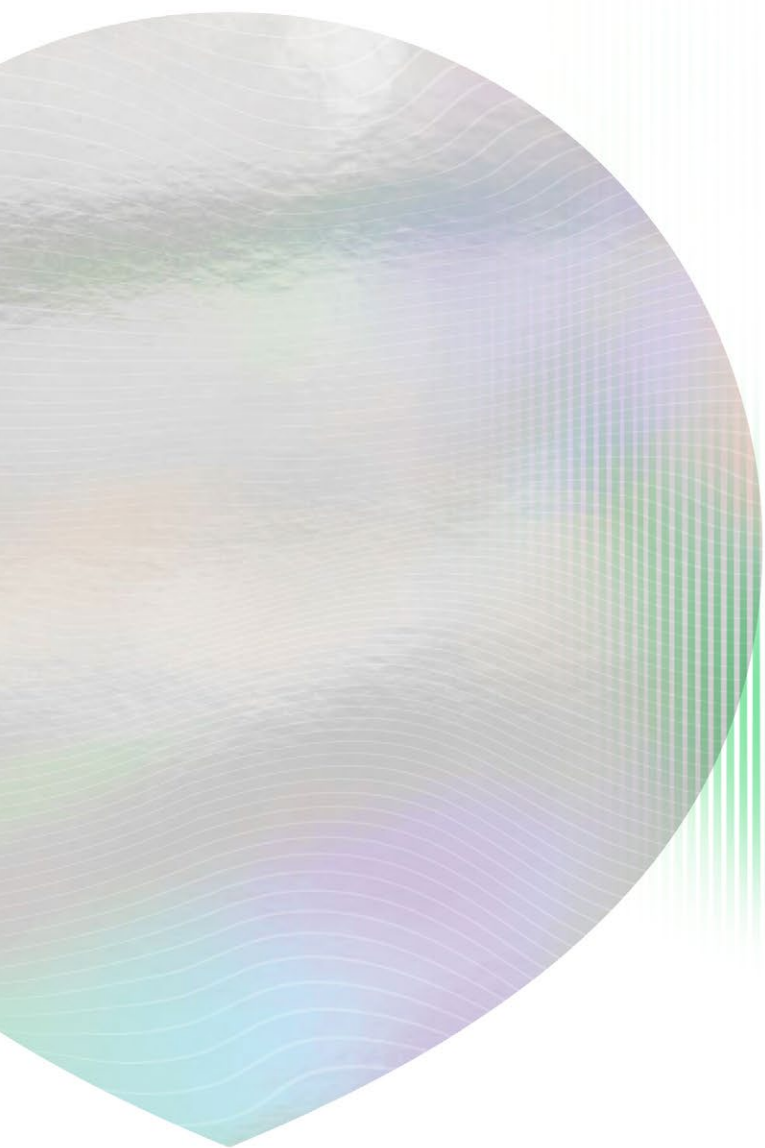


# NEW UNIVERSE, YOU DESERVE.

네이버 2021 통합보고서



**NAVER**

## ABOUT THIS REPORT

### 보고서 개요

본 보고서는 네이버의 통합보고서 'Integrated Report'로서 네이버의 투자자 및 이해관계자에게 연례 재무·비재무 성과를 통합적으로 보고하기 위한 목적으로 발간되었습니다. 네이버 이사회는 본 보고서의 발간을 2022년 3월 최종 승인하였습니다.

### 보고 기간

본 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2021년 12월 31일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2022년 3월 31일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2022년 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 사옥인 그린팩토리와 준공을 앞둔 1784, 데이터 센터인 각 춘천, 구성원 연수원 건물인 커넥트원, 파트너 상생의 공간으로 활용되는 네이버 스퀘어와 임차사업장을 포함하고 있습니다.

### 작성 기준

본 보고서의 작성 기준은 다음과 같습니다.

- ESG 정보는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 따르고 있습니다.
- 재무성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결기준으로 작성하였습니다.
- 재무·비재무 성과의 통합적 기술 방식은 VRF(Value Reporting Foundation)가 제시하는 <IR> Framework의 원칙과 내용을 준수하여 작성되었습니다.

### 보고서 검증

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

### 보고서 문의

본 보고서에 대한 문의사항은 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

네이버 Green Impact팀

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

1999년 벤처기업으로 시작한 네이버는 오늘날 전 세계 수많은 사용자와 만나는 글로벌 ICT 기업으로 성장하였습니다. 수많은 변화 속에서도 네이버가 지켜 온 신념은 동일합니다.

네이버는 미래 기술을 누구나 손쉽게 사용할 수 있도록 기술 플랫폼으로서 변화와 혁신을 추구합니다. 네이버와 함께 하는 모든 사람들이 기존의 한계를 넘어 새로운 세상을 만날 수 있게 다가올 미래를 준비합니다.

본 보고서는 네이버의 첫 번째 통합보고서로서 지속가능한 성장에 대한 기록이며, 이해관계자와의 소통을 위한 채널입니다. 네이버 2021 통합보고서는 당사 홈페이지에서 PDF 포맷으로 다운로드 가능합니다.



## CONTENTS

006 Letter to Stakeholders

|     |                                 |                                                                                                                      |
|-----|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01. | <b>CORPORATE<br/>PROFILE</b>    | 10 비즈니스 모델<br>12 회사 개요<br>18 네이버 비즈니스                                                                                |
| 02. | <b>CORPORATE<br/>GOVERNANCE</b> | 32 기업 지배구조<br>44 리스크 및 기회                                                                                            |
| 03. | <b>ESG<br/>COMMITMENT</b>       | 54 ESG 프레임워크<br>63 프라이버시 및 인권<br>84 환경적 가치 창출<br>93 사회적 가치 창출                                                        |
| 04. | <b>APPENDIX</b>                 | 123 재무성과표<br>132 종속기업 현황<br>133 ESG성과표<br>139 GRI Index<br>142 수상<br>143 검증의견서<br>145 온실가스 배출량 검증 증명서<br>146 UN SDGs |



# Letter to Stakeholders

— **네이버** 선배 경영진들에게서  
물려받은 혁신과 도전의 DNA에 새로운  
세대의 글로벌 감각과 전문성을 불어넣어  
글로벌 시장에서도 네이버의 경쟁력을  
인정받으며 환경, 사회, 거버넌스 중심의  
지속가능한 성장을 이뤄내도록 하겠습니다.



## — 안녕하십니까, 네이버 신임 대표이사 최수연입니다.

1999년 창립 이래 국내 검색 포털에서 출발한 네이버는, 지난 20여년  
간 검색 외에도 커머스, 핀테크, 콘텐츠, 클라우드, 인공지능(AI), 로봇  
등 첨단 기술 리더십과 다양한 사업 포트폴리오를 고루 갖춘 글로벌  
ICT 기업으로 성장했습니다.

인터넷 창업세대인 네이버의 선배 경영진들은 다양한 사업 포트폴리오,  
글로벌 파트너십, 기술 리더십 등 글로벌 확장을 가능하게 하는 기반을  
마련하였습니다. 그리고 지금부터 저를 비롯한 인터넷 성장 세대들은,  
물려받은 혁신과 도전의 DNA에 새로운 세대의 글로벌 감각과  
전문성을 불어넣어 해외에서도 인정받는 새로운 인터넷 기업의  
모델을 보여드리겠다는 책임감으로 새로운 출발을 시작하려 합니다.

네이버의 모든 비즈니스는 글로벌을 염두에 두고 시작되었을 뿐  
아니라, 모든 목표점이 글로벌을 향해 있습니다. 그간 네이버 사업들의  
해외 진출과 투자를 확대하는 과정에서, 글로벌 업계나 파트너사들의  
높은 관심과 평가를 직접 확인하기도 했습니다. 이러한 배경을  
바탕으로 저는 각 사업의 글로벌 비즈니스의 성장 속도를 높이는  
체계를 마련하는 것은 물론, 사업 간 융합을 실험하며 지속적으로  
신사업을 만들어 라인, 웹툰, 제페토를 능가하는 글로벌 브랜드들이  
계속해서 나올 수 있도록 새로운 사업의 인큐베이터로서 제 경영  
역량을 집중하겠습니다.

2021년 네이버는 여러 영역의 괄목할 만한 성장을 이루었습니다.  
재무성과 측면에서는, 콘텐츠와 핀테크를 비롯한 전 사업부문에서  
높은 성장세를 유지하였습니다. 영업수익은 사상 최대치인 6조 8,176억  
원을 기록하여 전년 대비 28.5% 성장하였으며, 잉여현금흐름(FCF)  
성장에 힘입어 전년 대비 주주 환원을 확대하여 약 763억 원의 배당을  
집행하였습니다.

또한 이커머스 생태계 내 유수 파트너와의 시너지를 확장하고자  
신세계이마트와 2,500억원 자사주 교환, Cafe24와의 1,300억 원의  
지분 교환을 실시하고 브랜드, 왓라팍 등 국내외 유망 파트너에 대한  
투자도 집행하였습니다.



네이버 서비스의 이용자 범위도 국내·외에서 지속적으로 성장하여  
네이버 앱의 경우 DAU 약 3천 4백만 명 이상, 웹툰/왓패드는 MAU  
약 1억 7천만 명 이상의 이용자가 방문하고 있으며, 제페토 가입자는  
2022년 3월 3억 명을 돌파하였습니다. 글로벌 최고 수준의 AI  
학회들에서 연간 66건의 정규논문을 발표하였고, 메타버스 기술기반  
생태계 아크버스(ARCVVERSE)를 공개하는 등 혁신 기술 리더십을  
공고히 하는 데에도 게을리하지 않았습니다.

이러한 비즈니스와 기술 역량을 토대로 네이버는 글로벌 톱티어(Top-  
tier) 인터넷 기업으로 도약하고 있으며, 이를 위한 또 다른 핵심축으로  
ESG성과에 기반한 장기 기업가치 성장을 이뤄내고 있습니다.

2021년에는 네이버만의 사람 중심 경영체계를 마련하고 네이버의  
위상에 부합하는 조직문화와 업무환경, 리더십 체계를 갖추기 위해  
노력했습니다. 지난 한 해 동안 추진한 인권경영 10대 지침 도입,  
조직문화 건강도 진단, 인권영향평가와 전담 조직 신설 등은 향후  
우수한 구성원들이 만족도 높은 업무환경에서 자부심을 갖고 일할 수  
있는 공간이 되리라 생각합니다. 또한 준법 경영을 위하여 공정거래  
자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 개선하고, 네이버의  
행동지침으로 자리잡을 수 있도록 CP 문화 정착과 확산을 위해  
다각적인 노력을 기울일 것입니다. 네이버는 이러한 의지를 반영하여  
2021년 UNGC(유엔글로벌콤팩트)에 가입하였으며, 인권, 노동, 환경,  
반부패에 관한 UNGC의 10대 원칙을 지지합니다.

환경 측면에서는 2020년 선언한 2040 Carbon Negative 이행을  
위해 본격적인 실행체계를 갖추었습니다. 대내외 이해관계자의  
요구 수준과 네이버가 실행가능한 Action Plan을 기반으로 2030년  
Scope1+2 배출량 60% 절감이라는 중간목표를 수립하고, 이를 위해  
업무차량 전기차 전환, 친환경 데이터센터/사옥 구축, 재생에너지  
확보를 위한 계약추진 등을 차려대로 이행해 나가고 있습니다. 나아가  
기후위기가 네이버에 초래할 재무영향에 대한 분석을 고도화하고  
비즈니스 운영에 반영해 나가고 있습니다.

지배구조 측면에서도 네이버의 강점인 이사회 중심 경영과  
투명한 이해관계자 소통을 기반으로 지속적인 ESG 리스크 관리와  
기회 확대를 추진할 것입니다. 이렇듯 네이버에게 ESG 경영은  
이해관계자에 대한 약속을 이행해 나가는 과정이며, 장기적인 신뢰  
구축과 기업가치 향상을 위한 필수적인 활동으로 인식되고 있습니다.

앞으로도 저를 비롯한 네이버의 경영진들은 사업의 외연 확장과  
더불어, 보다 견고하고 지속가능한 기업과 조직문화를 만들기 위해  
노력할 것입니다. 이를 통해 네이버 사업의 근간이자 경쟁력인 구성원,  
네이버의 서비스를 이용하고 가치를 공유하는 이용자, 성장의 과정을  
함께하는 비즈니스 파트너, 성장의 결실을 함께하는 주주 등 다양한  
이해관계자와 네이버가 창출한 가치를 공유하도록 하겠습니다.

네이버의 새로운 출발에 따뜻한 응원과 관심 부탁드립니다.

네이버 주식회사 대표이사 최수연

네이버는 새로운 미래를 위해 항상 새로운 도전을 시도합니다.  
이용자들과 함께 호흡하며 최첨단 기술을 일상의 도구로 바꾸고,  
중소상공인(SME)과 창작자의 가능성이 꽃 피울 수 있도록 도우며,  
미래 세대를 위해 건강한 지구환경을 지켜내고자 노력합니다.  
기술로 그리고 ESG 경영으로 완성하는 지속가능한 미래를 위해,  
보다 나은 미래를 더욱 많은 사람들과 함께 누릴 수 있도록,  
한 단계 진화된 연결로 지속가능한 가치를 확산해 나갑니다.

# CORPORATE PROFILE



네이버는 새로운 미래를 위해  
이용자들과 함께 호흡하며 최  
중소상공인(SME)과 창작자의  
미래 세대를 위해 건강한 지구  
기술로 그리고 ESG 경영으로  
보다 나은 미래를 더욱 많은 사  
한 단계 진화된 연결로 지속가

010  
비즈니스 모델

회사 개요

012  
At a Glance

014  
Financial Highlights

016  
Key Highlights

네이버 비즈니스

018  
서치플랫폼

021  
커머스

024  
핀테크

026  
콘텐츠

028  
클라우드

## 비즈니스 모델

네이버는 1999년 벤처기업에서 출발해, 명실상부한 국내 최고의 ICT 플랫폼으로 성장하였습니다.  
그러나 네이버는 여기에 머무르지 않고 글로벌 시장에서 신뢰받는 기술 플랫폼이 되기 위해 도전할 것입니다.  
네이버는 앞서가는 AI 기술력과 콘텐츠 경쟁력, 그리고 무엇보다 우선하는 사용자 중심의 가치를 바탕으로  
더 넓은 시장에서 더 큰 미래를 꿈꾸겠습니다.

### Capital Input

#### FINANCIAL

- 국내 인터넷기업 최초, ESG 채권 발행 (8억 달러 규모)
- 회사채 신용등급 AA+ (NICE 신용평가기준)
- 신세계·이마트와 2,500억 원 자사주 교환
- 카페24와 1,300억 원 자본 교환
- 연간 853회 투자자 미팅 및 대외 Dialogue 실시



#### BUSINESS

- 글로벌 시장 진출 확장 및 경영체계 쇠신을 위한 신규 경영진 선임
- [일본] 라인-Z홀딩스 경영통합 완료
- [북미] 글로벌 웹소설 1위 플랫폼 왓패드 인수로 네이버 웹툰·웹소설 콘텐츠 사업 강화
- [유럽] 알라팝·베스티에르 등 유망 커머스 사업자 투자/제휴 확대
- [동남아] 미래에셋과 협력하여 유망 스타트업 40여 개 이상 투자



#### INTELLECTUAL

- 연간 연구개발비 1조 6,551억 원, 전년 대비 3,230억 원 증가
- 매출액 대비 R&D 투자비율 24.3%
- 국내외 유수 연구기관과 AI 공동연구센터 설립
  - 서울대, KAIST, 베트남 HUST, PTIT, 독일 튀빙겐 대학 등



#### HUMAN

- 연간 교육훈련비 18.1억 원
- 네이버 10대 인권 지침 정립, 이사회 직속 전담조직 수립 등 인권경영체계 강화
- 재직기간 1년 이상 전 구성원 스톡옵션 지급



#### SOCIAL

- 2021년 UN Global Compact 가입
- 오프라인 SME의 디지털 확장을 위한 무료 플랫폼 스마트플레이스 서비스 개선
- 공정거래협약 체결 파트너 159개사



#### NATURAL

- 총 에너지사용량 1,646TJ
- 네이버 지속가능채권의 환경 영역 투자 금액 3억 8,877만 달러



### What We Create

#### 1 한국 최대 검색 포털 서비스

매일 3천만 명에 이르는 다양한  
사용자의 생각과 관심사를  
연결하는 국내 최고의 검색 플랫폼

#### 2 오프라인과 온라인을 아우르는 트렌디한 쇼핑 서비스

한국 최대의 이용자를 보유하고 있는 네이버 웹  
내에서 판매자와 이용자 모두에게 간편하고  
효율적인 쇼핑 경험을 선사

#### 3 사용자에게는 간편한 구매경험을, 사업자에게는 매출 증대를

네이버 ID로 다양한 가맹점에서 회원가입  
없이 편리하게 쇼핑, 결제, 배송을 관리하며  
디지털 콘텐츠까지 결제 가능한 서비스

#### 4 산업별 최적화된 기업용 클라우드

국내 최대 IT 서비스의 안정적인 인프라와  
세계적인 보안 기술을 바탕으로, 안전하고  
품질 높은 서비스를 제공

#### 5 업무용으로 만날 수 있는 네이버의 다채로운 서비스

네이버 메일, 캘린더, 주소록,  
드라이브와 LINE 메신저까지  
업무용으로 특화되어 개발된 서비스

#### 6 모바일 커뮤니티 플랫폼

가족모임, 동호회, 업무모임, 스터디 등  
사용자의 이용방식에 따라 다양한 형태의  
그룹활동을 지원하는 모바일 커뮤니티

#### 7 셀럽의 자유로운 글로벌 라이브 스트리밍 플랫폼

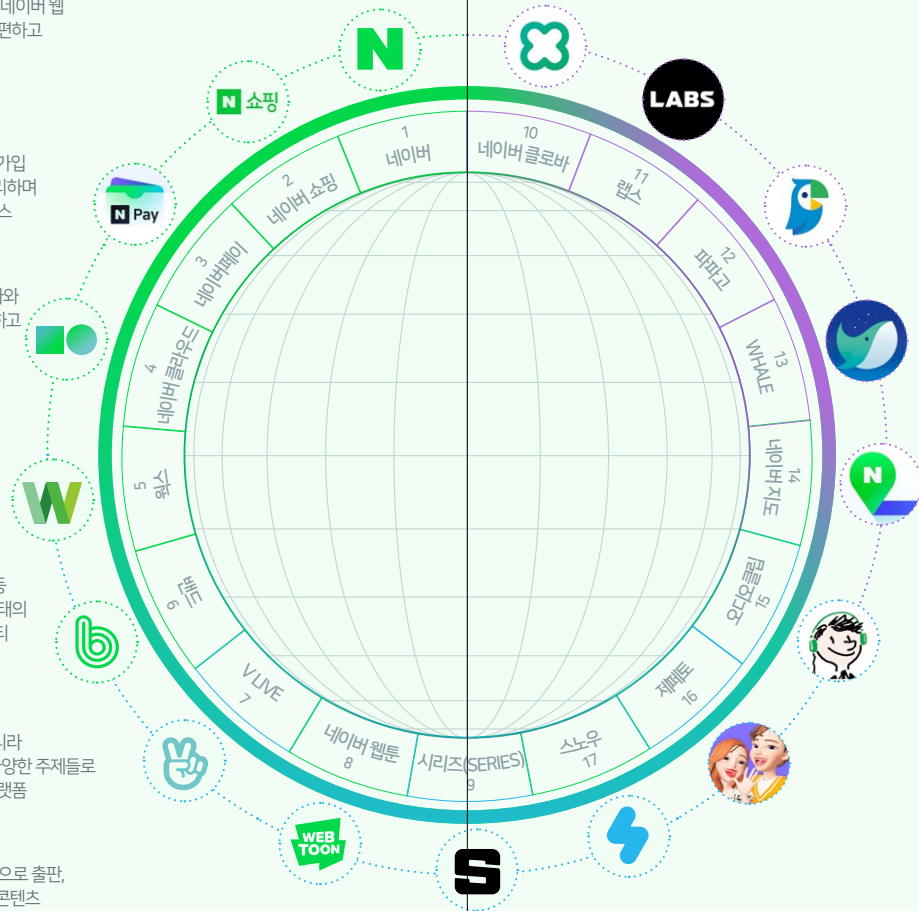
K-pop 아티스트들의 라이브뿐만 아니라  
웹 드라마, 뷰티, 패션, 장르 음악 등 다양한 주제들로  
이루어진 영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼

#### 8 매일매일 새로운 재미

충성도 높은 팬층과 강력한 IP를 바탕으로 출판,  
영화, 드라마, 게임 등 국내외 다양한 콘텐츠  
산업까지 발전 중인 웹툰 플랫폼

#### 9 콘텐츠 비즈니스 플랫폼

다양한 취향에 걸맞은 6만여 개의  
장르소셜 및 만화 콘텐츠가 준비되어  
있는 유료 콘텐츠 플랫폼



#### 10 미래를 위한 새로운 플랫폼

음성·이미지 인식, 인공지능경망 번역,  
대화형 엔진 등 인간의 감각을 활용한  
기술들이 집결된 통합 AI 플랫폼

#### 11 네이버의 신기술을 책임지는 랩스

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

#### 12 든든한 번역 파트너

인공신경망 번역(NMT: Neural  
Machine Translation) 기술 탑재로  
더욱 정확한 자동통역 파트너

#### 13 완전히 새로운 브라우저

옵니태스킹, 퀵서치, 스페이스 등  
독특하고 편리한 기능을 선보이는  
네이버의 '누구나 쉽게 쓰는 브라우저'

#### 14 길을 땀 한 번에

대중교통, 자동차, 자전거, 도보 경로는  
물론 내비게이션까지! 원하는 목적지를  
네이버 지도로 한번에!

