	1		

<sup>1)</sup> 이직자는 전원 자발적 이직자에 해당

# GRI Index

		2017	2018	2019	2020
<b>출산휴가 및 육아휴직</b>					
출산휴가 사용자 수		122	148	170	152
성별	남자	85	103	123	108
	여자	37	45	47	44
출산 후 복귀율		100	98	100	100
육아휴직 사용자 수		60	103	101	138
성별	남자	4	17	15	32
	여자	56	86	86	106
육아휴직 사용 후 복귀율		96.7	99.0	99.0	99.0
복귀 후 12개월 이상 근속 비율		86.7	94.2	95.0	98.2
<b>성과 평가 및 보상</b>					
성과평가 수행 비율	구성원 성과 평가 비율	97.2	98.1	98.8	92.4 <sup>2)</sup>
스톡옵션 부여 비율	구성원 스톡옵션 부여 비율	-	-	80.95	87.18

<sup>2)</sup> 연간 채용인원 증가로 당해년도 성과평가 대상에 해당하지 않는 인원 비율이 다소 높아짐 (4분기 입사자는 2021년도 연간 평가는 시행하지 않았음)

		2017	2018	2019	2020	
<b>사회   안전·보건</b>						
산업재해 인원		명	3	6	3	4
산업재해율		%	0.10	0.16	0.08	0.09
<b>사회   파트너 관리</b>						
동반성장	동반성장협약 체결	개사	141	146	146	151
협력회사 구분	총 신규 등록 협력회사 수		569	565	470	1,546
<b>사회   정보보안</b>						
이용자 신고 통계	악성코드 게시물 확인 요청		7	26	25	29
	악성코드 확인 필요		0	0	0	0
	네이버 홈 접속 오류	건	23	52	82	47
	유해프로그램 배포-애드웨어		14	16	5	0
이용자 정보보호	이용자 정보 유출 건수		0	0	1 <sup>3)</sup>	0