#### 15 오디오 콘텐츠 플랫폼

언제, 어디서나 어학, 강연/강좌, IT,  
경제, 과학 등 다양한 콘텐츠를 음성으로  
즐길 수 있는 콘텐츠 플랫폼

#### 16 크리에이터들을 위한 가상세계의 놀라운 공간

3D 아바타를 기반으로 하여,  
누구나 가상 속에 꿈꾸어 왔던 것을  
만들어 낼 수 있는 가상 세계 플랫폼

#### 17 일상이 특별해지는 AR 카메라

10대 사용자의 트렌드를 선도하는  
재미있는 AR 카메라 스노우

<sup>1)</sup> 연결재무제표 기준

<sup>2)</sup> 2021년 12월 기준

<sup>3)</sup> 2022년 3월 기준

<sup>4)</sup> ICASSP, Interspeech, ICCV 등

<sup>5)</sup> ICLR 학회 2022: International Conference on Learning Representations로 구글 스칼라 선정  
글로벌 AI/ML 학회 랭킹 1위 선정

### Capital Output

#### FINANCIAL<sup>1)</sup>

- 자산총계 33조 6,910억 원
- 영업수익 6조 8,176억 원  
(YoY +28.5%)
- 영업이익 1조 3,255억 원  
(YoY +9.1%)
- 당기순이익 16조 4,776억 원
- 연간 주식 최고가액 465,000원
- FY21 현금 배당금  
762억 9천 2백만 원

#### BUSINESS<sup>2)</sup>

- 사업부문별 전년 대비 영업수익 성장률
  - 서치플랫폼 17.4%, 커머스 35.4%,  
핀테크 44.5%, 콘텐츠 50.6%,  
클라우드 38.9%
- [서치플랫폼] 네이버 앱 DAU 3천 4백만 명
- [커머스] 네이버 멤버십 누적 가입자 수  
600만 명 돌파
- [핀테크] 네이버페이 전체 회원수 3천만 명  
이상
- [콘텐츠] 네이버 웹툰/왓패드 MAU  
1억 7천만 명, 제페토 가입자 3억 명 돌파<sup>3)</sup>
- [클라우드] 클로바 노트 다운로드 수 150만

#### INTELLECTUAL

- 국내외 지적재산권 약 3,736건 보유
  - 특허 2,540건, 상표권 957건,  
디자인 239건
- 글로벌 최고수준 AI 학회<sup>4)</sup>에서 66건  
정규논문 발표
- 머신러닝 ICLR 학회 2022<sup>5)</sup>에서  
12개 논문 채택
- 메타버스 기술기반 생태계 아크버스  
(ARCVERGE)

#### HUMAN

- 조직문화 진단 결과, 응답 구성원의 68%  
이상이 조직문화에 만족한다고 응답
- 여성리더 비율 27.0%
- 구성원 중 자사주·스톡옵션 보유  
비율 82.5%

#### SOCIAL

- 업계 최초 5년 연속 동반성장  
최우수기업상 수상
- 스마트플레이스르 오프라인 SME의  
경제적 가치창출 약 46.1조 원 규모
- COVID-19 관련 해피빈 펀딩 금액  
누적 2.4억 원

#### NATURAL

- 총 온실가스 배출량 78,872tCO<sub>2</sub>e
- 총 에너지 사용 절감량 37,402MWh

## CORPORATE INFORMATION

사명

네이버 주식회사

설립연도

1999년 6월

대표이사

최수연

본사 위치

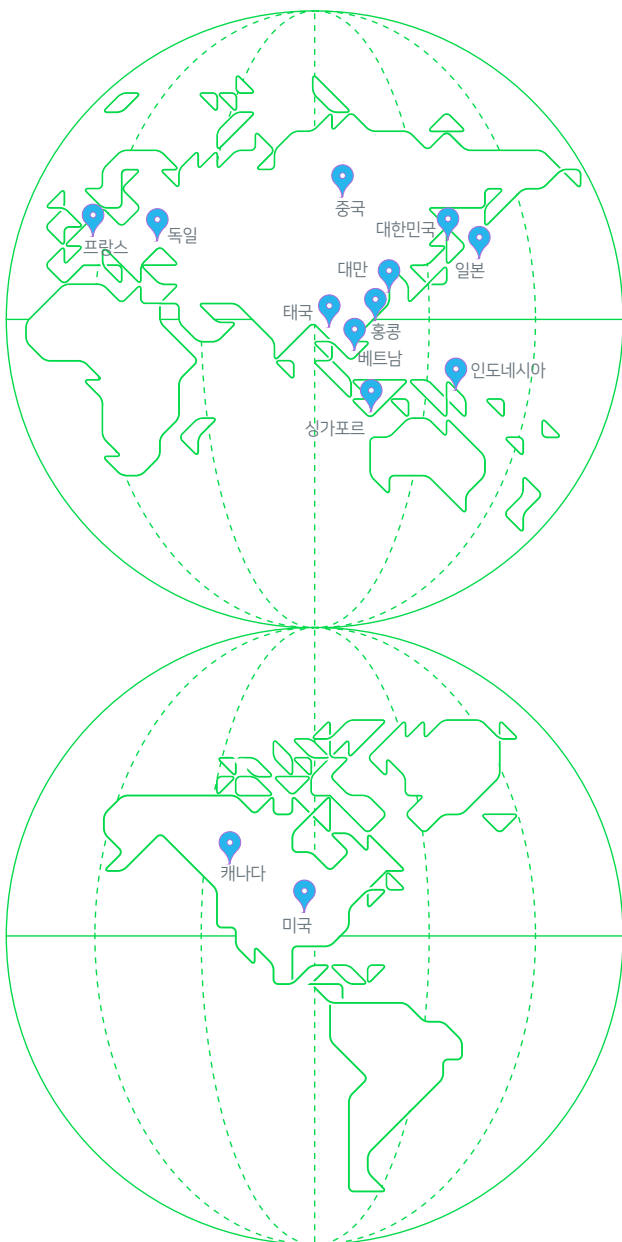
경기도 성남시 분당구 불정로 6  
네이버 그린 팩토리

구성원 수

4,696명

\* 2021년 12월 기준

## GLOBAL NETWORK



전 세계 13개국 진출

## 주요 연혁

- 2021.10 • 서치솔루션 합병
- 2021.05 • 글로벌 1위 웹소셜 플랫폼 왓패드 인수
- 2021.03 • 라인-Z홀딩스 경영통합 완료
- 2020.10 • NBP, 네이버 클라우드로 사명 변경
- 2020.06 • 커넥트재단, 네이버커넥트재단으로 명칭 변경
- 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

신용평가

한국신용평가㈜  
AA+

Moody's  
A3

S&P  
A-

ESG<sup>1)</sup>

KCGS  
A+

MSCI  
AAA

Sustainalytics  
상위 11%

\* 2021년 기준  
<sup>1)</sup> 통합등급 기준



# Financial Highlights

네이버는 빠르게 변화하는 환경을 새로운 도약의 기회로 삼아 글로벌 시장과 신규 사업에 도전하고 있습니다. 신규 사업의 비중이 확대되면서 전 사업부문이 고르게 성장하고 있으며, 2021년에는 사상 첫 연 매출 6조 원을 돌파했습니다. 아울러 안정적 현금흐름을 기반으로 주주 환원을 지속 실행하고 장기적인 성장을 위한 투자를 확대하여 경제적 성과를 나누고 기업가치를 제고하겠습니다.

## 주요 재무성과

|                           | 2019     | 2020     | 2021     |
|---------------------------|----------|----------|----------|
| 요약 포괄 손익계산서<br>(단위: 십억 원) |          |          |          |
| 영업수익                      | 4,356.2  | 5,304.1  | 6,817.6  |
| 영업비용                      | 3,201.2  | 4,088.8  | 5,492.1  |
| 영업이익                      | 1,155.0  | 1,215.3  | 1,325.5  |
| 당기순이익                     | 396.8    | 845.0    | 16,477.6 |
| 요약 재무상태표<br>(단위: 십억 원)    |          |          |          |
| 자산총계                      | 12,299.5 | 17,014.2 | 33,691.0 |
| 부채총계                      | 5,795.6  | 8,759.1  | 9,663.6  |
| 자본총계                      | 6,503.9  | 8,255.1  | 24,027.4 |
| 수익성 지표<br>(단위: %)         |          |          |          |
| ROE                       | 10.6     | 15.2     | 106.7    |
| 영업이익률                     | 26.5     | 22.9     | 19.4     |
| 당기순이익률                    | 9.1      | 15.9     | 241.2    |

\* 연결재무제표 기준

## 주식정보

|                  | 2019     | 2020     | 2021     |
|------------------|----------|----------|----------|
| 주식 동향<br>(단위: 원) |          |          |          |
| 최고가              | 186,500  | 339,000  | 465,000  |
| 최저가              | 108,500  | 144,000  | 285,500  |
| 연말 증가            | 186,500  | 292,500  | 378,500  |
| KOSPI지수(연말 기준)   | 2,197.67 | 2,873.47 | 2,977.65 |

|           |                 |
|-----------|-----------------|
| 시가 총액     | 62,092,577 백만 원 |
| 연중 주식 최고가 | 465,000 원       |
| 발행주식 총수   | 164,049,085 주   |
| 현금배당금 총액  | 76,292 백만 원     |

\* 2021년 말 기준

신용등급 (한국신용평가)

AA+

(안정적)

## 사업부문별 영업수익 비중 및 주요 실적<sup>1)</sup>

### 영업수익



6조 8,176억 원

전년 대비 28.5%↑

### 영업이익



1조 3,255억 원

전년 대비 9.0%↑

### 당기순이익



16조 4,776억 원

전년 대비 1,850%↑

### 연간 조정 EBITDA



1조 9,146억 원

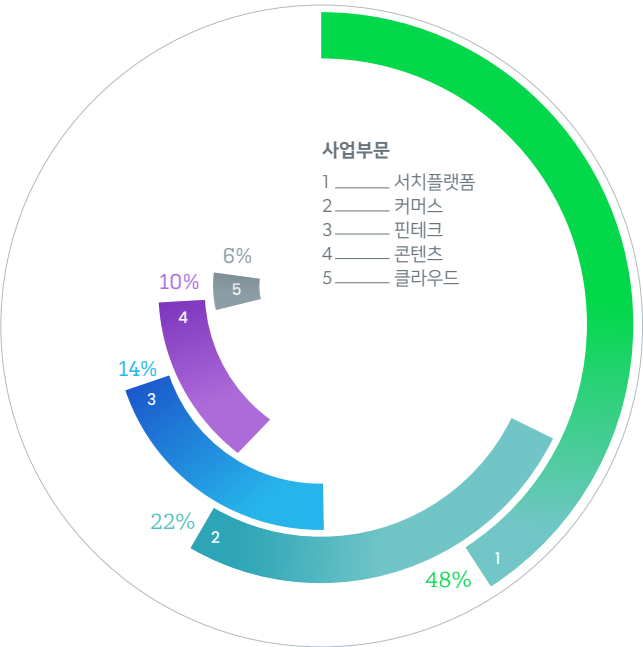
전년 대비 22.2%↑ / 매출액 대비 28.1%

### 자산총계



33조 6,910억 원

전년 대비 98.0%↑



- 1
- 네이버앱 DAU 3천 4백만 명

• 인플루언서 검색 서비스 참여자 수: 18,003명

- 2
- 스마트스토어 수: 49만 개

• 쇼팡라이브 누적 시청뷰: 7.3억 회

- 3
- 네이버페이 누적 결제액: 38.1조 원

• 스마트스토어 누적 사업자대출: 1,300억 원

- 4
- 전 세계 99개국 만화 앱 수익 1위<sup>2)</sup>

• 네이버 스토리텔링 플랫폼 1년 MAU: 1.7억 명

- 5
- 1784 프로젝트 내 아크버스 기반 로봇 인프라 적용

<sup>1)</sup> 2021년 말 기준

<sup>2)</sup> Google Play 기준

# Key Highlights

2021년은 기술 투자, 상생, 수익화의 균형을 맞추며 네이버만의 사업모델을 성공적으로 구축한 한 해였습니다. 모든 사업 영역이 각각의 성장 단계에 맞춰 유의미한 결과를 창출하며 네이버의 경쟁력이 증명되고 있습니다.

| BUSINESS HIGHLIGHTS                | ESG HIGHLIGHTS                        |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| 네이버 생태계 안의 SME                     | 총 에너지 사용 절감량                          |
| 250만명                              | 37,402 MWh                            |
| 네이버 생태계 안의 글로벌 창작자 <sup>1)</sup>   | 1784 프로젝트                             |
| 1,000만명                            | LEED Platinum 획득                      |
| 매출액 대비 연구·개발비 비중 <sup>2)</sup>     | 친환경 패키지 지원                            |
| 24.3%                              | 친환경 봉투 34만장 / 친환경 아이스팩 6만개            |
| 전체 구성원 대비 연구·개발인력 비중 <sup>3)</sup> | AI 윤리 연구성과                            |
| 39.0%                              | NAVER-SAPI AI 1차 리포트 발간 <sup>6)</sup> |
| D2SF 투자 스타트업 수 <sup>4)</sup>       | 공정거래협약 체결 파트너 수                       |
| 85팀                                | 159개사                                 |
| D-커머스 프로그램 참여자 수 <sup>5)</sup>     | 네이버 스퀘어 오프라인 공간 방문자 수 (교육/스튜디오/대관)    |
| 72만명                               | 19,864명                               |
|                                    | 2021년 분수펀드 신규 조성 규모                   |
|                                    | 990억원                                 |

\* 2021년 말 기준  
<sup>1)</sup> 글로벌 왓패드 창작자 포함  
<sup>2)</sup> 연결재무제표 기준  
<sup>3)</sup> 정규직 기준  
<sup>4)</sup> 2015년 론칭 이후, 2021년 말 기준 누적 성과  
<sup>5)</sup> 2018년 론칭 이후, 2021년 말 기준 누적 성과  
<sup>6)</sup> SAPI: SNU AI Policy Initiative(서울대학교 AI 정책 이니셔티브)

## 2021 KEY MILESTONES

MARCH

• 신세계·이마트와 자사주 교환

- 신세계·이마트와 2,500억 원 규모의 자사주 교환을 진행하며 온·오프라인 커머스의 결합을 위한 파트너십을 공고히 했습니다.

MAY

• 초대규모 AI 하이퍼클로바 공개

- 하이퍼클로바(HyperCLOVA)로 더 복잡하고 다양한 문제를 빠르게 해결할 수 있는 기술 기반이 마련되었고, 네이버 클라우드와 연구진들의 협업으로 AI 기술을 표준화된 B2B 서비스로 출시하였습니다.

JUNE

• 왓패드 웹툰 스튜디오 통합 출범

- 네이버는 왓패드 인수로 약 1.7억 명 이상의 사용자를 가진 글로벌 최대의 스토리텔링 플랫폼이 되었습니다. 왓패드 웹툰 스튜디오에서 글로벌 킬러 IP를 발굴하고 있으며, 약 110건의 영상화 프로젝트가 진행 중에 있습니다.

JULY

• NFA 출범

- 스마트스토어의 소상공인들이 데이터 기반 물류 플랫폼 'NFA(Naver Fulfillment Alliance)'를 통해 다양한 물류 데이터 톨과 풀필먼트 서비스를 제공받게 되었습니다.

• 플레이스 광고 출시

- 네이버 검색결과와 네이버 지도 상에서 지역 상점의 노출 기회를 확대하는 중소상공인 맞춤형 플레이스 광고가 출시되었습니다.

AUGUST

• 네이버페이 앱 출시

- 네이버페이 앱은 스마트주문, 오프라인 결제, 포인트/멤버십 적립 등 이용자 편의와 혜택과 함께, 금융정보를 한눈에 볼 수 있는 '내 자산' 서비스를 제공하고 있습니다.

• 카페24와 지분교환을 통한 전략적 제휴

- SME가 독립 쇼핑몰을 쉽게 구축할 수 있도록 도와주는 이커머스 플랫폼 카페24와의 지분 교환으로, 네이버와 카페24의 기술 솔루션을 상호 공유함으로써 SME들의 보다 빠른 성장과 성장 단계별 효율적인 사업운영, 글로벌 진출을 지원할 수 있게 되었습니다.

NOVEMBER

• 에어서치 검색 서비스 시작

- AI 추천기술과 검색을 접목한 네이버 검색 브랜드 '에어서치(AirSearch)'로 이용자는 더 다양한 창작자와 콘텐츠를 만날 수 있게 되었습니다.

DECEMBER

• 메타버스 기술 융합 생태계 아크버스 공개

- 아크버스(ARCVERSE)는 AI, 로봇, 클라우드 기술을 중심으로 현실과 디지털 공간을 연결하는 메타버스 생태계입니다. 네이버 제2사옥과 데이터센터 '각'에 가장 먼저 아크버스 기술을 적용하고 있습니다.

## 서치플랫폼

대한민국 대표 포털 사이트 '네이버'는 지속적인 검색 품질 강화를 위해 노력할 뿐 아니라 이용자, 광고주의 다양한 니즈를 아우르는 상품 라인업을 선보이며 꾸준히 성장하고 있습니다.



2021 사업부문 매출 비중

48.3%

2020년 개편된 사업구조에 따라 검색과 디스플레이 광고가 서치플랫폼으로 통합되었습니다. 검색 부문에서는 광고 품질 개선과 이용자들의 검색 경험을 확대할 수 있는 시도들을 이어갔으며, 이와 같은 노력에 힘입어 네이버의 비즈니스 쿼리는 3개 분기 연속 성장되고 있습니다. 디스플레이 부문에서는 대형, 중소형 광고주 모두의 수요를 충족할 수 있는 다양한 신규 상품을 출시하였으며, 모든 광고주가 네이버 플랫폼 안에서 효율적인 광고 집행이 가능하도록 지원하고 있습니다. 이에, 서치플랫폼 매출액은 전년 대비 17.4% 성장한 3조 2,905억 원을 기록했습니다.



## 차별화된 검색 경험으로의 진화

네이버 검색은 이용자가 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 맞춤형 검색 결과를 제공합니다. 2021년 초 실시간 급상승 검색어 서비스가 종료되었지만, AI 기반의 추천과 매칭 기술로 2021년 검색 이용자 수와 검색어의 다양성이 모두 증가하는 성과가 있었습니다.

새로운 검색 경험을 제공하는 '에어서치(AirSearch)'는 에어스(AiRS), 에이아이템즈(AiTEMS), 에어스페이스(AiRSPACE) 등 콘텐츠·쇼핑·로컬 영역에 다양한 AI 추천기술을 접목한 네이버 검색 브랜드입니다. 에어서치 기반의 검색에서 이용자들은 검색 의도에 맞게 개인화된 검색 결과를 빠르고 정확하게 제공합니다.