<sup>3)</sup> 2019년 4월 29일-30일에 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건으로 2020년 6월 5일 방송통신위원회로부터 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 상 의무 위반으로 인해 개인정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치를 받음 (과태료 1,300만 원과 과징금 2,720만 원)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
<b>General Disclosures</b>			
Core	102-1	조직명	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-2	활동, 브랜드, 제품, 서비스	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-3	본사 위치	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-4	사업장 위치	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-5	소유 및 법적 형태	● 주식 및 자본구조 (P. 39)
Core	102-6	시장	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-7	조직 규모	● NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-8	임직원 및 근로자 정보	● NAVER 소개 (P. 12-13), Appendix 사회 인력 현황 (P. 93-94)
Core	102-9	공급망	● Appendix 사회 파트너 관리 (P. 94)
Core	102-10	조직과 공급망의 중대한 변화	● 주요 사업 (P. 14-15)
Core	102-11	사전예방의 원칙과 접근 방법	● 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Core	102-12	외부 이니셔티브	● Appendix 수상 및 가입 협회 (P. 99)
Core	102-13	가입 협회	● Appendix 수상 및 가입 협회 (P. 99)
Core	102-14	의사결정자 성명서	● CEO 메시지 (P. 10-11)
	102-15	핵심 영향, 위험, 기회	● 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Core	102-16	가치, 원칙, 표준, 행동규범	● 윤리규범과 공정운영 정책 (P. 47), 준법경영 시스템 확립 (P. 49)
	102-17	윤리에 대한 자문과 신고 메커니즘	● 기업윤리 상담상담/신고 (P. 48)
Core	102-18	거버넌스 구조	● 이사회 산하 ESG위원회 (P. 17), 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 이사회 조직도 (P. 40), 이사회 구성 현황 (P. 41)
	102-19	권한 위임	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-20	경제, 환경, 사회적 토픽에 대한 임원급의 책임	● ESG 조직 (P. 17), 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 이사회 내 위원회 구성 현황 (P. 42)
	102-21	이해관계자와 경제, 환경, 사회적 토픽 협의	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회 구성	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 이사회 조직도 (P. 40), 이사회 내 위원회 구성 현황 (P. 42)
	102-23	최고 거버넌스 기구 의장	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 이사회 특징 (P. 42)
	102-24	최고 거버넌스 임명과 선정	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 사외이사 주요 결격사유 (P. 41), 이사회 특징 (P. 42)
	102-25	이해관계 상충	● 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 사외이사 주요 결격사유 (P. 41), 이사회 특징 (P. 42), 감사기구 (P. 43)
	102-26	목적, 가치, 전략 수립에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	● 이사회 산하 ESG위원회 (P. 17), 이사회 구성 및 독립성 (P. 40), 이사회 내 위원회 구성 현황 (P. 42)
	102-27	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식	● 이사회 운영 (P. 42)
	102-28	최고 거버넌스 기구의 성과 평가	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)
	102-29	경제, 환경, 사회적 영향 파악과 관리	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
	102-31	경제, 환경, 사회적 토픽 검토	● ESG 추진 전략 (P. 16-17), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
	102-32	지속가능성보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	● 이사회 산하 ESG위원회 (P. 17)
	102-33	중요 사항 보고	● 이사회 운영 (P. 42)
	102-34	중요 사항의 성격과 총 개수	● 이사회 운영성과 (P. 43)
	102-35	보수 정책	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)
	102-36	보수 결정 절차	● 이사회 성과 평가 및 보상 (P. 42-43)
Core	102-40	이해관계자 집단들의 목록	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19), Appendix 수상 및 가입 협회 (P. 99)
Core	102-41	단체 협약	● 공정한 고용 및 노사관계 (P. 64)
Core	102-42	이해관계자 파악 및 선정	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-43	이해관계자 참여 방식	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-44	제기된 핵심 토픽과 관심사	● 이해관계자 참여 및 소통 (P. 18-19)
Core	102-45	연결재무제표 포함 주제	● About This Report, NAVER 소개 (P. 12-13)
Core	102-46	보고 내용과 토픽 경계 결정	● About This Report, ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	102-47	중요 토픽 목록	● ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	102-48	정보 수정	● 중대한 변화 없음
Core	102-49	보고 변화	● 중대한 변화 없음
Core	102-50	보고 기간	● About This Report
Core	102-51	가장 최근 보고서 보고일자	● About This Report
Core	102-52	보고 주기	● About This Report
Core	102-53	보고서 관련 문의 시 연락처	● About This Report
Core	102-54	GRI Standard 부합 방법	● About This Report
Core	102-55	GRI 인덱스	● Appendix GRI Index (P. 95-97)
Core	102-56	외부 검증	● About This Report, Appendix 검증 의견서 (P. 100-101)
<b>Management Approach</b>			
Core	103-1	중요 토픽과 그 경계에 대한 설명	● ESG 중요 이슈 (P. 20-21)
Core	103-2	경영방침과 그 구성 요소	● Governance, Trust, Social, Environment Management Approach (P. 38, 50, 60, 82)
<b>Economy</b>			
Economic Performance	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	● 이해관계자 경제적 가치 분배 (P. 24)
Indirect Economic Impacts	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 76-78)
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 76-78)
Anti-corruption	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	● 윤리규범과 공정운영 정책 (P. 47), 윤리교육 (P. 47)
Anti-corruption	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	● 기업윤리 상담상담/신고 (P. 48), 내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형 (P. 48)