에어서치로 선별된 맞춤형 검색 결과는 '스마트블록' 형태로 제공되고 있습니다. 오랫동안 네이버 검색의 가장 차별화된 특징이었던 통합검색이 최신 검색 트렌드에 발맞춘 스마트블록으로 진화하였습니다. 인기 주제별로 콘텐츠를 묶어 한 눈에 검색어 트렌드를 파악할 수 있도록 돕고 추가 검색 편의성을 높였습니다. 스마트블록은 성별 및 연령 등 그룹별로 최적화된 콘텐츠를 제공하고 있으며, 이용자의 피드백을 실시간으로 반영하는 반응형 검색도 추가될 예정입니다. 이후 일본 라인 메신저 내 에어서치 도입을 시작으로, 글로벌 시장에 진출할 계획입니다.

서치플랫폼 사업부  
매출액 및 연 성장률  
(단위: 억 원)

17.4%↑

32,905

28,031

2020

2021

## CASE STORY

## 로컬 SME를 위한 플레이스 광고

네이버는 로컬 SME를 위한 마케팅 톨로 네이버 검색결과와 플레이스 영역과 네이버 지도에 지역 상점을 노출시키는 '플레이스 광고'를 출시했습니다. 플레이스 광고는 이용자가 노출된 광고를 볼 때 광고 비용이 과금되지 않고, 클릭이 일어난 경우에만 과금되기 때문에 SME 입장에서 효율적인 광고 집행이 가능합니다. 2021년 12월 기준 4만 5천여 개의 신규 광고주가 자발적으로 참여하고 있으며, 로컬 사업자들의 긍정적인 반응 속에 빠르게 성장 중입니다. 현재 음식점 관련 키워드 비중이 가장 높지만, 앞으로 의료, 생활 및 레저, 뷰티 등 다양한 카테고리로의 빠른 확장이 기대됩니다. 앞으로도 네이버는 로컬 SME가 부담 없이 집행할 수 있는 광고상품을 확산시키며 SME와 상생하고 함께 성장하는 방안을 모색해 나가겠습니다.

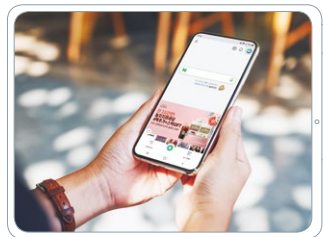


## 하이퍼로컬 시대의 네이버 커뮤니티 서비스

COVID-19 이후 전 연령대에서 네이버 카페 이용이 증가하며 2021년 2,800만 명 수준의 MAU를 기록하였고, 특히 10대 사용자 비율이 2019년 5%에서 2021년 8%로 증가하였습니다. 더 다양한 연령대가 온라인에서 연결되는 공간을 마련하며, 하이퍼로컬 트렌드에 맞게 로컬정보 소비를 활성화하는 커뮤니티 서비스를 구축할 계획입니다. 2021년 10월 개편된 네이버 우리동네판과 카페아웃, 밴드 지역 소모임, 지도를 연계하는 방안을 고려하고 있습니다. 네이버 검색 비즈니스 쿼리의 로컬 비중이 2021년 4분기 전체 비즈니스 쿼리의 40%를 차지한 만큼 로컬 중심의 콘텐츠를 지속 강화하며 검색과 커뮤니티 서비스가 함께 성장하는 방안을 지속적으로 모색하겠습니다.

## 디스플레이 광고 상품 다각화

광고주의 마케팅 목적에 따라 디스플레이 광고 상품으로 성과형 광고와 보장형 광고를 제공하고 있습니다. 성과형 광고는 세밀한 노출 대상 설정이 가능하고 실시간 광고 입찰과 과금 타임 선택으로 광고 효율을 극대화할 수 있는 상품입니다. 성과형 광고는 런칭 이후 꾸준히 수요가 확대되고 있으며, 웹툰, 시리즈, 스노우 등 계열사 서비스로 인벤토리를 확대 중입니다. 보장형 광고 상품 라인업도 확대 중이며, 하반기에는 대형 브랜드의 수요가 높은 동영상 프리미엄 광고를 새로 출시하여 긍정적인 피드백을 받고 있습니다. 지속적인 지면 확대, 다양한 광고주 수요에 대응할 수 있는 신규 상품 출시, 네이버가 보유한 풍부한 쇼핑 데이터 기반의 정교한 타겟팅 서비스를 제공하여 광고 효율을 높인 결과, 디스플레이 매출은 전년 대비 36.9% 증가하며 서치플랫폼 사업부문 매출 성장을 견인하였습니다.



### CASE STORY

## 2022년 다이내믹 광고 출시

이용자 관심사 및 스토어 방문 행동 데이터와 머신러닝 기반 추천기술을 활용한 정교화된 상품을 제공하는 다이내믹 광고가 올해 2월 정식 출시되었습니다. 2021년 12월 베타 테스트를 거쳐 다른 매체 대비 구매전환률이 높음을 확인하였고 테스트 참여 브랜드들은 높은 만족감을 표현했습니다. 올 상반기 내 전 브랜드스토어 대상으로 다이내믹 광고 상품이 출시될 예정이며, 중장기적으로 스마트스토어를 포함하여 커버리지를 확대할 계획입니다.

네이버 앱 DAU  
(2021년 12월 기준)

34,000,000명

## UGC 활성화와 콘텐츠 생산자 지원

네이버는 이용자들에게 품질 높은 콘텐츠를 제공하기 위하여 창작자들에게 다양한 성장 기회를 제공하고 있습니다. 그 중 창작자 검색 서비스 ‘인플루언서 검색’은 오픈 이전 2019년 대비 콘텐츠 생산량과 보상 수준이 2배 이상 성장하였습니다. ‘브랜드커넥트’에서 인플루언서들은 브랜드들과 공식 루트로 매칭되어 전략적 제휴 관계를 맺을 수 있으며, 지난 11월 CJ, 풀무원 등 굴지의 브랜드들의 참여로 인플루언서들이 신규 수익을 창출하고 있습니다. 또한 2021년 말 기준 네이버 블로그에서 MZ세대가 70%의 콘텐츠를 생산하고 있습니다. ‘오늘일기’ 캠페인으로 유입된 블로그 사용자들이 지속적인 일상 기록뿐 아니라 다양한 콘텐츠로 창작 범위를 확장할 수 있도록 지원할 예정입니다. 콘텐츠 창작자들은 네이버 안에서 영향력 있는 창작자로 발돋움한다는 성취감을 갖게 되고 네이버는 창작자에게 적절한 보상을 제공하며 건강한 UGC 생태계를 조성하겠습니다.

# 커머스

네이버는 이용자와 SME, 브랜드들이 건강한 관계를 형성하고 상생할 수 있도록 이커머스 생태계를 조성하고 있으며, 커머스 플랫폼의 지속적인 혁신과 성장동력 마련을 위해 꾸준히 노력할 것입니다.





2021년에도 네이버는 쇼핑 서비스 혁신을 통해 판매자와 이용자 모두에게 새로운 가치를 제공하며 성장을 가속화 하였습니다. 특히 국내 온라인 커머스 시장의 둔화 속에서도, 브랜드스토어, 쇼핑 라이브 등의 서비스 혁신을 통해 네이버 스마트스토어는 시장 성장률을 유익미하게 상회하며 2021년 커머스 매출은 전년 대비 35.4% 성장한 1조 4,751억 원의 매출을 달성하였습니다.



### 쇼핑의 트렌드를 선도하는 쇼핑라이브

지난 2020년 공식 론칭된 쇼핑라이브는 판매자와 이용자 모두의 호응을 강하게 얻으며 이커머스 시장의 트렌드를 강하게 주도하고 있습니다. 4분기 기준 쇼핑라이브는 브랜드 및 SME의 적극적인 참여로 전년 대비 거래액이 4.7배 성장하였으며, 거래액 1억 원 이상의 라이브 수는 전분기 대비 39% 성장하였습니다. 네이버는 향후에도 오리지널 신규 숏폼 콘텐츠 및 쇼핑라이브 시청자 앱을 출시하고 인플루언서와의 연계를 강화하는 등 쇼핑 관련 신규 서비스를 확대하는데 집중할 계획입니다.

### 브랜드와 이용자 간의 교각이 되는 브랜드스토어

브랜드와 이용자를 보다 밀접하게 연결하기 위해 론칭된 브랜드스토어는 출시 1년 반 만에 높은 성과를 달성하고 있습니다. 연말 기준으로 브랜드스토어에는 617개 브랜드가 입점을 완료하였으며, 4분기 기준 거래액은 전년 대비 약 3배가량 성장하며 2021년 총 거래액 1.9조 원을 돌파하였습니다. 한편 브랜드스토어의 쇼핑 라이브 활용, 빠른 배송 제휴뿐만 아니라 고급스러운 브랜드 전시 공간, 공식 판매처 인증 등의 세부 기능을 더하여 브랜드 판매자의 매출, 이용자의 쇼핑 신뢰성 제고에도 적극 기여하고 있습니다. 이러한 서비스에 힘입어 브랜드스토어를 자사몰로 활용하는 상위 브랜드가 증가하고 있어 거래액은 지속적으로 성장할 것으로 전망됩니다.

네이버 쇼핑 주간 방문자

2,000만명↑



### 서비스 혁신과 SME 동반성장을 통한 쇼핑 생태계 강화 노력

네이버는 누구나 쉽고 빠르게 온라인에서 사업을 시작할 수 있도록 지원하는 프로젝트 꽃의 오프라인 거점인 ‘네이버 스퀘어’, 스마트스토어 판매자를 대상으로 판매 데이터를 제공하여 마케팅에 활용 할 수 있도록 지원하는 ‘비즈어드바이저’, AI 기반 상품 추천 시스템 ‘에이아이템즈(AITEMS)’ 등 네이버의 기술과 서비스 역량을 활용해 SME들을 다방면으로 지원해 왔습니다. 이에 스마트스토어 판매자 수는 연말 기준 49만을 기록하였으며 주간 스마트스토어 방문자는 2천만 명 이상으로 꾸준히 성장 중입니다. 빠른정산 서비스는 4분기에 정산 기간이 하루 더 단축되며 글로벌 선도 수준을 유지하고 있으며, 출시 1년여만에 누적 정산 대금 8조 원을 달성하고 참여한 90%에 가까운 셀러들로부터 긍정적인 피드백을 받았습니다. 또한, 1, 2금융권을 아우르는 스마트스토어 사업자대출 취급액은 출시 첫 해인 올해 1,300억 원을 달성했고, 자체 대안신용평가(Alternative Credit Scoring System)를 적용하여 사업자의 대출 조건과 승인 전환율을 모두 개선시키며 온라인 SME들에게 큰 힘이 되고 있습니다.

또한 네이버는 오프라인 SME들이 네이버 서비스를 통해 노출되는 업체 정보를 직접 관리할 수 있는 무료 디지털 플랫폼 ‘스마트플레이스’ 서비스를 제공 중입니다. 2021년 12월 기준 스마트플레이스를 직접 운영, 관리하는 오프라인 사업자 수는 약 208만 개로, 전년 대비 15% 더 많은 사업자들이 스마트플레이스를 이용하고 있습니다. 오프라인 SME들은 스마트플레이스를 통해 별도 웹사이트를 유료로 구축하지 않아도 네이버 통합검색, 스마트어라운드, 지도, 내비게이션 등의 서비스를 통하여 소비자 대상 무료 노출 및 홍보가 가능합니다. 이러한 스마트플레이스의 검색, 지도, 추천 등 서비스 무료 노출에 따른 매출 증대효과는 연간 약 33.2조 원으로 추산되었으며, 비용 절감 효과는

네이버 이커머스 생태계의 선순환 구조



연간 12.9조 원에 달하는 것으로 분석되었습니다. 이에 스마트플레이스는 오프라인 SME 대상 연간 총 46.1조 원의 경제적 가치 창출에 기여하며, 플랫폼과 오프라인 스토어 간 새로운 상생의 길을 펼쳐나가고 있습니다.

네이버는 2021년 7월에 데이터 기반의 풀필먼트 플랫폼, NFA(Naver Fulfillment Alliance)를 출시하였습니다. 이를 통해 기존에 풀필먼트를 활용하지 못했던 많은 소상공인들이 냉동, 냉장 등 전문역량을 갖춘 다수의 풀필먼트 업체로부터 스마트스토어 API 연동 및 AI 기술을 이용한 다양한 물류 데이터 톨과 풀필먼트 서비스를 제공받게 되었습니다. 특히 CJ대한통운과는 네이버 판매자 전용 풀필먼트 규모를 현 수준의 10배 이상인 20만 평으로 확대하여, 전국 당일배송 풀필먼트 체계를 구축하는데 합의했습니다. 이번 협업은 생필품 등 빠른 배송이 중요한 상품에 우선 적용되며 앞으로도 차별화된 물류 역량을 보유한 파트너들과 협력을 확대하여 다양한 상품군을 포괄하는 배송 체계를 완성하겠습니다. 4분기 기준으로 이미 100여 개의 브랜드사가 CJ 물류 풀필먼트를 사용 중이며 2022년에는 빠른 배송을 위한 물류 협업을 더욱 가속화해 나갈 예정입니다. 네이버는 지속적인 커머스 생태계 기반 확장과 함께, 판매자와 이용자 모두 더욱 손쉽게 이용할 수 있는 기술 솔루션을 제공하고, 국내에서의 성공 경험을 바탕으로 글로벌 시장에서의 성장 또한 꾀하겠습니다.

#### CASE STORY

### 커머스솔루션마켓

네이버는 스마트스토어로 창업에 도전한 SME들이 신기술이 적용된 솔루션을 직접 활용해 사업 스케일업을 이룰 수 있도록 지원합니다. 그 일환으로, 네이버는 판매자들이 사업의 각 단계의 어려움을 해결할 수 있는 솔루션을 모아서 제공하는 ‘커머스솔루션마켓’을 2022년 1월에 정식 오픈하였습니다. 판매자들은 커머스솔루션마켓을 통해 AI 기술과 데이터 분석이 적용된 고도화된 솔루션을 스마트스토어에 적용하고 관리함으로써, 사업을 더욱 손쉽고 체계적으로 운영할 수 있습니다. 예를 들어, 커머스솔루션마켓의 ‘클로바 메시지마케팅’ 솔루션을 활용하면, 판매자는 타겟 고객에게 스토어의 소식과 혜택을 알려 마케팅 효율을 높일 수 있습니다. 또한 자주 들어오는 고객 문의를 분석해 1:1 개인화 답변을 생성하는 ‘클로바 라이브챗’ 솔루션은 바쁜 판매자들의 시간과 노력을 아껴 사업을 더욱 효율적으로 관리할 수 있도록 돕고 있습니다. 커머스솔루션마켓은 먼저 10여 개의 기술 솔루션으로 베타 서비스를 시작하였으며, 향후 상품관리, 마케팅, 주문/결제, 배송/물류, 고객관리 등 스토어 운영의 각 단계에서 사업 효율을 높여줄 수 있는 기술 스타트업들의 다양한 솔루션들이 순차적으로 등록될 예정입니다. 네이버는 이커머스 시장 내의 SME들이 자금이나 사업규모의 제약 없이 손쉽게 첨단 기술을 활용해 스마트한 온라인 비즈니스를 영위할 수 있도록 지속적으로 도울 것입니다.

네이버 멤버십 누적 가입자 수

600만명↑



### 이용자 혜택 및 편의 강화

지난 2020년 네이버는 이용자 혜택 강화를 위해 ‘네이버플러스 멤버십’을 도입하였습니다. 네이버플러스 멤버십은 서비스 론칭 1년 6개월 만에 600만 가입자를 달성하였으며, 멤버십 가입 이후 Lock-In 효과로 이용 규모에 관계없이 사용자들의 인당 결제금액과 활동성도 지속적으로 증가 중입니다. 실제로 멤버십 회원의 네이버 페이 인당 거래액은 일반 회원보다 약 2배 이상 높으며, 쇼핑/페이/콘텐츠를 더욱 적극적으로 이용하는 경향을 보였습니다. 또한 이용자들의 다양한 구매방식을 지원하기 위하여 출시된 정기구독 솔루션은 출시 6개월 만에 누적 이용자가 6배 이상 증가하며 이용자의 쇼핑 편의를 한층 향상시키고 있습니다.

커머스 사업부 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)

35.4%↑



10,897

14,751

2020

2021

## 핀테크

그 어떤 분야보다 유의미한 혁신과 새로운 성장이 기대되는 핀테크 시장에서, 앞선 기술과 양질의 데이터 그리고 상생의 철학을 기반으로 디지털 금융의 새로운 장을 열겠습니다.



2021 사업부문 매출 비중



핀테크는 전통적인 금융 서비스에 신기술 적용을 통해 이용자 혜택과 서비스 편의성을 강화시켜 혁신적 개선을 이뤄낼 수 있는 분야입니다. 네이버의 핀테크 사업은 페이 서비스 및 디지털 금융 관련 매출로 구성되어 있습니다. 2021년 네이버페이 결제액은 지속적인 고성장세를 보였으며, SME들을 위한 핀테크 서비스는 안정적으로 제공되었습니다. 이에 네이버는 핀테크 부문에서 전년 대비 44.5% 증가한 9,790억 원의 매출을 달성하였습니다.



### 페이 서비스의 지속적인 성장

2021년 연간 네이버 페이 결제액은 38.1조 원을 달성하며, 전년 대비 36%가량 성장하였습니다. 이는 외부 온·오프라인 제휴처 확장, 네이버 멤버십과 통장을 기반으로 이용자 활동성이 개선된 데에 기인한 결과입니다. 특히 4분기 알리익스프레스, 구글 앱스토어와 같은 대형 글로벌 가맹점이 신규 추가되었으며, 외부 제휴물 수는 전분기 대비 1천 5백여 개가 증가한 7만 3천 개를 달성하였습니다. 이에 전체 온·오프라인 가맹점은 전분기 대비 7만 개가 증가하여 215만 개를 보유 중입니다.

더불어 네이버 페이는 이용자의 결제 편의를 증진하는 데에도 주력하고 있습니다. 8월에는 네이버페이 앱을 출시하였으며, 이용자는 포인트 충전 및 카드 기반 QR 코드 활용으로 더욱 즉각적이고 편리한 오프라인 결제 시스템을 경험할 수 있게 되었습니다. 또한, '네이버주문', '간편 송금', '자산 조회' 등 이용자 편의를 고려한 다양한 기능을 탑재함으로써 네이버페이 앱은 출시 직후부터 시장의 큰 호응을 얻고 2021년 말 기준 현장결제 40% 이상을 차지하고 있습니다. 2분기에 신규로 출시된 후불결제 서비스 또한 초기 베타 테스트에서 대상 구매자들로부터 양호한 결과를 확인하였고, 지속적으로 사용자를 확대해 나갈 계획입니다. 향후에도 네이버페이는 이용자 편의 확대를 위해 신규 기능이 지속 업데이트될 예정입니다.

미래에도 네이버페이의 사용자 인지도 확대 및 서비스 편의성 제고는 네이버파이낸셜 사업부의 중요한 과제가 될 것입니다. 이에 네이버페이는 앞으로도 포인트 혜택 확대, 편리한 커머스 연계 및 온·오프라인 결제처 확대 등을 통해 신규 이용자를 확보하고 유지해 나갈 계획입니다.

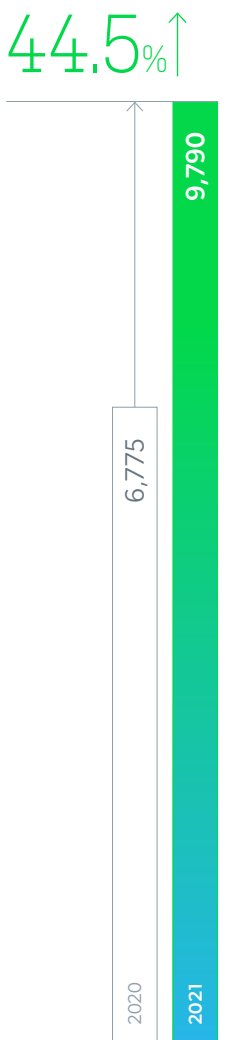
### SME를 위한 상생 핀테크 확대

네이버파이낸셜은 앞선 기술력과 데이터를 활용하여, 기존 금융기관들이 아우르지 못했던 네이버 생태계 내의 SME, 신파일러 등 금융 소외계층을 지원하며 포용적 금융환경을 만드는 것을 목표로 합니다.

이러한 방향성 하에서, 2020년 연말 '가장 빠른 정산 서비스'와 '스마트스토어 사업자대출'을 정식 출시하였으며, 2021년 4월에는 후불결제 서비스의 베타테스트를 시작하며 판매에서 구매까지의 전체 결제 흐름과 밀접하게 연계된 핀테크 서비스 포트폴리오의 완성도를 높여 나가고 있습니다. 특히 미래에셋캐피탈과 연계하여 출시한 대안신용평가시스템 기반 스마트스토어 사업자 대출상품은 출시 이후 불과 1년여 만에 높은 호응을 얻고 있습니다. 스마트스토어 사업자 대출의 누적 취급액은 2022년 1월 기준 1,300억 원을 달성하였으며, 대출을 받은 사업자의 60%는 MZ세대, 30%는 스토어 개설 1년 미만인 초기 사업자로서, 온라인 SME의 금융 사다리 역할을 충실히 수행 중입니다. 이 외에도 전 세계에서 가장 빠른 네이버의 정산 서비스는 집화 완료 후 다음날 정산이 가능하도록 추가 개편됨으로써, 지속적인 개선을 도모하고 있습니다. 이러한 SME를 위한 네이버의 상생 핀테크 확대 노력은 스마트스토어 내의 SME의 성장을 이끌고, 나아가 네이버 쇼핑과 페이의 성장으로 이어질 것이며, 이를 통해 누적된 데이터가 다시 네이버의 경쟁력이 되는 선순환 구조를 이룰 것으로 기대합니다.

네이버페이 전체 온·오프라인 가맹점 수

핀테크 사업부 매출액 및  
연 성장률  
(단위: 억 원)



## 콘텐츠

창작자의 혁신으로 태어난 콘텐츠는 네이버의 소중한 자산입니다. 콘텐츠의 가치가 꽃을 피울 수 있도록 사업을 확장하며 글로벌로 도약하겠습니다.



2021 사업부문 매출 비중



웹툰, 스노우, V LIVE, 뮤직은 창작자의 콘텐츠를 공유하고 이용자의 자유로운 콘텐츠 소비를 지원하는 서비스로 2021년 한 해 높은 사업 확장 가능성을 보여주었습니다. 네이버웹툰은 2021년 글로벌 연간 거래액 1조 원을 돌파하였고 슈퍼 IP(지적재산권)를 활용한 오리지널 및 크로스보더 콘텐츠 사업도 성과를 보이고 있습니다. 웹툰과 제페토를 필두로 한 스노우의 선전으로 전년 대비 50.6% 성장한 6,929억 원의 매출을 달성했습니다. 수익모델 개선, 다양한 인수 합병과 파트너십을 통해 성장 동력을 갖추어 나가며 글로벌 시장에서 콘텐츠 사업의 가치를 재평가 받을 것입니다.



### 글로벌 선두의 스토리텔링 플랫폼

네이버 웹툰은 6백만 명의 창작자와 1.7억 명의 충성 이용자를 확보한 글로벌 1위 스토리텔링 플랫폼입니다. 2021년 5월 네이버는 글로벌 웹소설 플랫폼 '왓패드' 인수를 완료하며 웹툰과 웹소설 플랫폼을 결합하였고, 이어서 국내 1위 판타지 무협 전문 웹소설 플랫폼 '문피아'와 '이북재팬'을 인수하며, 6백만 명의 창작자를 기반으로 IP를 확보하고 다양한 장르의 콘텐츠를 유통하고 있습니다. 슈퍼캐스팅 프로젝트를 통해, DC코믹스의 '배트맨'과 하이브의 오리지널 스토리 웹툰 '7FATES: CHAKHO'가 좋은 성과를 기록하였고, 웹툰과 영상으로 동시 기획되며 스튜디오N에서 공동 제작한 '그해 우리는'도 흥행에 성공하였습니다. 웹툰 결제 사용자 전환 비율이 높아지고 크로스보딩 콘텐츠가 증가하며, 2021년 웹툰 매출 성장률은 67%를 기록하며 거래액 대비 빠른 성장세를 보이고 있습니다. 2022년에도 글로벌 디지털 웹툰 시장에 지속 투자하며 거래액을 확대하고, 통합 10억 건 이상의 원천 IP와 1천 억 펀드 조성을 통해 IP 사업 수익성을 개선하며, 글로벌 스토리텔링 플랫폼의 경제 규모를 확대해 나갈 것입니다.

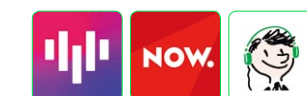


### MZ세대 서비스 리더 제페토와 크림

아시아를 선도하는 메타버스 플랫폼 '제페토'와 카메라 앱 '스노우', 'B612', '푸디', 영상편집 앱 'VITA', 영어회화 앱 'Cake', 한정판 거래 플랫폼 '크림(KREAM)' 등 스노우는 글로벌 MZ세대의 문화를 선도하는 혁신적 서비스를 제공합니다. 2021년에는 모든 사업 부분의 고른 성장으로 매출이 전년 대비 2배 이상 성장하는 성과를 거뒀습니다. 특히 제페토는 3억 명의 가입자를 확보하고 DIOR, 삼성, 구찌, NARS, CU 등 다양한 분야의 브랜드와 협업하며 전년 대비 MAU가 57%, 매출이 189% 성장하였습니다.

최근 제페토를 운영하는 네이버제트는 소프트뱅크를 포함한 글로벌 파트너들로부터 2,200억 원 규모의 투자를 유치하여 글로벌로의 외연 확대를 위한 발판을 마련하였습니다. 2022년에는 창작자 생태계 강화를 위해 크리에이터 펀드를 조성하고 다양한 기능을 추가하며 사용자가 참여할 수 있는 플랫폼으로 발전할 예정입니다.

크림은 2021년 1월 분사한 이후 가입자 수 200만 명 이상, 월 거래액이 1,000억 원을 돌파하는 등 가장 빠르게 성장하는 C2C 마켓 리더로 급부상하였습니다. MZ세대를 주축으로 확산되고 있는 한정판 소비와 리셀 트렌드를 캐치하여 하이엔드 럭셔리 브랜드와의 전략적 제휴를 강화하는 등 사업 다각화를 진행 중입니다. 크림은 서비스 시작 1년반 만에 스니커즈 리셀 시장 1위 지위를 확보하며 1,000억 원 규모의 투자 또한 유치했고, 2022년에는 수익화 확대와 글로벌 투자를 확대하며 플랫폼 경쟁력 강화에 힘쓰고자 합니다.

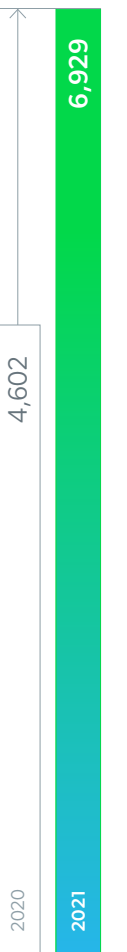


### 시청각 콘텐츠를 제공하는 엔터테인먼트 브랜드

네이버는 VIBE로 신개념 뮤직 서비스를 제공하며 음악 유통계에서 새로운 시장을 개척하고 있습니다. 오디오 탭을 신설하여 이용자가 음악뿐 아니라 오디오무비와 같은 새로운 음성 콘텐츠 장르를 감상할 수 있도록 서비스를 개편했습니다. 2021년 8월에는 실시간 음성 대화를 나누며 함께 음악을 들을 수 있는 기능인 '파티룸'을 선보이며, One-stop 오디오 라이프스타일 서비스로 진화 중입니다. NOW는 K-pop 아티스트들의 컴백쇼, 올림픽 특집, 락 페스티벌 생중계, 스페셜 예능쇼, 경제 전문 토크쇼, 연극 토크쇼 등 다양한 신규 콘텐츠 포맷을 선보여 연평균 MAU와 DAU가 전년 대비 50% 이상 증가하는 성과를 거두었습니다. 향후 아티스트와의 콜라보 확대를 통한 콘텐츠 강화, NOW와 네이버TV 통합 앱 출시를 통해 글로벌 대상으로 서비스를 확대해 나갈 계획입니다.

콘텐츠 사업부 매출액 및  
연 성장률  
(단위: 억 원)

**50.6%**↑





# 클라우드

앞선 기술력과 방대한 데이터, 트래픽 처리 경험을 기반으로  
기업고객의 성장을 지원하며 혁신적인 B2B 서비스의  
지평을 열어가겠습니다.



2021 사업부문 매출 비중

5.6%

COVID-19 사태의 장기화로 인한 영향은 근무·학업 환경까지 변화시켰습니다. 이러한 흐름에 힘입어 클라우드, 네이버웍스, 클로바 등 네이버의 기업형 서비스는 2021년에도 꾸준히 성장하였습니다. 또한 AI, Robot, Cloud 등 네이버의 앞선 기술력은 메타버스 기술 융합 생태계 '아크버스'로 발전되기도 하였습니다. 이러한 결과로 네이버 클라우드 분야 매출은 전년 대비 38.9% 증가한 3,800억원을 기록하였습니다.



## 국내 클라우드 시장 고객기반 및 시장 확대

네이버클라우드는 오랜 시간을 거쳐 네이버 내부에서 표준화된 인프라, 개발 도구, 서비스들이 기업 고객들에게 제공될 수 있도록 다듬어진 B2B 상품의 집합입니다. 2020년 10월, 네이버비즈니스플랫폼(NBP)이 네이버 내의 기업용 비즈니스 역량을 통합해 '네이버클라우드'로 새롭게 출범함에 따라 클라우드 기반의 B2B 원스톱 서비스 제공이 가능해졌습니다. 네이버/라인웍스의 비즈니스 협업 솔루션과 클로바의 AI 기술 등 네이버의 차별화된 기술과 서비스들이 클라우드 상에서 상품화되고 개선되는 중이며 글로벌 수준의 경쟁력을 갖추기 위해 노력하고 있습니다. 특히 네이버클라우드만의 장점인 신속한 고객 지원 및 클라우드화된 네이버 서비스들을 기반으로 국내에서 입지를 넓혀가고 있습니다. 또한 원격교육, 스마트시티 프로젝트 등의 공공 영역과 강한 클라우드 전환 의지를 밝히고 있는 금융기관 및 의료기관 등에서 네이버 클라우드에 대한 호응도가 높아지고 있습니다. 2021년에는 안암 고려대학교병원의 정밀의료 병원정보 시스템의 클라우드 전환을 지원하며 세계 최초로 1,000병상 이상의 대형병원에 클라우드 시스템을 공급하였고, NH농협은행의 퍼블릭 클라우드 표준 사업자로 선정되며 제1금융권 대상의 클라우드 전환을 담당하게 되었습니다.



## 글로벌 대표 기업용 협업 플랫폼, 네이버웍스

네이버의 자회사 워크모바일은 네이버클라우드의 글로벌 인프라를 활용하여 최고 수준의 네트워크 품질을 보장하는 업무용 협업도구 라인웍스/네이버웍스를 제공하고 있습니다. 쉬운 사용성, 빠르고 편리한 현장과의 소통, 모바일에 최적화된 기능 등의 경쟁력을 기반으로 전세계 10만 고객사와 함께하며 글로벌 시장에서 성장하고 있습니다.

또한 네이버웍스는 글로벌 시장에서 검증받은 높은 인지도와 기술력을 바탕으로 본격적으로 국내 시장에도 진출하고 있습니다. 네이버 클라우드와의 높은 호환성과 모바일 앱만으로도 많은 업무가 가능한 쉬운 사용성을 바탕으로 국내 시장에서도 입지를 확장해 나갈 것입니다.



## 새로운 기술을 선도하는 클로바

네이버 클로바는 음성·이미지 인식, 인공지능경망 번역, 대화형 엔진 등 앞선 기술들이 집결된 통합 AI 플랫폼입니다. 독자적으로 개발한 AI 기술을 통해 세상에 없던 새로운 서비스, 제품을 만들어가고 있습니다. 더빙 상품과 AI Call 솔루션, 문서 감정 및 요약, 디지털 전환이 가능한 OCR, 그리고 챗봇 상품을 지속 고도화하고 있으며, 얼굴인식으로 온·오프라인 신분인식을 돕는 Facesign, 개인화 쇼핑 추천 서비스 AiTems 클라우드 상품을 출시하였습니다.

2021년 네이버가 국내 기업 최초로 자체 개발한 초대규모 AI인 하이퍼클로바<sup>1)</sup>는 본격적으로 검색 서비스에 도입되고 있으며, 기업을 대상으로 한 AI 상품으로 확대해 나갈 것입니다. 하이퍼클로바 기반의 뛰어난 음성인식 기술을 바탕으로 출시된 클로바노트는 2021년 말 기준 150만 다운로드를 기록하며 높은 호응을 얻었습니다. 이처럼 네이버는 국내 최고 수준의<sup>2)</sup> 연구진들과, 국내 최대 역량을 가진 클라우드 사업부의 결합을 통해 네이버의 기술을 표준화된 상품으로 출시하고 기업 고객들을 유치해 나가고 있습니다. 인공지능을 활용해 네이버 서비스 수준을 끌어올리는 데에서 더 나아가, AI 자체로 사업이 되고 가치를 만들어낼 수 있다는 점을 입증해 나가겠습니다.

<sup>1)</sup> AI 모델의 크기를 나타내는 파라미터의 수가 높아질수록 AI는 더욱 많은 문제를 해결할 수 있게 됨. 통상적으로 10~100B (100억~1,000억)개 파라미터수를 갖춘 모델을 초거대 내지는 초대규모로 지칭하며, 네이버 하이퍼클로바는 2048(2,040억)개 파라미터(매개변수) 규모로 개발됨

<sup>2)</sup> 2022년 1월 세계 최고 권위 머신러닝(ML, Machine Learning) 학회 'ICLR(표현 학습 국제 학회)' 2022'에서 네이버 클로바가 12개, 네이버랩스유림(NLE)과 라인 포함 시, 총 17개의 논문이 채택됨. 국내 기업이 최고 수준의 머신러닝 학회에서 두 자릿수 논문을 발표하는 것은 네이버가 최초 사례임

클라우드 사업부 매출액  
및 연 성장률  
(단위: 억 원)

38.9%↑





네이버의 건전하고 투명한 지배구조는 네이버가 기술 플랫폼으로서 이해관계자와 더불어 지속가능한 성장을 이룰 수 있는 근간입니다. 네이버는 견제와 균형이 조화를 이루는 선진 기업지배구조를 기반으로, 주주를 비롯하여 이용자, SME, 창작자, 구성원, 협력사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와의 끊임없이 소통함으로써 올바른 관계를 형성하여, 네이버가 전하는 긍정적 파장을 확대해 나가고 있습니다. 나아가 신뢰받는 기업으로서 바르게 성장하기 위해 노력합니다.

# CORPORATE GOVERNANCE

네이버의 건전하고 투명한 지배구조는 이해관계자와 더불어 지속가능한 성장을 이끕니다. 네이버는 견제와 균형이 조화롭게 작동하도록 주주를 비롯하여 이용자, SME, 정부, 사회 등 다양한 이해관계자와의 끊임없는 소통을 통해 네이버가 전하는 긍정적 파장이 사회 곳곳에 나아가 신뢰받는 기업으로 자리매김할 수 있도록 노력합니다.

GOVERNANCE

033  
주주

035  
경영진

038  
이사회

RISK & OPPORTUNITY

044  
리스크 및 기회

048  
기업윤리 및 컴플라이언스 체계





## GOVERNANCE

## MANAGEMENT APPROACH

다양한 이해관계자 사이에서 기업이 지배구조에 대한 정보를 투명하게 공개해야 한다는 요구가 확산되고 있습니다. 지배구조 공시는 이사회와 경영진이 갖고 있는 비전을 이행하는 거버넌스 체계에 대한 이해도를 높이고, 기업의 의사결정에 대한 예측 가능성을 높이기 때문입니다. 특히, 주주는 주주권 행사에 필요한 정보를 시의적절하게 제공받을 권리를 보장받아야 하며, 기업은 주주를 비롯한 이해관계자들의 정보 접근을 지원하고 적극적으로 소통할 필요가 있습니다.

네이버는 매년 기업지배구조 보고서를 발간하고 ESG 정보공시 내 지배구조 부문 공시를 강화하며, 지배구조 선진화를 위한 네이버의 실천과 성과를 투명하게 소통하고 있습니다. 또한, 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자들과 소통하고, 주주가치 향상과 이사회 구조 개선을 위해 꾸준히 노력한 결과, 2020년에 이어 2021년 한국기업지배구조원(KCGS)의 지배구조 평가에서 A+ 등급을 받았습니다. 네이버는 신규 선임된 경영진의 리더십과 이사회와 관리감독 하에, 글로벌에서 신뢰를 얻는 지배구조를 확립해 나가겠습니다.

## KEY PERFORMANCE



신규 경영진 선임



주주총회 전자투표제 도입



이사회 ESG 전문성 강화

## 주주

네이버는 기업이 성장하면서 주주의 이익도 함께 증진될 수 있도록 주주친화적 경영을 하고 있습니다. 적극적인 소통과 투명한 정보공시로 주주에게 신뢰받는 기업이 되기 위해 노력하겠습니다.

## 주식 및 자본구조

네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 외국인 주주가 주주 구성의 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. 2021년 12월 말 기준 네이버의 발행주식수는 164,049,085주, 자기주식수는 14,750,130주로 의결권 행사 가능 주식수는 발행주식 대비 91.01%인 149,298,955주입니다.

## 주주 구성

(단위: %)



\* 2021년 말 기준

<sup>1)</sup> 주주 참고 사항: 네이버는 콘텐츠 역량 강화를 위한 왓패드 인수, 커머스 역량 강화를 위한 카페24 지분 취득과 주주가치 제고를 위한 자기주식 소각 등으로 자기주식 2,054,230주를 처분 및 소각하였습니다.

- 외국인
- 국내기관
- 최대주주 (국민연금공단)
- 이해진
- 자기주식<sup>1)</sup>
- 개인(국내) 및 기타법인

## 주식의 종류 및 의결권

(단위: 주)

| 구분                | 주식의 종류 | 주식 수        | 비고   |
|-------------------|--------|-------------|------|
| 발행주식총수            | 보통주    | 164,049,085 | -    |
|                   | 종류주식   | -           | -    |
| 의결권 없는 주식수        | 보통주    | 14,750,130  | 자기주식 |
|                   | 종류주식   | -           | -    |
| 의결권을 행사할 수 있는 주식수 | 보통주    | 149,298,955 | -    |
|                   | 종류주식   | -           | -    |

## 주식 동향

(단위: 원)

|                  | 2019       | 2020       | 2021       |
|------------------|------------|------------|------------|
| 최고가              | 186,500    | 339,000    | 465,000    |
| 최저가              | 108,500    | 144,000    | 285,500    |
| 연말 종가            | 186,500    | 292,500    | 378,500    |
| KOSPI 지수 (연말 기준) | 2,197.67   | 2,873.47   | 2,977.65   |
| 시가 총액 (단위: 백만 원) | 30,737,698 | 48,046,995 | 62,092,547 |



## Investor Relations

네이버는 체계적이고 적극적인 IR 정책을 기반으로 다양한 채널을 통해 주주 및 투자자와 소통함으로써 주주 가치를 높이고 시장의 신뢰를 얻기 위해 노력하고 있습니다. 주주들이 쉽게 관련 정보를 얻을 수 있도록 홈페이지 내 별도 IR 페이지를 한글과 영문으로 운영하고 있으며, 주주총회 시 영업보고서, 정관, 감사보고서를 함께 발간하여 투자자들이 보다 정확한 정보를 바탕으로 의사 결정을 진행할 수 있도록 돕고 있습니다. 또한, 국내외 증권사가 주최하는 Corporate Day·Conference 참가, 국내외 NDR 진행 등 수시로 투자자들과 소통하는 자리를 마련하고 있으며, 필요 시 최고 경영진과 이사진이 투자자와 직접 미팅을 진행하고 있습니다. 아울러 네이버 홈페이지에 IR 행사의 발표 자료를 수시 공개하여 최신 IR 자료에 대한 접근성을 높이고 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 가감없이 직접 청취하고, 이를 이사회에 적극적으로 반영하여 더욱 혁신적이고 주주 친화적인 운영이 될 수 있도록 다양한 방안을 검토할 예정입니다.