Topic	GRI Standards	보고	보고 위치
Tax	207-1	조세 접근법	● 투명 공시 (P. 49)
Tax	207-2	조세 전략을 책임지는 지배기구, 통제 및 리스크 관리	● 투명 공시 (P. 49), 리스크 및 기회 (P. 44-46)
Tax	207-3	세금 관련 이해관계자 참여 및 관리	● 투명 공시 (P. 49)
<b>Environment</b>			
Energy	302-1	조직 내부 에너지소비	● Appendix 환경 에너지 사용 현황 (P. 91), 환경 전력효율지수 (P. 92)
Energy	302-2	조직 외부 에너지 소비	● Appendix 환경 (P. 91)
Energy	302-3	에너지 집약도	● Appendix 환경 (P. 91)
Energy	302-4	에너지소비 감축	● Appendix 환경 (P. 91), 데이터센터 각 (P. 87)
Water	303-1	공급원별 취수량	● Appendix 환경 (P. 92)
	303-5	용수 사용량	● Appendix 환경 (P. 92)
Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	● Appendix 환경 (P. 91)
Emissions	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	● Appendix 환경 (P. 91)
Emissions	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	● 환경영향 관리 (P. 85), 전자계약을 통한 자원 절감 (P. 86)
Effluents and Waste	306-2	유형 및 처리방법별 폐기물	● Appendix 환경 (P. 92)
Environmental Compliance	307-1	환경법 및 규정 위반	● Appendix 환경 (P. 92)
<b>Social</b>			
Employment	401-1	신규 채용 임직원과 이직 임직원	● Appendix 사회 인력 현황 (P. 93)
Employment	401-2	임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	● 보건안전 및 웰빙 (P. 68), 일·가정 양립을 돕는 다양한 지원 프로그램 (P. 69)
Employment	401-3	육아휴직	● Appendix 사회 인력 현황 (P. 94), 보건안전 및 웰빙 (P. 68)
Labor/Management Relations	402-1	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	● 경영상 변동 발생 최소 30일 전 통지
Occupational Health and Safety	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여와 커뮤니케이션	● 공정한 고용 및 노사관계 (P. 64)
Occupational Health and Safety	403-6	근로자 건강 증진	● 보건안전 및 웰빙 (P. 68), 일·가정 양립을 돕는 다양한 지원 프로그램 (P. 69)
Training and Education	404-2	임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	● 역량 개발과 리더 육성 (P. 66-67)
Training and Education	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	● 공정한 평가와 보상 (P. 67), Appendix 사회 인력 현황 (P. 94)
Diversity and Equal Opportunity	405-1	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	● Appendix 사회 인력 현황 (P. 93)
Diversity and Equal Opportunity	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	● 균등한 기회 (P. 67)
Human Rights Assessment	412-2	인권 정책 및 절차에 관한 임직원 훈련	● 전사 인권교육 (P. 64)
Local Communities	413-1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장	● 프로젝트 꽃 - D-Commerce (P. 76-78)
Customer Privacy	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건	● Appendix 사회 정보보안 (P. 94)