## 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 제도와 전자위임장을 도입하였으며, 의결권 대리행사 권유 공시 첨부를 통해 위임장 양식을 배포하고, COVID-19 상황을 감안한 온라인 생중계를 진행하여, 주주들이 손쉽게 의결권을 행사할 수 있도록 조치하고 있습니다. 또한 네이버는 2021년과 2022년에 주주 편의를 위해 주주총회를 집중일에 개최하지 않았고, 기업지배구조 모범규준에서 제시하는 '주주총회 4주 전 통지'를 준수하고 있습니다.

## 주주환원 정책

네이버는 주주환원 규모의 예측 가능성과 투명성을 높이기 위해 2019년부터 2021년까지 3개년 간의 주주환원 정책을 수립하여 공시하였으며, 주주환원 정책의 일환으로 매해 현금배당 및 자사주매입을 실시하고 있습니다. 또한, 주주환원의 재원은 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 2021년 네이버는 재원 1,621억 원을 확보하였으며, 이 중 별도 당기순이익의 5%에 해당되는 763억 원을 배당으로 지급하였습니다. 당기순이익 증가에 따라 총 배당규모가 전년 대비 29% 상향되어, 역대 가장 높은 배당총액을 달성했습니다.

배당 이후 잔여 재원 858억 원을 한도로 자사주를 취득해 2022년 말까지 소각할 예정 입니다. 2019년과 2020년에 평년 수준의 총 환원액을 유지하기 위해 기보유 자사주 추가 소각을 진행하였으나, 2021년 주주환원 재원의 확대로 추가 소각은 필요하지 않았습니다.

<sup>1)</sup> 연결 잉여현금흐름은 당해 연결기준 영업이익에 비현금성지출 항목(유무형 감가상각비, 대손상각비, 퇴직급여비용지급액, 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.

| 배당금                 |           |           |           |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
|                     | 2019      | 2020      | 2021      |
| 당기순이익 (별도 기준, 백만 원) | 1,092,525 | 1,196,925 | 1,524,755 |
| 현금배당금 총액 (백만 원)     | 54,688    | 59,279    | 76,292    |
| 주당 현금배당금 (원)        | 376       | 402       | 511       |
| 배당 성향 (별도 기준, %)    | 5.0       | 5.0       | 5.0       |



네이버 투자정보

# 경영진

네이버는 새로운 경영진의 리더십 아래, 다양한 사업들의 더욱 든든한 글로벌 전진 기지로서 역할을 다할 수 있도록 혁신하고 소통하겠습니다.

## 경영진 구성 및 승계

네이버 이사회는 국내외 파트너들과의 시너지 형성, 사업 간 협력과 전략적 포트폴리오 재편, 신규 사업에 대한 인큐베이팅을 성공적으로 수행해야 한다는 목표 아래, 차기 경영진에 요구되는 역할과 자격 요건을 정립하고 역량과 자질을 갖춘 후보를 추천 및 검증했습니다. 네이버의 글로벌 경영에 속도를 내고 조직체계를 개편할 경영진으로 2021년 11월 신규 CEO와 CFO 내정이 이사회에서 승인되었고, 2022년 3월 정기주주총회에서 CEO가 선임되었습니다. 신규 CEO와 CFO는 국내외에서 M&A, 투자에 대한 전문성을 축적해왔고 네이버의 글로벌 사업을 확장하고 빅딜을 주도해온 경험을 바탕으로, 네이버의 기업 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다. 또한, 네이버의 커뮤니케이션과 경영지원 업무를 총괄해온 CCO가 정기주주총회에서 사내이사로 선임되어, 네이버의 대외정책을 수립하고 ESG 책임 경영에 주력할 예정 입니다.

네이버 경영진의 원활한 경영승계를 위하여 이사회 에서 신임 경영진이 내정된 이후 4개월 간 신임 경영진이 참여하는 NAVER Transition TF가 운영되었습니다. NAVER Transition TF에서는 TECH위원회, 기획자성장 위원회 등 직군별 전문가로 구성된 위원회를 구성하여 전문가와 차기 리더십 간 네트워킹의 단초를 마련하였고, 구성원 82명을 10개 그룹으로 구성해 의견을 청취하고 조직문화와 조직의 방향성을 점검 및 논의하는 자리를 가졌습니다. 또한, 신임 경영진을 대상으로 최고경영자로서 수행해야 할 대외/대내적 역할 및 글로벌 역량, 기업의 사회적 책임에 대한 이해를 높이기 위한 맞춤형 교육이 실시되었고, 이외에도 임원 리더십 코칭, 리더클래스, 리더 코드데이 등 리더십 향상을 위한 교육 및 교류 프로젝트가 제공되었습니다.

## 경영진 성과평가 및 보상

네이버 경영진은 이사회 내 리더십&보상위원회에서 설정한 중장기 목표와 당해연도 목표 및 추진과제를 근거로 하여 종합적으로 성과 평가를 받습니다. 네이버는 다양한 사업 영역으로의 확장이 가속화되고 있는 가운데 사업단위의 비전이 경영진의 경영 목표에 반영될 수 있도록, 사업단위별 KPI가 수립된 이후 경영진의 성과평가 기준을 설정하고 있습니다. 성과보수는 단기 성과에 대한 Target 인센티브와 중장기 성과에 대한 주식매수선택권으로 구성되어 있습니다. Target 인센티브는 연초 결정된 기본급의 최대 150% 내에서 개인별 업무의 중요도와 난이도를 고려하여 Target 금액이 설정된 후, 연말 조직 및 개인의 성과에 따라 Target 금액의 50~150% 내에서 지급 규모가 확정됩니다. 주식매수선택권(Stock Option)은 리더십&보상위원회에서 부여 규모가 제안되었고, 대표이사 포함 임원진에 주식매수선택권이 부여되었습니다. 2021년 부여된 주식 매수선택권은 부여일로부터 2년 또는 3년 이상 재직한 경우 행사 가능하고 만기 5년으로 설정되어 장기적인 기업가치 상승에 부합한 경영활동을 장려하고 있습니다.

네이버는 ESG 경영 강화를 사내이사의 단기 및 중장기 목표로 설정하여, 사내이사가 기업 성장에 영향을 미치는 비재무적 요소를 관리하고, 다양한 이해관계자로부터 수렴된 ESG 경영 수요가 사내이사 성과평가에 반영될 수 있도록 하고 있습니다. 기업의 중장기 목표 중 하나인 ‘ESG 기반 경영체계 구축을 통한 장기적 기업가치 제고’에 대응되는 2021년 목표 및 추진과제를 사내이사별로 부여하고, 목표 달성에 대한 평가를 사내이사의 보수 규모 산정에 반영하고 있습니다. 이사회 산하 리더십&보상위원회는 2021년 사내이사가 ESG 기반 기업가치 제고를 위한 단기 과제를 이행하였다 평가하고, 과제 이행에 대한 사내이사의 개별 역할 및 기여도를 상여 지급에 반영 했습니다.



최수연 CEO

CEO는 네이버 기업 철학 및 IT 플랫폼업에 대한 이해와 이해관계 조율 및 문제해결 능력을 바탕으로 네이버의 건강한 조직 문화 형성과 차세대 성장기로의 도약을 성공적으로 이끌수 있는 리더로 평가되었습니다.

- 1981년생
- 서울대 공과대학 졸업, Harvard Law School, LL.M
- 2005 네이버(당시 NHN) 커뮤니케이션, 마케팅
- 2012 연세대 법학전문대학원 석사  
법무법인 율촌 변호사
- 2019 네이버 글로벌사업지원 책임리더

김남선 CFO

CFO는 왓패드 인수, 신세계·이마트 지분교환 등 네이버의 빅딜을 주도하였으며, 글로벌 금융 전문가로서 네이버의 글로벌 경영 체계를 강화할 수 있는 책임자로 평가되었습니다.

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



사내이사 보수 산정<sup>1)</sup>

|      |              |                                                                      |
|------|--------------|----------------------------------------------------------------------|
| 근로소득 | 급여           | 개인의 역할 및 수행 직무의 가치 고려하여 리더십&보상위원회 결정                                 |
|      | 상여           | 단기 성과<br>Target 인센티브: 계량지표(영업수익, EBITDA)와 비계량 지표 기준으로 리더십&보상위원회에서 결정 |
|      | 주식매수선택권 행사이익 | 중장기 성과<br>주식매수선택권: 이사회에서 승인된 자원 내에서 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 지급    |
|      | 기타 근로소득      | 복리후생 기준에 따라 지급                                                       |
| 퇴직소득 |              | 임원 등에 대한 인사규정 및 임원 퇴직금 지급규정 근거하여 지급                                  |

<sup>1)</sup> 2021년도 대표이사 기타소득 지급 내역은 없음

경영진 ESG 성과에 대한 KPI 반영 현황<sup>1)</sup>

| 직위   | 2021년 목표 및 추진 과제                                | 리더십&보상위원회 평가 결과                                                                                                |
|------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 대표이사 | 1. 친환경 쇼핑 생태계 조성                                | • CJ대한통운, 풀필먼트 제휴사와 친환경 포장재 도입으로 연간 1,750톤의 비닐 사용량 감축<br>• 전통시장에 약 34만 개의 친환경 포장재 지원 및 스마스스토어 상품의 ESG 인증 정보 연동 |
|      | 2. 서비스/디자인 인력의 성장체계 마련 및 물입 지원                  | • 업무 본질에 집중할 수 있도록 Service & Business 직군 통합 체계 운영<br>• 성장의 지향점을 제시할 수 있도록 하위 직무 구분                             |
|      | 3. 파트너 성장 지원 확대                                 | • 네이버 비즈니스 스쿨 오픈<br>• SME의 사업 성장 지원하는 교육센터 신설<br>• SME와 창작자 대상 교육 확대, 코스워크 교육 개발에 집중하여 교육 퀄리티 확보               |
|      | 4. 컴플라이언스 관리체계 마련 및 윤리경영/컴플라이언스 리스크 발생 건수 지속 경감 | • CEO 직속 Compliance팀 신설 및 공정거래 자율준수 체계 도입<br>• 공정거래 리스크 요인 식별 및 위험평가 체계 구축, 공정거래 리스크 감소를 위한 예방조치 선결적으로 진행      |

<sup>1)</sup> ESG 기반 기업가치 제고를 위한 2021년 목표 및 추진 과제에 대한 평가는 상여 지급 산정기준 중 비계량지표에 반영되었습니다.

CEO-임직원 보수 비율

| (단위: 백만 원, %)        |                                             |                                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| CEO의 보수<br>(보수의 증가율) | 직원 총 보수의 평균 <sup>1)</sup><br>(총 보수 평균의 증가율) | 직원 총 보수의 평균 <sup>1)</sup> 대비 CEO 보수의 비율<br>(증가율의 비율 <sup>2)</sup> ) |
| 2,779<br>(-19.7)     | 129<br>(26.0)                               | 21.5<br>(-75.5)                                                     |

<sup>1)</sup> 등기이사의 보수를 제외한 직원 보수의 평균

<sup>2)</sup> 직원 총 보수 평균의 증가율 대비 CEO의 보수 증가율의 비율

## 이사회

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

### 지배구조 선진화

네이버는 2021년 3월 고객, 주주, 구성원을 비롯한 다양한 파트너들과 가치를 공유하며 더욱 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 기업지배구조헌장을 제정하여 올바른 경영의 방향을 확립하였습니다. 네이버는 한국기업 지배구조원(KCGS)의 기업지배구조 모범기준과 네이버 지배구조 현황의 차이를 홈페이지에 공시하고 있으며, 장기재직 사외이사를 재선임하는 대신 신규 이사를 선임하는 등 지배구조 개선을 거듭하고 있습니다.

또한 네이버는 기업지배구조 보고서 공시 의무화가 시작된 2019년부터 매년 ‘기업지배구조 보고서’를 금융감독원 전자공시 시스템에 공시하고 있습니다. 2021년 공시한 기업지배구조 보고서에서는 ‘투명하고 건전한 지배구조’, ‘전문가 중심의 이사회 구성’, ‘독립적이고 투명한 내부감사 체계 및 준법경영’, ‘개방적인 전문 경영인 체제’, ‘활발한 이사회 활동 및 성과평가를 통한 역량 강화’, ‘다양하고 전문적인 위원회 구성’ 이상 기업지배구조 정책 및 특징 6가지를 명시하며, 안정적이며 독립적인 지배구조 구축을 위한 네이버의 약속과 실천을 명문화하였습니다.

### 이사회 구성 및 독립성

네이버는 회사의 자산총액이 2조 원을 초과하게 된 2012년부터 이사회의 과반수를 사외이사후추천위원회의 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, 2022년 4월 기준, 총 7인의 이사회 구성원 중 4인이 사외이사로 과반수 요건을 충족 합니다.

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

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

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

2022년 3월 정기주주총회에서 사외이사 1명과 사내이사 2명이 새로 선임되었고, 상법 시행령의 사외이사 연임 제한을 준수하며 이사의 재임기간은 최소 1년부터 최대 5년까지 고루 분포되어 있습니다. 또한, 이사회에서 전체 이사 중 여성 이사의 비율은 29%이며, 40대부터 60대를 아우른 연령 구성으로 2021년에 비하여 이사회 다양성이 향상되었습니다.

사외이사 주요 결격사유 (대한민국 상법 제 382조)

1. 회사의 상무에 종사하는 이사, 집행임원 및 파용자 또는 최근 2년 이내 회사의 상무에 종사한 이사, 감사, 집행임원 및 파용자

2. 최대주주 본인, 배우자 및 직계 존속, 비속

3. 최대주주가 법인인 경우 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 파용자

4. 이사, 감사, 집행임원의 배우자 및 직계 존속, 비속

5. 회사의 모회사 또는 자회사의 이사, 감사, 집행임원 및 파용자

6. 회사의 거래관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 파용자

7. 회사의 이사, 집행임원 및 파용자가 이사, 집행임원으로 있는 다른 회사의 이사, 감사, 집행임원 및 파용자



이사회 구성 및 운영규정

이사회 조직도

이사회  
사무국

이사회

감사위원회

사외이사후보추천위원회

ESG위원회

리스크관리위원회

리더십&보상위원회

\* 2021년 말 기준

이사회 특징

독립성

• 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하여 이사회 독립성 확보

• 이사회의 과반수를 사외이사로 구성

• 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권 행사 제한

투명성

• 모든 이사는 주주총회 결의로 선임

• ESG위원회 외 모든 위원회 구성을 외부독립이사로 구성

전문성

• 금융, 법률, 재무 등 회사 경영에 필요한 다방면의 지식과 산업 경험이 풍부한 전문가를 이사로 선임

• 직무를 충실히 수행하기 곤란하거나 상장회사의 경영에 미칠 수 있는 자는 사외이사 선임을 금지하고 겸직의 경우 이사회 승인을 득하여야 함

다양성

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

이사회 구성 현황

| 직명               | 성명 (성별) | 출생년월     | 주요 경력                                                                                                                    | 임기                                                                                                      |                            |
|------------------|---------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 기타비상무이사 (이사회 의장) | 변대규 (남) | 1960. 03 | • 서울대학교 제어계측공학 박사<br>• 휴맥스 대표이사 사장<br>• SK텔레콤 사외이사<br>• 포스코 사외이사                                                         | • 한국공학한림원 부회장<br>• (現) 휴맥스홀딩스 대표이사<br>• (現) 휴맥스 이사회 의장                                                  | 2017.03~2023.03<br>(1회 연임) |
| 사외이사             | 이인무 (남) | 1966. 06 | • Univ. of Illinois at Urbana-Champaign 재무학 박사<br>• 고려대학교 경영대학, 싱가포르국립대 경영대학 부교수<br>• Dimensional Fund Advisors 연구부문 부사장 | • 국민연금 위험관리위원회 위원<br>• KAIST 경영대학 교수<br>• (現) 카이스트 경영대학 학장<br>• (現) 한국기업지배구조원 기업지배구조위원회 위원              | 2018.03~2024.03<br>(1회 연임) |
|                  | 정도진 (남) | 1969. 01 | • 쉐터키대 회계학 박사<br>• 금융감독원 회계제도실 팀장<br>• 기획재정부 공기업 준정부기관 경영평가위원<br>• 금융위원회 감리위원회 감리위원                                      | • 기획재정부 국가회계제도 심의위원회 위원<br>• 국제공공부문 회계기준위원회(IPSASB) 위원<br>• (現) 한국거래소 기업심사위원회 위원<br>• (現) 중앙대학교 경영대학 교수 | 2019.03~2025.03<br>(1회 연임) |
|                  | 이건혁 (남) | 1963. 07 | • 런던정치경제대학교 경제학 박사<br>• 국제통화기금 정책분석개발국 선임연구원<br>• J.P. Morgan 수석 이코노미스트                                                  | • 삼성 글로벌커뮤니케이션 그룹장 부사장<br>• (現) 신한금융그룹 미래전략연구소 대표                                                       | 2021.03~2024.03            |
|                  | 노현준 (남) | 1970. 09 | • 서울대학교 법학 박사<br>• Northwestern Univ. School of Law, LL.M.<br>• 서울지방법원남부지원 판사                                            | • 단국대학교 법과대학 조교수<br>• Harvard Law School 방문연구원<br>• (現) 서울대학교 법학전문대학원 교수                                | 2022.03~2025.03            |
| 대표이사             | 최수연 (여) | 1981. 11 | • 연세대학교 법학전문대학원 석사<br>• Harvard Law School, LL.M.<br>• NHN 홍보, 마케팅                                                       | • 법무법인 율촌 변호사<br>• 네이버 글로벌 사업지원 책임리더<br>• (現) 네이버 대표이사                                                  | 2022.03~2025.03            |
| 사내이사             | 채선주 (여) | 1971. 06 | • 인천대학교 경영학 학사<br>• 네이버 홍보팀 실장<br>• 네이버 인재개발실 실장/이사                                                                      | • 네이버 커뮤니케이션그룹 그룹장/이사<br>• 네이버 CCO                                                                      | 2022.03~2025.03            |

\* 2022년 3월 기준

038

네이버 2021 통합보고서

039

CORPORATE GOVERNANCE



## 이사의 선임과 이해상충 방지

사외이사는 사외이사후보추천위원회가 투명한 절차 하에 면밀한 검토를 거쳐 후보를 선발한 후 주주총회에서 최종 선임됩니다. 2022년 3월 주주총회에서 신임 사외이사로 노혁준 사외이사가 선임되었습니다. 신임 사외이사는 상법, 자본시장법, 기업지배구조 분야의 전문성을 바탕으로 선진적 거버넌스 체계 수립을 위해 조언하고 이사회 안건 심의 시 법리적인 의견을 제시할 것입니다. 특히, 신임 사외이사는 자본시장법상 불공정거래, 기업구조조정 관련 연구 및 실무 경험이 풍부한 만큼 네이버의 리스크 관리에 기여함으로써 이사회의 역할을 제고할 것으로 기대되고 있습니다.