# UN SDGs

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

유엔 지속가능발전목표(UN SDGs)		네이버 대응 활동	
 4.4	2030년까지 취업, 양질의 일자리 및 기업이 활동에 필요한 전문 및 직업 기술을 포함한 관련 기술을 가진 청소년과 성인의 수를 대폭 늘린다	• 커넥트재단 운영을 통한 소프트웨어 및 AI/DATA 디지털 활용능력에 기여	
	 5.5	정치, 경제, 공공부문 등 모든 차원의 의사결정 과정에 여성의 완전하고 효과적인 참여와 리더십에 대한 동등한 기회를 보장한다	• 실력으로 인정과 보상을 받을 수 있는 합리적인 인사제도 운영 • 사내 여성 리더십 비율은 꾸준히 증가 중
 7.2	2030년까지 전세계 에너지믹스에서 신재생에너지의 비중을 대폭 늘린다	• 사업장 내 신재생에너지 사용을 통한 에너지 절감 실천	
	7.3	2030년까지 전세계 에너지 효율의 개선율을 두 배로 늘린다	• 사업장 내 지속적인 에너지 효율 개선 노력
 8.3	생산 활동, 양질의 일자리 창출, 기업이 정신, 창의성과 혁신을 지원하고, 금융서비스에 대한 접근을 포함한 소상공인 및 중소기업의 형성과 성장을 장려하는 개발지향 정책을 추진한다	• SME의 디지털 전환과 금융 지원 • 기업형 액셀러레이터 프로그램(D2SF)를 통한 우수 스타트업 육성	
	8.5	2030년까지 청년 및 장애인을 포함한 모든 여성과 남성을 위한 생산적 완전고용과 양질의 일자리 창출 및 동일가치노동에 대한 동일임금을 달성한다	• 사회적 기업 엔비전스 설립을 통한 발달장애 청년 직접 고용 시행 • 성별에 따른 임금 차별 금지
 12.5	2030년까지 예방, 감축, 재활용 및 재사용을 통해 폐기물 발생을 대폭 줄인다	• 네이버 및 이해관계자와의 공동노력을 통한 친환경 생태계 조성 추진	
	12.6	기업, 특히 대기업 및 다국적 기업이 지속가능한 활동을 도입하고, 보고 체계에 지속가능성 정보를 통합하도록 장려한다	• ESG 보고서 발간을 통한 기업의 지속가능 활동 소개
	12.8	2030년까지 모든 사람이 지속가능한 발전 및 자연과 조화를 이루는 생활양식에 대해 인지하고 관련 정보를 어디서나 알 수 있도록 보장한다	• 네이버 포털을 통해 지속가능한 생활양식 관련 캠페인 추진
 13.3	기후변화 완화, 적응, 영향 감소, 조기 경보 등에 관한 교육, 인식제고, 인적/제도적 역량을 강화한다	• 2040 Carbon Negative 달성을 위해 환경경영 거버넌스 및 추진전략 고도화	
 16.5	모든 형태의 부정부패와 뇌물수수를 대폭 줄인다	• 기업윤리규범 운영 및 임직원 윤리서약 실천 • 부정위험평가 시행 및 셀프 체크 모니터링 장려 • 전사 리스크관리위원회 운영	
	16.10	국내법 및 국제적 합의 따라, 정보에 대한 대중의 접근을 보장하고 기본적인 자유를 보호한다	• 모두를 위한 정보의 접근성 및 디지털 안전과 표현의 자유 보장 노력

# 수상 및 가입 협회

## 수상

- 2017**
  - 03. - 네이버, 국가고객만족도(NCSI) 조사 검색포털 서비스 부문 11년 연속 1위 (한국생산성본부)
  - 05. - 네이버, CEO스코어 '최우수 경영 기업' 선정
  - 11. - 데이터센터 각, '에너지 챔피언' 선정
- 2018**
  - 06. - 동반성장지수 평가 2년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
  - 08. - 파파고·웨이·네이버지도, 독일 레드닷 어워드 커뮤니케이션부문 수상 (Red Dot Award)
  - 09. - LICO 웹애니메이션 '연애하루전', 'BCWW2018' 뉴미디어콘텐츠상 대상 수상
  - 10. - 네이버, IDEA 4개 부문에서 클로바 프렌즈 등 6종 프로덕트 수상 (IDEA)  
- 포춘 선정 '미래유망기업(The Future 50)' 6위에 선정 (FORTUNE)
  - 11. - 네이버·네이버랩스, CES2019 이노베이션 어워드 4개 프로덕트 수상  
- 네이버 비즈니스 플랫폼, '그랜드 클라우드 컨퍼런스' 장관상 수상 (과학기술정보통신부)  
(클라우드 산업발전유공장관 표창)
- 2019**
  - 02. - 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 6개 서비스 수상 (iF Design Award)  
- V Live 오리진 라이브 포맷, 미디어 엑셀런스 어워드 '음악' 부문 수상 (Media Excellence Awards)
  - 06. - 동반성장지수 평가 3년 연속 최우수, 인터넷 플랫폼 업종 최초 '최우수 명예 기업' 선정 (동반성장위원회)
  - 09. - 네이버, '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정 (고용노동부)
  - 10. - 네이버, '2019 대한민국 소상공인대회' 감사패 수상  
- 네이버웍스, 클로바 클락 등 6개 제품, 일본 '굿디자인 어워드' 수상 (Good Design Award)
  - 11. - 네이버, 동반성장주간 기념식 자발적 상생협력 부문 대통령 표창 수상 (중소벤처기업부, 동반성장위원회)
  - 12. - 네이버, 대한민국 동반성장 시상식 3년 연속 '동반성장지수평가 최우수 기업상' 수상 (동반성장위원회)
- 2020**
  - 02. - 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award)
  - 08. - 2020 레드닷 어워드 5개 부문 본상 수상  
- LACP 2019 비전어워드 금상 수상
  - 09. - 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상  
- 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
  - 10. - 2020 포브스 선정 The World's Best Employers 2020 37위  
- 포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위
  - 12. - 정책소통 유공 장관 표창 수상 (행정안전부)  
- 클로바 램프, CES 혁신상 수상