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

아울러 네이버는 이사의 이해 상충 방지를 위하여 지배구조 헌장 제9조 이사의 의무 및 책임 조항으로 이사가 개인적·영업적·직업적 이해에 직간접의 영향을 미칠 수 있는 경우에 이와 관련된 어떤 심의나 의사결정 과정에 스스로 참여하지 않아야 함을 규정하고 있습니다. 이에 따라 2021년 5월 이사회에서 사외이사의 타회사 겸직 승인 안건 의결 시 해당 안건의 당사자는 의결권 행사가 제한되기도 하였습니다. 네이버는 이해상충 문제 발생을 제거하기 위하여 이사와 네이버 및 네이버 계열회사 간 이해상충을 지속적으로 분석 및 점검하고 있으며, 이해상충의 위험이 예상될 시 사전에 해결책을 마련하여 이해상충을 해소하고자 노력하고 있습니다.

| 이사회 구성 변동사항   |          |               |
|---------------|----------|---------------|
|               | 2021     | 2022          |
| 신규 선임         | 이건혁      | 노혁준, 최수연, 채선주 |
| 퇴임            | 홍준표, 최인혁 | 정의중, 한성숙      |
| * 2022년 3월 기준 |          |               |

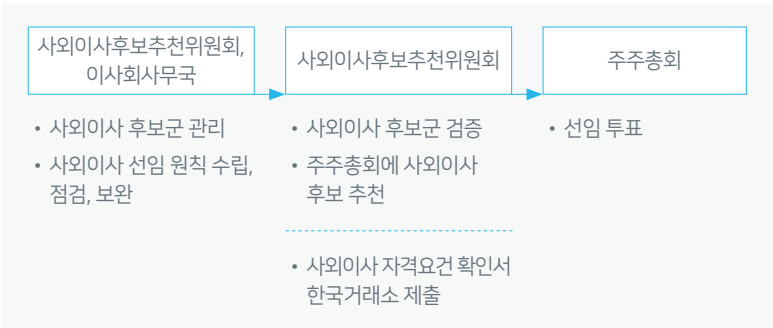
### 이사회 다양성



### 이사회 SKILL MATRIX

|                 | 변대규 | 이인무 | 정도진 | 이건혁 | 노혁준 | 최수연 | 채선주 |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 법률 및 정책/리스크 관리  |     |     | ○   |     | ○   | ○   |     |
| 기업 경영/투자        | ○   | ○   |     |     |     | ○   |     |
| 산업/경제           | ○   |     |     | ○   |     | ○   | ○   |
| ESG             |     | ○   |     |     | ○   |     | ○   |
| 커뮤니케이션/이해관계자 대응 |     |     |     | ○   |     | ○   | ○   |

### 사외이사 선임 절차



## 이사회 운영

네이버의 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 경영, 경제, 재무, 회계, 법률, 기술 등 동 분야에 전문 지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영됩니다. 사외이사의 경우 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회사무국 및 각 전담 부서가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고 있으며<sup>1)</sup>, 역량 강화를 위한 외부 교육을 실시하고 있습니다. 2021년에는 이사회의 비즈니스에 대한 이해도를 높이기 위하여 사외이사 대상으로 사업 현황 및 사업 전략에 대한 교육을 5회 실시하였고, ESG 트렌드 및 네이버의 ESG 개선방안에 대한 교육을 4회 실시하였습니다.

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

### 이사회 내 위원회 구성 현황

| 구분                      | 변대규 | 이인무 | 정도진 | 이건혁 | 노혁준 | 최수연 | 채선주 |
|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                         |     |     |     |     |     |     |     |
| 감사위원회                   |     | ○   | ●   | ○   | ○   |     |     |
| 사외이사후보추천위원회             | ○   | ○   | ○   | ●   | ○   |     |     |
| 리스크관리위원회                |     | ●   | ○   |     | ○   |     |     |
| 리더십&보상위원회 <sup>1)</sup> | ●   | ○   | ○   |     |     |     |     |
| ESG위원회                  | ○   | ●   |     |     | ○   |     | ○   |

\* 2022년 3월 기준

<sup>1)</sup> 2021년 9월 이사회 결의로 보상위원회에서 리더십&보상위원회로 명칭 및 역할이 변경

### 위원회별 기능

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

### 2021년 이사회 운영성과

| 구분          | 개최 | 결의 안건 <sup>1)</sup> | 사외이사 출석률 <sup>2)</sup> |
|-------------|----|---------------------|------------------------|
| 이사회         | 23 | 51(79)              | 98.3%                  |
| 감사위원회       | 7  | 4(20)               | 92.9%                  |
| 사외이사후보추천위원회 | 2  | 2(2)                | 100%                   |
| 리스크관리위원회    | 9  | 3(13)               | 100%                   |
| 리더십&보상위원회   | 9  | 3(10)               | 100%                   |
| ESG위원회      | 4  | 0(5)                | 100%                   |

<sup>1)</sup> 괄호 안 숫자는 보고안건 포함 시 안건 수

<sup>2)</sup> 사외이사 참석률은 보고안건까지 포함한 총 개최건수 대비 참석률의 평균

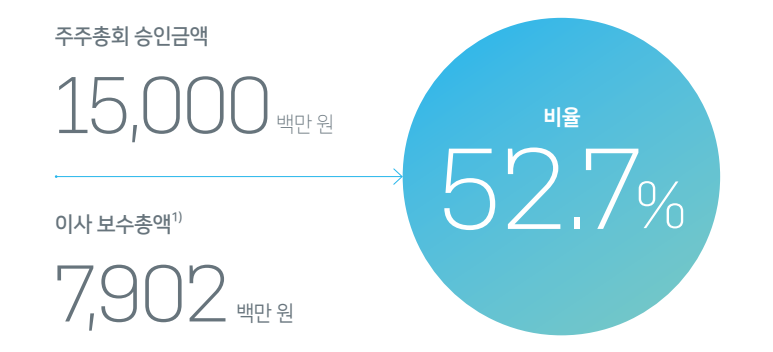
| 이사회 활동 현황 <sup>1)</sup> |            |                                                                                                                                                      |
|-------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 회차                      | 개최일        | 주요안건                                                                                                                                                 |
| 1                       | 2021.01.19 | 글로벌 콘텐츠 강화를 위한 전략적 투자                                                                                                                                |
| 2                       | 2021.01.27 | 엔터플랫폼 강화를 위한 전략적 투자, 2020년 4분기 실적보고 및 연간 재무제표 승인, 2020년 주주환원 정책, 제22기 주주총회 전자투표제 도입, 구성원 인센티브 지급을 위한 자사주 처분, 신용한도대출 조건 변경, 공모회사채 발행, 지점 설치, 준법지원인 변경 |
| 3                       | 2021.02.23 | 스노우 유상증자, 커넥트재단 기부금 출연, 구성원 주식매수선택권 부여, 제22기 정기주주총회 소집, 회사 안전 및 보건에 관한 계획                                                                            |
| 4                       | 2021.03.16 | 신세계그룹과 전략적 제휴, Emtek Group 투자, 외화 ESG 채권 발행                                                                                                          |
| 5                       | 2021.03.22 | Emtek Group 투자                                                                                                                                       |
| 6                       | 2021.03.24 | 이사회 산하 위원회 구성 변경, 기업지배구조 헌장 제정, 이사회 운영규정 개정, 위원회 운영규정 제정, 계열회사와의 거래, 1분기 주식매수선택권 부여 취소                                                               |
| 7                       | 2021.04.19 | 중요 경영사항 승인                                                                                                                                           |
| 8                       | 2021.04.28 | Webtoon Entertainment 유상증자, 재단법인 해피빈 기부금 출연, 업무공간 확보를 위한 임차계약, 외화 ESG채권 추가발행 계획                                                                      |
| 9                       | 2021.05.10 | 자사주 처분                                                                                                                                               |
| 10                      | 2021.05.26 | 사외이사 타회사 겸직 승인                                                                                                                                       |
| 12                      | 2021.06.23 | 2분기 주식매수선택권 부여 취소                                                                                                                                    |
| 13                      | 2021.06.24 | 중요사안에 대한 이사회 브리핑 공지                                                                                                                                  |
| 14                      | 2021.07.01 | Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분                                                                                                                            |
| 15                      | 2021.07.21 | 서치슬루션 소규모 합병 계획 승인                                                                                                                                   |
| 16                      | 2021.08.10 | 네이버 쇼핑 성장을 위한 전략적 투자, 주식매수선택권 부여 취소                                                                                                                  |
| 17                      | 2021.08.25 | 서치슬루션 소규모 합병 승인, 네이버랩스 유상증자                                                                                                                          |
| 18                      | 2021.09.06 | 일본 푸드 딜리버리 업체 유상증자 참여                                                                                                                                |
| 19                      | 2021.09.15 | 제2 IDC 건축 시설자금대출 약정, 3분기 주식매수선택권 부여 취소, 중소 콘텐츠 사업자 지원을 위한 신용보증기금 출연, 이사회 산하 보상위원회 명칭 및 역할 변경                                                         |
| 20                      | 2021.10.01 | 서치슬루션 합병 종료 보고 및 주주총회 갈음 공고                                                                                                                          |
| 21                      | 2021.10.20 | 리더십&보상위원회 운영규정 개정                                                                                                                                    |
| 22                      | 2021.11.17 | 주주환원정책 실행 방안, 위원회 검토 사항에 대한 심의                                                                                                                       |
| 23                      | 2021.12.15 | 4분기 주식매수선택권 부여 취소, 계열회사와의 브랜드 사용 계약 갱신                                                                                                               |

<sup>1)</sup> 상법 제 368조 제 3항에 따라 안전별 이해관계가 있는 이사는 의결에 참여하지 않았음 (상세 내역은 사업보고서 확인)

## 이사회 성과평가 및 보상

네이버는 주주총회에서 이사·감사의 보수한도를 승인받아, 해당 범위 내에서 이사·감사의 직무 및 성과 등을 감안하여 이사회 및 리더십&보상위원회에서 정한 기준에 따라 보수를 지급하고 있습니다. 사외이사의 경우 별도 수당이나 회의비 명목의 경비 지급 없이 고정급 형태로만 지급되며, 법적 책임수준을 고려하여 산정하되, 사회통념상 회사의 규모를 감안하여 동종 유사업계의 보수 수준에 부합하도록 하고 있습니다. 2022년 3월 정기주주총회에서 이사 보수 한도를 150억 원으로 하는 안건이 승인되었습니다. 2021년 매출, 영업이익, 주가 등에 있어서 유의미한 성장을 기록하였고, 2022년에 전년 이상의 성과를 목표로 하고 있어, 탄력적인 경영진 보상 재원 확보를 위하여 이사 보수 한도가 150억 원으로 설정됐습니다.

### 2021년 이사 보수 지급 규모



<sup>1)</sup> 보수총액은 2021년 재임 또는 퇴임한 등기이사, 사외이사, 감사위원회 위원이 등기임원 자격으로 지급받은 소득세법상의 소득 금액입니다.

네이버는 사외이사를 포함한 이사회 구성원의 역할과 책임 등을 명확하게 하고 이사회 운영의 효율성을 제고하기 위하여 2019년부터 이사회 성과 진단 프로젝트를 실시하였 습니다. 성과 진단은 진단의 객관성과 효율성을 제고하기 위하여 외부 평가 기관을 통해 이사회 구성원의 이사회 및 이사 본인 설문 평가를 실시하는 방식으로 진행하고 있습니다. 이사회 평가는 이사회 구성, 회의, 활동성 등의 항목으로 구성하여 각 항목별 설문 평가를 통해 이사진의 의견을 수렴하는 방식으로 진행되며, 이사 평가는 기본 의무, 전문성, 대외 영향력 등의 평가 항목으로 구성되어 있습니다. 특히, 위원회의 연간 활동에 대한 평가도 동시에 진행하여 향후 위원회 운영상 개선 필요 사항을 리뷰하고 이사회와 위원회간 효율적인 역할 분담 방향성과 관련한 구체적인 의견을 수렴하고 있습니다. 그 결과를 바탕으로 하여, 향후 이사회 의장과 사외이사 간 개선 방향성에 대한 심도 있는 논의 진행을 검토하고 있습니다. 논의사항 및 평가결과는 향후 이사회 운영과 사외이사 활동 지원에 최대한 반영할 예정이며, 지속적인 성과 향상을 위해 앞으로도 정기적인 성과진단을 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·회계 전문가 및 법률 전문가를 포함하여 전원을 사외이사로 구성함으로써 전문성과 독립성을 확보하였으며, 회계와 업무 감사를 진행하고 지배구조의 독립성 및 건전성 확충에 주력하고 있습니다. 감사위원회 위원은 이사회에 참석하여 독립적으로 이사의 업무를 감독할 수 있으며, 제반업무와 관련하여 관련 장부 및 관계서류를 해당 부서에 제출을 요구할 수 있습니다. 또한 필요시 회사로부터 영업에 관한 사항을 보고 받을 수 있으며, 적절한 방법으로 경영정보에 접근할 수 있습니다. 2021년 외부전문가를 초청해 감사위원회 위원을 대상으로 감사위원회의 역할과 책임 교육을 실시하여, 감사위원의 전문성을 확보하였습니다.

또한, 네이버는 상법 제543조의13의 요건을 갖춘 준법 지원인을 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 2021년 사업연도까지 삼일회계법인이 외부감사인으로 선정되었으며, 제23기(2021년) 사업연도의 감사 의견은 '적정'으로 기타 지적 사항은 없었습니다.

| 2021년 이사 보수 지급 현황            |      |             |                  |
|------------------------------|------|-------------|------------------|
| 구분                           | 인원 수 | 보수총액 (백만 원) | 1인당 평균보수액 (백만 원) |
| 사내이사 <sup>1)</sup>           | 3    | 7,479       | 2,895            |
| 사외이사 및 기타비상무이사 <sup>2)</sup> | -    | -           | -                |
| 감사위원회 위원                     | 4    | 423         | 106              |

<sup>1)</sup> 사외이사, 감사위원회 위원 제외

<sup>2)</sup> 감사위원회 위원 제외

### 감사 의견

| 사업연도        | 감사인    | 감사 의견 | 감사보고서 특이사항 |
|-------------|--------|-------|------------|
| 제23기(2021년) | 삼일회계법인 | 적정    | 해당사항 없음    |
| 제22기(2020년) | 삼일회계법인 | 적정    | 해당사항 없음    |
| 제21기(2019년) | 삼일회계법인 | 적정    | 해당사항 없음    |

### 외부감사인 감사·비감사용역 체결 현황

| 사업연도         | 감사인    | 구분  | 내용                           | 보수 (백만 원) |
|--------------|--------|-----|------------------------------|-----------|
| 제23기 (2021년) | 삼일회계법인 | 감사  | 중간기간 재무제표 검토, 별도 및 연결재무제표 감사 | 2,050     |
|              |        | 비감사 | 해외사채 발행 Comfort Letter 업무    | 120       |
|              |        |     | 세무자문                         | 65        |



# RISK & OPPORTUNITY

## 리스크 및 기회

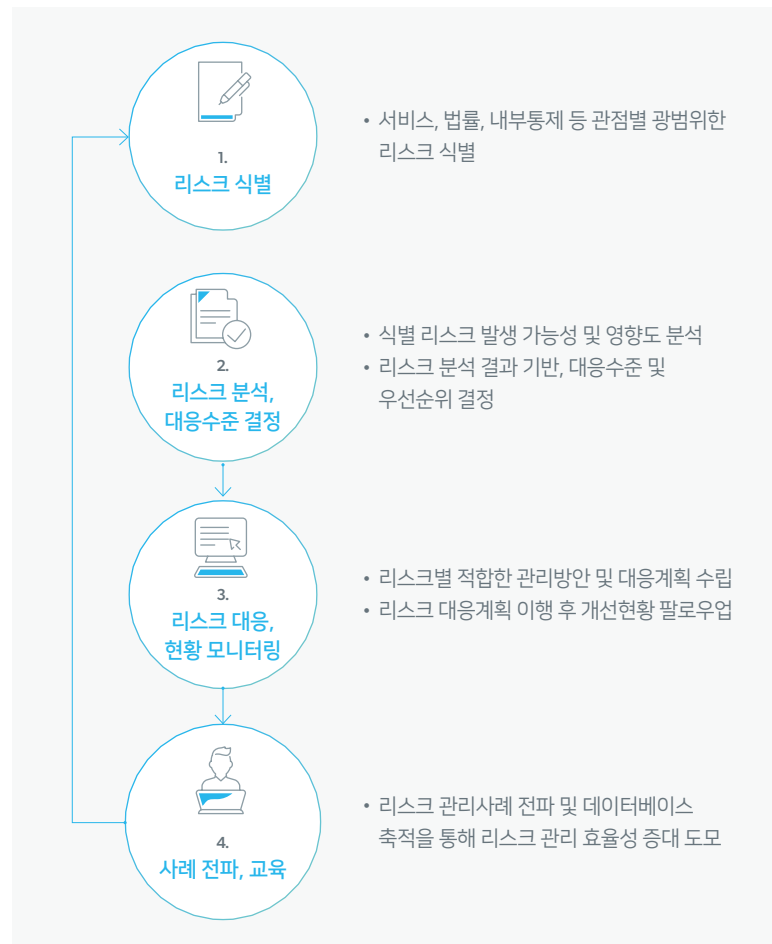
네이버는 경제적·사회적·환경적측면에서 발생 가능한 리스크를 전사 차원에서 폭넓게 관리하며 대응하고 있습니다. 네이버는 체계적인 단·중·장기 리스크 관리를 통하여 이슈발생을 사전에 예방하고 가치 창출의 기회로 전환할 것입니다.

### 전사적 리스크 관리체계

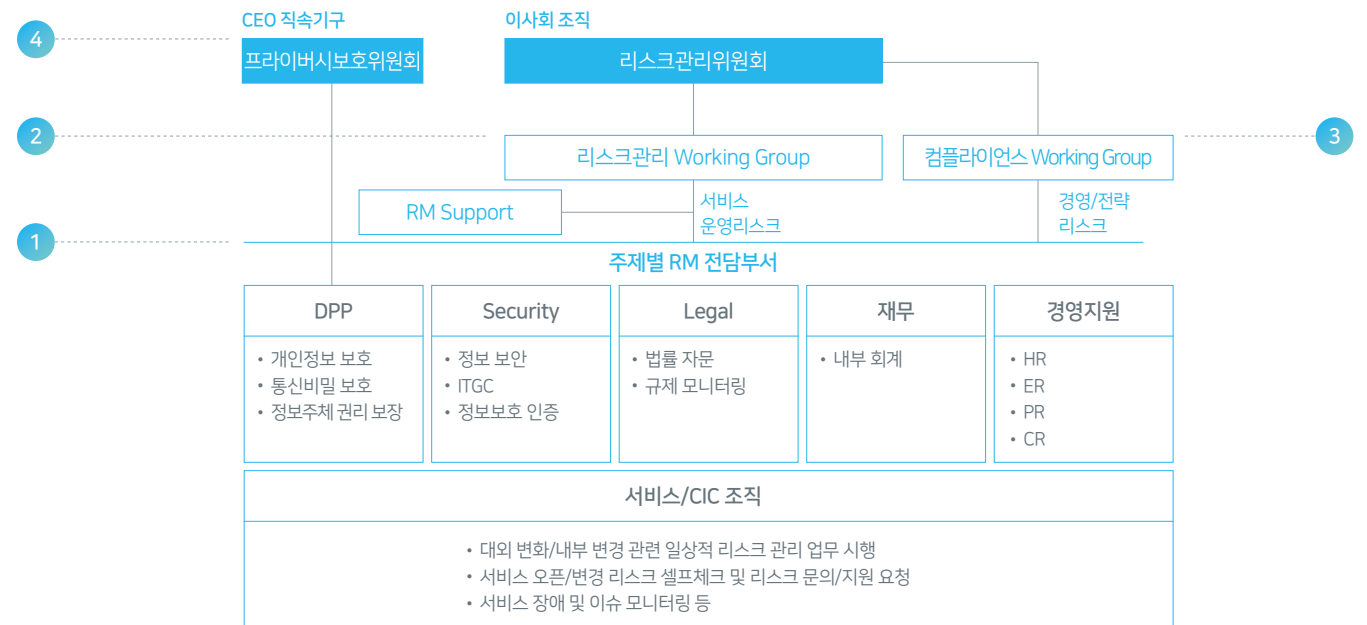
네이버는 사업의 특성 및 내외부 주요 이해관계자의 요구사항을 반영한 체계적인 전사 리스크 관리체계를 보유하고 있습니다. 네이버는 지난 2019년 전사 리스크 관리 체계 고도화를 위해 TF를 구성하여 전략, 투자, 운영, 대외 정책 등 조직 전체 리스크를 검토하여 관리 범주와 관리 방법을 점검하였으며, 서비스 특성에 맞는 대응방안 및 통제수준을 수립하였습니다. 앞으로도 네이버가 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단, 관리할 수 있는 프로세스를 설계함으로써 지속가능한 리스크 관리수준을 유지할 예정입니다.

네이버는 이사회 차원의 리스크관리위원회를 통해 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침을 수립하고 주기적으로 리스크 관리 현황을 점검하며, 전사 리스크 관리 체계를 운영하고 있습니다. 특히 각 주제별 리스크 관리 책임자가 참여하는 리스크 관리 워킹 그룹을 중심으로 이슈 별 전문성을 유지하면서도 통합적인 관점으로 리스크를 관리하고 있으며, 다양한 조직의 협력 대응이 필요한 경우 리스크관리 지원 실무조직인 RM Support 직접 대응·지원하며 유기적이고 긴밀한 협력 체계를 유지하고 있습니다.

네이버 리스크 관리 프로세스



네이버 전사 리스크 관리체계 (Enterprise Risk Management)



#### 1 각 서비스/CIC 조직 및 주제별 리스크관리(Risk Management) 전담부서

각 서비스/CIC은 리스크를 가장 최전방에서 빠르게 식별하고 민첩하게 대응할 수 있는 조직입니다. 서비스/CIC 조직은 법무, DPP(Data Protection & Privacy), Security, 재무 등 주제별 리스크 관리조직의 지원 하에 일상 리스크들을 충실히 관리하며, 주제별 리스크 관리조직은 서비스/CIC조직과 소통하며 각 주제별 리스크를 선제적으로 검토하고 이슈 발생에 대응합니다. 특히, 이슈 발생 가능성이 높은 서비스 오픈·변경·종료 시점에 주제별로 리스크를 점검/논의하는 서비스출시 점검 프로세스를 운영함으로써 서비스 장애 및 이슈 발생 가능성을 사전 관리합니다.

#### 2 리스크 관리 워킹그룹(Risk Management Working Group) 및 RM Support

서비스 운영과 관련하여 각 서비스/CIC 조직 및 주제별 리스크 관리조직이 개별적으로 판단하거나 대응하기 어려운 통합적 리스크가 인지된 경우, 상위 협의기구인 리스크 관리 워킹그룹에서 검토 및 대응합니다. 리스크 관리 워킹그룹은 주제별 리스크 관리 책임자로 구성되어 연중 상시 운영되며, 각 분야별 리스크 예방을 위해 협업하는 동시에 서비스 환경 변화에 따라 추가로 관리해야 할 리스크 영역을 사전 발굴하고 있습니다. 리스크 관리 워킹그룹의 정례회의는 격주로 진행되나, 중대한 리스크가 발생될 경우 긴급회의를 소집하여 신속한 조치를 위해 최선을 다합니다. RM Support는 리스크 관리 워킹그룹을 지원하기 위한 실무 조직으로, 리스크 관리 워킹그룹 정례회의를 운영합니다. 또한 각 개별 조직에서 식별한 리스크를 분석하고 전사 영향도가 크고 복잡한 리스크에 대해 리스크 관리 워킹그룹 논의의 아젠다로 제안하고 있습니다.

#### 3 컴플라이언스 워킹그룹(Compliance Working Group)

컴플라이언스 워킹그룹은 네이버의 경영/전략 상의 리스크를 관리하기 위한 협의기구로 윤리경영, 부패방지, 공정거래자율준수 등 컴플라이언스 체계를 유지하기 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 자세한 사항은 '기업윤리 및 컴플라이언스 체계'에서 설명하였습니다.

#### 4 리스크관리위원회 및 프라이버시보호위원회

리스크관리위원회는 이사회 내 기구로서 전사 리스크 관리체계의 최고 책임 조직으로 전사 통합적 리스크 관리 기본 방침 및 전략 수립과 관리 기능을 담당합니다. 특히 중대 리스크에 대한 대응계획, 이행현황, 대응결과에 대한 보고와 검토를 통해 전사 조직의 효과적인 리스크 관리체계를 담보하고 있습니다. 2021년, 리스크관리위원회는 CPO 및 리스크 관리 워킹그룹으로부터 총 4차례의 보고를 받았습니다. 한편, 개인정보 보호 관련 아젠다의 경우, CEO 직속 위원회인 프라이버시보호위원회에도 보고되어 전문적인 리스크 파악과 통제를 진행합니다. 프라이버시보호위원회는 CEO를 의장으로 하고 있으며 개인정보 리스크에 대해 경영진의 지원을 통한 엄격한 관리를 통해 이슈 발생을 예방하고 있습니다.

네이버는 앞으로도 회사 경영 전반에 지속가능성을 내재화하기 위한 노력을 이어가는 한편, 발생가능한 운영 리스크에 대한 통합적 관점의 정책 수립과 관리를 지속적으로 강화해 나갈 것입니다. 이를 위해 리스크 관리 워킹그룹이 관장하는 리스크 영역을 확장하고 있으며, 동시에 개별 조직들이 효과적으로 동작할 수 있도록 방안을 모색할 것입니다.



주요 리스크 관리 현황

| Risk & Opportunities                                                                |                                                                                                                                                                                           | Risk Category             | Potential Impact on NAVER                                                                                                       |  | 리스크 발생가능성 | 리스크 영향도 | NAVER's Response                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>정치/경제 불안정성 심화</b> <ul style="list-style-type: none"><li>러시아-우크라이나 등 정치적 갈등 심화로 인한 글로벌 사업 불안정성 대두 가능성</li><li>세계 경제 침체로 인한 전반적인 소비력 감소</li></ul>                                        | Operational               | • 유라시아 등 글로벌 사업 진출 불안정성 관련 선제적 대응책 마련 필요                                                                                        |  | Mid       | High    | • 국내/외 동향 상시 모니터링 및 리스크 관리 강화<br>• 국내/외 소비자 이용 경향성에 따른 경쟁력 유지 및 강화를 위한 다양한 서비스 운영                                          |
|    | <b>이용자 선호도 및 경쟁력 관리*</b> <ul style="list-style-type: none"><li>디지털 소비 주류층인 Z세대의 소비력 증가 및 고령층의 IT 친숙도 확대로 이용자 저변 확장</li><li>메타버스, NFT 등 신기술과 접목된 플랫폼 확장 및 양방향 콘텐츠 생산 가속</li></ul>          | Strategic                 | • 다양한 이용자층의 니즈에 맞는 서비스 출시 및 개선을 통한 신규 이용자층 확대 및 기존 이용자 Lock-In 중요<br>• 메타버스, NFT 등 신기술 투자 확대를 통한 오프라인 대체재 이상의 이용자 경험 제공 중요성 증대  |  | High      | High    | • 메타버스 플랫폼 론칭 등 R&D 및 신기술 사업화 관련 노력 강화<br>• M&A를 통한 콘텐츠 밸류체인 수직계열화 및 이용자 참여 생태계 조성<br>• 서비스별 다양한 이용자 경험 조사 및 개선 노력 진행      |
|    | <b>신기술 발전에 따른 제품 책임 관리*</b> <ul style="list-style-type: none"><li>AI, 메타버스 등 신기술 발전에 따른 서비스 책임 및 기술 윤리 관련 논의 저변 확대</li><li>Z세대 등 디지털 네이티브 대상 안전한 인터넷 환경 제공 의무 강화</li></ul>                | Strategic<br>Operational  | • 신기술의 사회적 파급력 확대에 따른 기술 윤리 관련 부정적 여론 및 관련 규제에 대한 선제적 대응 중요성 증가<br>• 네이버의 안전한 서비스 환경 관련, 내외부 이해관계자가 이해 가능하고 준수 가능한 서비스 정책 제공 중요 |  | High      | High    | • AI윤리준칙 및 AI윤리 관련 Progress Report 발간 등 기업 차원의 서비스 책임 원칙 강화<br>• 이용자 피해 예방활동 및 보호 프로세스 개선 및 강화                             |
|    | <b>정보 보안 및 프라이버시 관리</b> <ul style="list-style-type: none"><li>플랫폼 기능 확장에 따른 이용자의 고유식별정보, 민감정보 등의 중요 데이터 보안 중요성 확대</li><li>데이터보안 관련 규제 개편으로 개인정보 처리자 책임 강화·서비스 운영 안정성 및 보안 위협 관리</li></ul> | Operational<br>Regulatory | • 사이버 공격 및 내부 시스템 오작동 등 정보유출 사고 발생 시 이용자 신뢰도에 대한 치명적 손실 발생, 기업 브랜드 이미지 실추 가능성<br>• 안정적인 보안 시스템 운영 중요성 지속 증대                     |  | Mid       | High    | • 전사 차원의 365일, 24/7 정보 보안 활동 유지<br>• 정보보호관리체계 고도화및 프라이버시센터 정보보호지원활동강화<br>• 이용자 개인정보보호 인식 제고 및 VoC 청취를 위한 공식 블로그/ SNS/TV 운영 |
|   | <b>우수인재 확보 및 유출 방지</b> <ul style="list-style-type: none"><li>기업의 사업/경영성과가 공장, 설비 등이 아닌 구성원 역량에 다수 의지</li><li>짧은 기술변화 주기에 따른 지속적인 인재 역량 강화 중요</li></ul>                                    | Operational               | • 우수인재 확보 및 구성원 기술역량 육성을 통한 서비스 경쟁력 강화 중요                                                                                       |  | Low       | Mid     | • 구성원 인권경영체계 수립<br>• 산학협력, 인턴제도 확대 등을 통한 우수인재 채용 시스템 강화<br>• KAIST, 서울대 등 외부 교육기관과 협력을 통한 구성원 직무교육 강화                      |
|  | <b>기후변화 규제 강화 및 탄소 중립*</b> <ul style="list-style-type: none"><li>탄소 중립 등 온실가스 감축에 대한 국내외 규제 강화</li><li>재생에너지 PPA 시행으로 재생에너지 확보를 위한 제도적 기반 마련</li></ul>                                    | Operational               | • 데이터센터 및 사육의 온실가스 배출량 관리 중요성/ 시급성 증대<br>• 재생에너지 수급 계약을 통한 데이터센터 재생에너지 사용 확대 용이                                                 |  | Mid       | Mid     | • 에너지 절약형 사육 '그린팩토리' 및 '1784' 준공<br>• 재생에너지 확보 및 PPA 계약 체결 추진<br>• 전 사업장 온실가스 인벤토리 구축, 사업장별 온실가스 감축활동에 대한 산정 및 제 3자 검증 시행  |
|  | <b>이커머스 산업의 환경 영향 관리*</b> <ul style="list-style-type: none"><li>팬데믹 사태 장기화로 인한 온라인 소비 확산으로 포장재 등 일회용품 사용 증가</li><li>플라스틱/일회용 패키징 관련 국내외 규제 강화</li></ul>                                   | Operational               | • 온라인 쇼핑의 일회용 패키징 사용에 따른 폐기물량 및 환경비용 부담 증가<br>• 기업 브랜드 이미지 부정적 영향 가능성                                                           |  | Mid       | Mid     | • 적재 시물레이션 기반 기술 접목을 통해 플라스틱 포장재 사용량 저감<br>• 물류 시스템 혁신을 통한 친환경 이커머스 생태계 노력 지속                                              |
|  | <b>COVID-19 팬데믹 위기상황 관리</b> <ul style="list-style-type: none"><li>구성원 건강/안전 리스크 관리</li><li>COVID-19 이후 변화될 비대면 기반 일상 환경 변화에 대한 적응 및 선제적 대응</li></ul>                                      | Operational               | • 구성원 건강/안전 확보를 위한 업무 운영방식 변화 필요<br>• 근무·학습 환경 외에도 비대면 일상 환경에 익숙해진 이용자 트렌드 고려한 서비스 개선/출시 중요                                     |  | Low       | Low     | • 구성원 건강/안전 관련 리스크 관리 체제 상시 운영 및 비대면 근무 문화 조성을 통한 업무 효율성 제고<br>• 라이브커머스, 네이버웍스 등 비대면 환경을 위한 온라인 플랫폼 서비스 경쟁력 강화             |
|  | <b>기업윤리 및 공정거래 규제 준수</b> <ul style="list-style-type: none"><li>법적 기준을 준수하는 공정하고 투명한 경영</li><li>플랫폼 기업 대상 국내 공정거래 규제 강화 추세</li></ul>                                                       | Regulatory                | • 공정하고 투명한 경영을 통한 기업 신뢰 확보 중요<br>• 벌금 및 과태료 등 규제 대응 비용 증가 및 기업 브랜드 이미지/평판 실추 가능성                                                |  | Low       | High    | • 전사 차원의 부패방지 경영방침 및 Integrity Code 보유<br>• 구성원 윤리서약 실천 및 기업윤리 교육 강화<br>• 기업윤리 상담센터 등 대내외 신고채널 운영                          |
|  | <b>재무 리스크 관리</b> <ul style="list-style-type: none"><li>환율, 금리, 자본위험, 신용도, 세금 등의 재무적 불안정성 및 급격한 변동 가능성</li></ul>                                                                           | Financial                 | • 자본시장 내 경쟁력 저하 가능성<br>• 경영 전반, 사업 연속성 확보 관련 리스크 발생 가능                                                                          |  | Low       | High    | • 거버넌스/재무 리스크 상시 관리<br>• 적정 수준의 자산/부채 비율 관리                                                                                |

\* 이머징 리스크(Emerging Risk)

## 기업윤리 및 컴플라이언스 체계

네이버는 기업으로서 지켜야 할 가장 필수적인 사회적 책임인 기업윤리의 중요성을 인지하고 있습니다. 구성원 한 명 한 명이 각자의 자리에서 투명하고 떳떳하게 일하고, 네이버와 일하는 모든 동반자들이 오래오래 건강한 파트너십을 이어갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

### 네이버의 윤리경영

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, 일문 3개 언어로 제공되며, 전 구성원이 이를 실천함으로써 사회와 고객에 대한 책임을 다하고 신뢰받을 수 있는 투명한 회사를 만들어가고 있습니다.

네이버 전 구성원의 참여와 실천을 공고히 하기 위해 네이버 본사의 정규직, 계약직, 파견직, 인턴 뿐만 아니라 계열사에서도 전 구성원이 매년 기업윤리규범(Integrity Code) 서약을 실시하고 있으며, 윤리규범의 내용과 의미를 되새기고 있습니다. 이외에도 네이버는 2021년 부패방지 경영방침을 새롭게 수립하여 공개하였습니다.



네이버  
인TEGRITY 코드



네이버  
부패방지 방침

#### 네이버 부패방지 방침

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

- 네이버는 부패방지 관련 국내외 법규 및 사내 규정을 준수하고, 어떠한 부패 행위도 하지 않습니다.
- 네이버는 업무상 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등 각종 부패행위를 엄격히 금지합니다.  
Note: 부패의 범위에는 ISO 37001에서 뇌물 또는 부패행위로 지정한 금품 및 선물, 향응 및 접대, 뒷돈(Kick-Back money), 급행료, 클럼 회원권 제공, 업무 관계에서 받은 개인적 우대(특혜), 기밀 및 특권 정보의 제공 대가와 부패에 해당하는 이해상충, 부정 채용, 탈세/사기, 횡령/배임, 자금세탁, 비자금 형성, 담합/카르텔, 부당 지시, 직권남용 등이 포함됨.
- 네이버는 각종 부패행위를 방지하고 최소화하기 위하여 효과적인 경영시스템을 구축·운영하고, 이를 지속적으로 개선해 나가겠습니다.
- 네이버의 모든 구성원은 이 방침과 부패방지경영시스템에 따라 운영 중인 모든 사내 규정을 준수하고, 정기적으로 부패방지 및 준법경영 서약서에 서명하며 이를 엄수하겠습니다.
- 네이버는 투명하고 효과적인 부패방지 경영을 위하여 부패방지 준수 책임자를 선임하여 독립적인 지위를 보장하고 부패방지에 필요한 권한과 책임을 부여합니다.
- 네이버는 부패행위 관련 제보자의 인적 사항을 철저히 비밀로 유지하며, 제보자가 구성원일 경우 신고로 인하여 불리한 대우를 받지 않도록 보호합니다.
- 네이버는 구성원이 부패행위 관련 법령 또는 이 방침을 포함한 관련 사내 규정 등을 위반하거나 위반 사항을 인지하고도 이를 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않은 경우 징계 등 그에 상응하는 조치를 취합니다.

#### ISO 37001 인증 획득

2021년, 네이버는 반부패 경영체계의 고도화와 국제적 신뢰도 확보를 위해 ISO 37001 인증을 취득하였습니다. ISO 37001은 ISO(국제표준화기구)가 제정한 부패방지 시스템(Anti-Bribery Management System) 표준규격으로서 조직 내 부패 관련 시스템을 수립, 실행, 유지, 개선하는데 있어 글로벌 스탠다드를 제안합니다.

ISO 37001 표준의 적용범위는 ‘뇌물수수(Bribery)’에 한정되어 있으나, 네이버는 보다 적극적인 윤리경영의 실천을 위하여 ‘부패(Corruption)’의 범위로 확장하여 인증을 진행하였습니다. 이에 CEO 윤리경영 약속, Integrity Code, 부패방지 경영 규정 및 실무 지침을 보완 및 개선하여 문서화하였으며 네이버의 부패 리스크가 발생하기 쉬운 영역에서의 개선과제를 도출하여 실행하였습니다. 또한 네이버는 보다 철저한 부정부패 리스크 관리를 위하여 일상 리스크 관리의 1차 방어선부터 철저한 내부 감사의 3차 방어선까지 부패방지 체계를 수립하였습니다. 구체적으로, 부패 리스크에 대하여 3차 방어선 모델을 적용하여 업무 중 발생할 수 있는 부패 리스크는 부서 담당자들이 직접 관리하고, 전사적인 부패방지 운영 및 관리는 Compliance 전담팀에서 수행하며, 별도 내부감사팀은 운영실태를 점검하는 역할로 부패방지 체계를 고도화 하였습니다.

이렇듯 네이버는 부정부패 위험을 사전에 예방하고 사후에 탐지할 수 있는 체계를 갖추고 있으며, 그 일환으로 ‘Self-Check System’을 통해 구성원이 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 비밀반적인 건을 수시로 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 구성원에게 이메일을 통해 알리고 소명 기회를 제공하며, 필요 시 조치하도록 합니다. 또한 모니터링 시나리오 개선을 통해 모니터링의 유효성을 높이고, 적용 범위를 확대하여 시스템적인 부정부패 리스크 대응 체계를 더욱 고도화하고 있습니다.

#### 네이버의 부패방지 체계

| 네이버의 부패방지 체계 |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                 |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 역할           | <ul style="list-style-type: none"><li>업무상 발생할 수 있는 부패 리스크 식별 및 관리</li><li>식별된 부패 리스크 관련 개선과제 및 계획 도출</li><li>부패방지 경영 교육 수강</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>부패방지 경영 시스템 운영 및 관리<ul style="list-style-type: none"><li>-업무 영역별부패리스크평가</li><li>-개선과제및계획도출</li></ul></li><li>부패방지 관련 문서 관리</li><li>전사 부패방지 경영 관련 교육</li><li>ISO 37001 인증 관리</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>부패방지 경영 시스템 운영 실태 점검<ul style="list-style-type: none"><li>-리스크평가및개선점검</li><li>-문서관리점검</li><li>-교육결과점검</li></ul></li></ul> |
| 구분           | 1차 방어선                                                                                                                               | 2차 방어선                                                                                                                                                                                                                      | 3차 방어선                                                                                                                                                          |
| 담당           | 현업 담당자                                                                                                                               | Compliance                                                                                                                                                                                                                  | Internal Audit                                                                                                                                                  |

### 공정거래 자율준수 프로그램

네이버는 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)을 도입하여 운영 중입니다. 특히 2021년에는 공정거래위원회 매뉴얼의 요구사항을 담고 네이버의 상황을 반영한 컴플라이언스(Compliance) 규정을 신규로 제정하였습니다. 또한 Compliance 전담팀이 이사회 내 리스크관리위원회에 컴플라이언스 관련 안건을 직접 보고할 수 있도록 컴플라이언스 워킹그룹(Compliance Working Group)을 신설하였습니다. 이외에도 2022년에는 공정거래 내부감시체계 개선을 위한 과제를 실행함으로써 공정거래 자율준수 체계 고도화를 위해 노력할 것입니다.