## 가입 협회

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

# 검증 의견서

## 네이버 2020 ESG보고서 독자 귀중

### 서문

한국경영인증원(KMR)은 네이버 2020 ESG보고서 (이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 네이버 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

### 검증 범위 및 기준

네이버는 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증 기준인 SRV1000을 적용하였으며, Type 2 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 AA1000AP(2018)에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

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

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

### 검증방법

한국경영인증원 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같이 검증을 진행했습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중대성 평가 방법 및 결과 검토
- 지속가능경영 전략 및 성과정보 시스템, 프로세스 평가
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 보고서 성과정보에 대한 신뢰성 평가, 데이터샘플링
- 금융감독원 전자공시시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 기반으로 한 정보의 신뢰성 평가

### 제한사항 및 극복방안

검증은 네이버에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 데이터 검증은 네이버에서 수집한 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 이를 극복하기 위해 전자공시시스템, 국가온실가스 종합관리시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 참고하여 정보의 품질 및 신뢰성을 확인하였습니다.

### 검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 네이버와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, 네이버의 보고서는 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 다음과 같습니다.

- 포괄성 원칙  
네이버는 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 운영하고 있습니다. 검증팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자 그룹을 발견할 수 없었으며, 그들의 견해 및 기대 사항이 적절히 조직의 전략에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

- 중요성 원칙  
네이버는 조직의 지속가능성 성과에 미치는 주요 이슈들의 중요성을 고유의 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

- 대응성 원칙  
네이버는 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과와 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 네이버의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

- 영향성 원칙  
네이버는 중대성 평가를 통해 파악된 주요 주제들의 직간접적인 영향을 파악하여 모니터링하고 있으며 가능한 범위 내에서 해당 영향을 정량화된 형태로 보고하고 있음을 확인하였습니다. 향후 ESG활동을 보다 가치있게 추진하기 위해 사업 특성에 맞는 사회적 가치 측정모형을 개발하고, 지속적으로 지속가능경영 관리체계를 고도화 할 것을 권고드립니다.

- 특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질  
검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 경제, 환경, 사회 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 데이터 샘플링 및 근거 문서 그리고 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 통해 신뢰할 수 있는 데이터임을 확인하였습니다. 검증팀은 지속가능성 성과 정보에서 의도적 오류나 잘못된 기술을 발견하지 못하였습니다.

### 적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 17021:2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리 시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 네이버의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

2021. 04. 대한민국, 서울

대표이사



## 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 10대 원칙

### 인권

원칙 1: 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.

원칙 2: 기업은 인권침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.

### 노동규칙

원칙 3: 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,

원칙 4: 모든 형태의 강제노동을 배제하며,

원칙 5: 아동노동을 효율적으로 철폐하고,

원칙 6: 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.

### 환경

원칙 7: 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,

원칙 8: 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,

원칙 9: 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.

### 반부패

원칙 10: 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

네이버는 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 10대 원칙을 지지합니다.



네이버의 UNGC 원칙 지지문과 참여 현황

**NAVER**