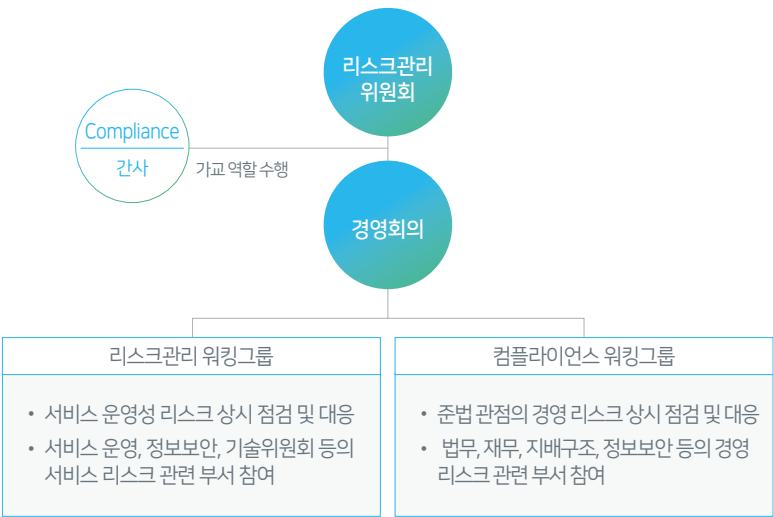
네이버는 2021년 12월부터 2022년 1월까지 구성원 대상으로 공정거래 교육을 진행하였습니다. 금번에 진행 교육은 공정거래법에서 금지하는 행위와 업무 시 주의점, 주요 사례, 공정거래위원회의 조사 진행 시 구성원이 유의할 사항 등 공정거래법 규정에 대해 전반적으로 살펴보는 내용으로 구성되었습니다.

### 기업윤리 상담 및 신고

네이버는 구성원의 공정거래법 위반행위, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 대금지급 관련 불만, 비공개정보의 유출, 기타 부정 및 비위행위 등에 대하여 구성원뿐만 아니라 제3자도 상담과 신고를 할 수 있는 기업윤리상담센터를 운영하고 있습니다. 기업윤리상담 센터는 네이버 홈페이지를 통해 국영문으로 자유롭게 접근이 가능하며 기명 및 익명 모두 제보가 가능합니다. 상담 및 신고내용은 기명으로 제보된 경우에도 비공개로 처리되어 상담자의 신분과 신고내용이 철저히 보호 됩니다. 조사는 감사위원회 직속 내부감사부서에서 독립적으로 실시됩니다. 징계는 취업규칙 및 관련 규정을 바탕으로 인사위원회에서 심의하며, 외부 전문가를 통해 적정성을 확인하는 절차를 거칩니다. 제보자는 처리 결과를 웹사이트에서 실시간으로 확인할 수 있습니다. 2021년에는 총 17건의 제보가 있었으며 내부 절차에 따라 88.2% 처리를 완료하였습니다.

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.

#### Compliance 관리 체계



이외에도 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.



네이버의 공정거래 자율준수 편람



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

### 구성원 부패방지 교육

네이버는 매년 계약직 포함 전 구성원에게 Integrity 서약을 필수로 실시하고, 그에 관한 교육을 실시하고 있습니다. 또한 신입 및 경력 입사자에게는 기업윤리에 대한 의무교육을 실시함으로써 윤리경영의 내재화를 위해 다각도로 노력하고 있습니다. 또한, 권한과 책임이 큰 리더 직급을 대상으로는 매년 워크숍을 통해 별도의 심화된 윤리경영 교육을 진행합니다. 2021년에는 1월 신규 입사자를 대상으로 'Integrity의 중요성과 나의 역할'에 대한 교육을 실시했으며, 3월에는 전 구성원 대상으로는 기업윤리·반부패, 인권 존중과 관련된 Integrity의 주요 내용을 설명하고 중요성을 강조하는 교육을 온라인으로 진행하였습니다. 2022년에는 Integrity 교육과 함께 구성원 부패방지 교육을 실시할 예정입니다.

## 적법한 세무 관리

### 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 관련하여는 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.

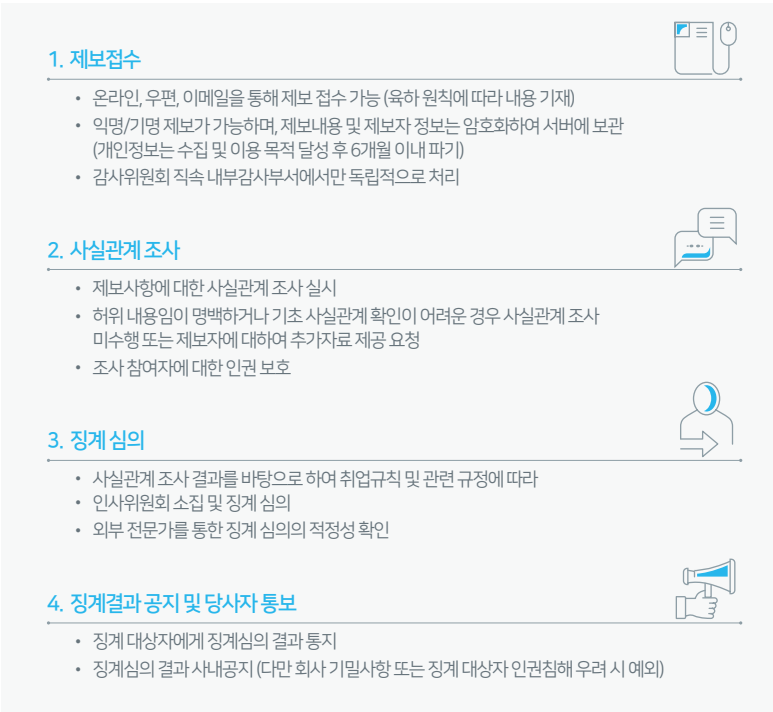
### 조세부담 투명성 제고

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

### 세무 리스크 관리 프로세스

네이버는 거래 시 사전에 외부 세무전문가의 의견을 고려하여 리스크를 판단하고 의사 결정하며, 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.

#### 기업윤리 상담센터 처리 프로세스



#### 내부 윤리규정 위반 조치 건수/유형

|       | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------|------|------|------|
| 합계    | 9    | 12   | 6    |
| 감봉    | 4    | 2    | 2    |
| 면책    | 0    | 0    | 0    |
| 해임    | 0    | 0    | 1    |
| 기타 징계 | 5    | 10   | 3    |

(단위:건)



네이버의 기술과 플랫폼은 지속가능한 가치가  
자라날 수 있는 토양이며, ESG 경영은 네이버가 만드는  
사회적 파급효과를 키우는 자양분입니다.  
네이버는 지속가능성을 중심에 두고 네이버의  
역량과 자산을 활용하여 세상이 원하는 것을 앞서  
찾아내어 새로운 세계를 만들어 가고 있으며,  
국내외 수많은 이용자, 파트너들과 함께 건강하게  
성장하고 진정성 있는 활동을 진행하며 우리 사회에  
긍정적인 영향을 미칠 수 있는 길을 모색해 나가겠습니다.

# ESG REPORT

네이버의 기술과 플랫폼은 자  
자라날 수 있는 토양이며, ESG  
사회적 파급효과를 키우는 자  
네이버는 지속가능성을 중심  
역량과 자산을 활용하여 세상  
찾아내어 새로운 세계를 만들  
국내외 수많은 이용자, 파트너  
성장하고 진정성 있는 활동을  
긍정적인 영향을 미칠 수 있는

ESG FRAMEWORK

054  
ESG 추진 전략

058  
이해관계자 참여 및 소통

060  
2021 NAVER 중요이슈

ESG COMMIMENT

063  
프라이버시 및 인권

084  
환경적 가치 창출

093  
사회적 가치 창출

ESG 추진 전략

지난 2020년, 네이버는 중장기적으로 나아가야 할 ESG 전략 방향성을 수립하였습니다.  
이에 따라 2021년을 네이버의 ESG 경영의 원년으로 삼고, 내외부 이해관계자들에게  
장기적인 가치를 제공하기 위해 힘차게 나아가고 있습니다.

|                             |                         |                                                                                                    | PROGRESS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                             |
|-----------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|                             |                         |                                                                                                    | ✓ Achieved                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ⊕ Exceeded                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ⊖ Missed                    |
| ESG 기반 기업가치 제고 전략           |                         |                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                             |
|                             |                         |                                                                                                    | PROGRESS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 향후 방향성                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 상세 보고지점                     |
| MAXIMIZING BUSINESS VALUE   | 친환경 이커머스 생태계 조성         | <div>• 친환경 포장재 투자 지속 확대</div> <div>• 친환경 상품 브랜딩 확산</div> <div>• 파트너 참여 유도</div>                    | <div>• 네이버 친환경 커머스 전략 방향성 수립</div> <div>  - 판매자, 물류배송 파트너, 구매자 모두가 참여하고 함께 성장할 수 있는 ESG 커머스 생태계 구축 목표 수립</div> <div>  - 네이버 커머스 입점품목 대상 환경표지 인증정보 제공</div> <div>• 친환경 물류체계, 포장재 친환경성 개선</div> <div>  - 2021년 장보기 입점가게 대상 친환경 봉투 34만 장 지원 및 산화분해성 친환경 아이스팩 6만 개 배포</div>                                                                                                                                                                                                                 | <div>✓ Achieved</div> <div>• 친환경 커머스 생태계 본격화를 위한 실행 중심의 이니셔티브 발굴</div> <div>  - ESG 테마의 기획관 및 전용관 마련을 통한 이용자의 친환경 소비 편의성 증대</div> <div>  - ESG 녹색소비 얼라이언스 등 밸류체인 내 동종사, 협력사와 함께할 수 있는 친환경 커머스 관점의 협업 모색</div> <div>  - 친환경 상품 브랜딩 확산을 위한 환경표지 인증 공식화 검토</div>                                                                                               | • 친환경 E-commerce            |
|                             | 구성원 성장·몰입 지원            | <div>• 구성원 교육체계 강화</div> <div>• 전 구성원 대상 스톡옵션 부여</div>                                             | <div>• 네이버 인권경영체계 수립</div> <div>  - 전사 인권경영 체계 구축, 전담조직 신설</div> <div>  - 글로벌 인권 가이드라인 기반 네이버 10대 인권지침 수립</div> <div>  - 인권영향평가 및 조직문화 건강도 진단 통한 네이버 인권경영 현황 점검 및 개선과제 도출</div> <div>  - 구성원 인권 관련 고충채널 개선 및 보완</div> <div>• 인재 유치·육성체계 개편 노력</div> <div>  - 스톡 그랜트(매년 1,000만 원 상당의 자사 주식을 구성원에게 지급) 프로그램 도입</div> <div>  - KAIST AI 대학원과의 협력을 통한 구성원 대상 AI 수업 제공 (2021년 10과목 95명 대상, 18주 수업 진행)</div>                                                                                  | <div>⊕ Exceeded</div> <div>• 글로벌 수준 인권경영 지향 및 리스크 관리 고도화</div> <div>  - 노사관계 관리 및 구성원 인권 보호, 조직문화 개선 노력 지속 확대</div> <div>  - 구성원을 넘어 네이버 서비스 이용자, 파트너 등 인권경영 대상 이해관계자 확대</div> <div>• 우수 인재 유치 및 유지 경쟁력 확대</div> <div>  - 업무몰입도 증대를 위한 보상/복리후생 체계 지속 관리</div> <div>  - 업무 성과 극대화를 유도하는 평가 및 교육체계, 근무환경 조성</div> <div>  - 구성원 다양성 관리 프로그램 확대</div>           | • 사람 중심 경영, 구성원 가치 증진       |
|                             | 파트너 성장지원 확대             | <div>• 네이버 비즈니스 스쿨을 통한 사회적 가치 창출 확대</div> <div>• 동반성장을 위한 상생펀드 확대</div>                            | <div>• 네이버 비즈니스 스쿨을 통해 SME 디지털 전환 및 비즈니스 확대 지원</div> <div>  - SME 온라인 스마트스토어 운영 이후 2021년 상반기 고용 성장률 8% 달성 (2018년 1%, 2019년 4%, 2020년 6%)</div> <div>  - 파트너 대상 무료 스마트플레이스 서비스 제공을 통한 연간 경제적 기여효과 46.1조 원 추산 (매출 증대 33.2조 원, 비용 절감 12.9조 원)</div> <div>  - 디커머스 프로그램을 통한 SME 대상 경영 컨설팅 서비스 본격화, 컨설팅 대상 SME 매출 증가 성과</div> <div>• 동반성장 분수펀드 누적 금액 3,762억 원 돌파</div> <div>  - 2021년 분수펀드 규모 약 990억 원으로 파트너 동반성장, 문화예술 창작 등 지원</div> <div>• 2016년 이후 5년 연속 동반성장지수 최우수 등급, 최우수 명예기업 선정</div> | <div>⊕ Exceeded</div> <div>• 중장기 관점의 파트너 ESG 리스크 관리체계 구축</div> <div>  - 2022년 ESG 우선 평가 대상 협력사 발굴 후 평가 실시 예정</div> <div>  - 향후 파트너사 ESG 성과 평가 및 리스크 관리, 개선 요구 등 관리체계 고도화 예정</div>                                                                                                                                                                           | • 프로젝트 꽃, 파트너 ESG 관리 및 동반성장 |
|                             | 지배구조 투명성 유지 및 선진화       | <div>• 투명하고 예측 가능한 주주환원 정책 수립 및 제시</div> <div>• 최고 수준의 지배구조 투명성 유지</div>                           | <div>• 주주 환원 규모 확대</div> <div>  - 2021년 잉여현금흐름(FCF) 증가에 힘입어 전년 대비 배당 규모 29% 증가 (주당 511원)</div> <div>• 경영진 리더십 변화를 통한 중장기 전략 방향성 실행</div> <div>  - 미래 성장동력 확보를 위한 경영진 세대교체 및 여성 리더십 확대</div> <div>• 이사회 운영 적극성 및 지배구조 간접성 국내 선도 수준</div> <div>  - 2021년 MSCI Leader 등급 (동종사 29개 중 3위), KCGS 지배구조 등급 A+ (국내기업 중 8위 이내) 획득</div> <div>  - 주주 전자투표제 도입</div>                                                                                                                                | <div>✓ Achieved</div> <div>• 네이버 경영진/이사회 변화 관련 이해관계자 소통 확대</div> <div>  - 신규 경영진 및 이사회 구성 변경에 따른 이해관계자 우려 해소를 위한 내/외부 이해관계자 소통 확대</div>                                                                                                                                                                                                                     | • Governance                |
|                             | 2040 Carbon Negative 달성 | <div>• 데이터센터 에너지효율 관리 및 개선</div> <div>• 신재생에너지 사용 확대</div> <div>• 친환경 사업 발굴 및 탄소저감 솔루션 투자 확대</div> | <div>• 사업장/데이터센터 환경영향 적극 관리</div> <div>  - 데이터센터 온실가스 배출량 저감을 위한 배출량 검증</div> <div>• 환경경영체계(ISO 14001) 인증 획득</div> <div>  - 네이버 환경방침 신규 제정 및 전 서비스 적용</div> <div>  - 사업장별 환경 리스크 관리 가이드라인 수립</div> <div>• 지속가능채권 발행을 통한 환경 투자 강화</div> <div>  - 1784 프로젝트 친환경 기술 투자 시행</div>                                                                                                                                                                                                            | <div>✓ Achieved</div> <div>• 2040 Carbon Negative 로드맵 이행 확대</div> <div>  - 재생에너지 추가 확보 방안 검토 및 확대를 통한 Carbon Negative 달성에 적극적 기여</div> <div>• 환경경영체계(ISO 14001) 운영 정착 및 개선</div> <div>  - 사업장별 환경 관련 KPI(온실가스, 수자원, 폐기물) 설정 체계 구축</div> <div>• 친환경 이니셔티브 참여를 통한 산업 내 환경의식 고취</div> <div>  - CDP Climate Change, EV100 등 네이버의 산업특성에 맞는 친환경 이니셔티브 참여 검토</div> | • 환경영향 관리, 친환경 E-Commerce   |
| MINIMIZING OPERATIONAL RISK | 정보보호 사이버 보안 리스크 최소화     | <div>• 사내외 전문가와 최고경영진 주도의 정보보안 관리체계 운영</div> <div>• 정보보호 및 사이버보안 리스크 관리 솔루션 지속 고도화</div>           | <div>• 글로벌 수준에 부합하는 정보보호 규제 대응체계 마련</div> <div>  - Global Privacy Compliance 규정 마련 및 관리범위 확장</div> <div>  - 미국, 일본 등 글로벌 개인정보 보호 관련 규제 가이드라인을 프라이버시 센터 내 ‘글로벌 지원’ 메뉴로 통합</div> <div>• 정보보호 문화 조성을 위한 내/외부 제도 활성화</div> <div>  - 국내 민간기업 최초 보안 취약점 신고 포상 프로그램(버그바운티) 포상규모 확대, 2021년 포상규모 1.1억 원</div> <div>  - 2021년 이용자로부터 서비스 운영/프라이버시 규제 대응 관련 의견을 수렴하는 프라이버시 강화 보상제도 23건 수렴, 170만 원 상당 네이버 페이 포인트 지급</div>                                                                           | <div>✓ Achieved</div> <div>• 온라인 개인정보보호 활동 및 정책 관련 자문 활동 강화</div> <div>  - 정보보호 전문가로 선임된 개인정보보호위원회 활동 적극 확대</div> <div>• CEO 직속 프라이버시위원회의 정보보안 리스크 관리감독 역할 강화</div>                                                                                                                                                                                         | • 데이터 보안 & 프라이버시            |
|                             | 공정거래, 윤리경영 관리 강화        | <div>• 반부패 리스크 관리체계 및 정보공시 고도화</div> <div>• 윤리경영/컴플라이언스 리스크 발생 건수 지속 경감 및 관련 조치 강화</div>           | <div>• ISO 37001 획득 및 CP 신규제정을 통한 전사 부패방지, 윤리경영 체계 고도화</div> <div>  - CEO 윤리경영 약속, Integrity Code, 부패방지 경영 규정 및 실무 지침 보완</div> <div>  - 부패 리스크 관리를 위한 3선 방어체계 수립</div> <div>  - CP 규정 신규 제정을 통한 공정거래 자율준수 체계 고도화</div>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <div>✓ Achieved</div> <div>• 전사 부패방지 관리체계 안정화</div> <div>  - 부패 리스크 진단 통해 수립한 개선과제 실행으로 관리체계 안착</div> <div>  - 구성원 대상 부패방지 교육 체계화 및 확대</div>                                                                                                                                                                                                                | • Risk & Opportunity        |



## ESG 관리체계

### ESG 전담조직

네이버는 대외/ESG 정책 조직 산하에 ESG 전담조직인 Green Impact팀을 보유하고 있습니다. 그린 임팩트는 네이버 ESG 경영 추진의 핵심 부서로서, 전사 유관부서에서 추진하는 ESG 개선과제를 관리합니다. 또한 내/외부 이해관계자의 ESG 관련 요구사항을 수렴하고 대응하며, 과제 추진 현황을 기반으로 이사회 산하 ESG위원회에 안건을 상정하는 역할을 담당하고 있습니다. 이외에도 ESG Working Group 및 ESG위원회에서 중요하게 다루어야 할 아젠다를 사전 발굴하고 제시하는 등, 네이버 ESG 경영의 가장 중요한 부서로 자리잡고 있습니다.

2021년에는 특히 네이버 ESG 경영 원년으로서 Green Impact의 활동이 두드러졌습니다. 7대 전략방향별 개선과제 이행현황에 대해 유관부서와 논의하고 조율하며, 실질적인 과제 이행이 가능하도록 적극 노력하였습니다. Green Impact 산하의 독립된 환경 담당 조직인 Environment팀과도 적극 논의하여 국내·외 환경 규제 강화 움직임에 선제적으로 대응할 수 있는 방안을 모색 하였습니다.

이러한 네이버의 노력은 MSCI와 KCGS, Sustainalytics 등의 외부 ESG 평가기관에 의해 공인되었습니다. 2021년 기준 네이버는 KCGS 평가등급 A+(전년 대비 1등급 상승), MSCI 평가등급 AAA(전년 대비 2등급 상승), Sustainalytics 상위 11%(전년 대비 7%p 상승)를 기록하였습니다.

### ESG Working Group

기업의 ESG 경영체계는 단순히 한 조직의 아젠다가 아닌 전사의 각 조직이 밀접하게 협력하고 대응해야 하는 과제입니다. 이에 네이버는 각 부서들이 네이버의 ESG 경영 수준 향상을 위해 함께 고민하고 적극 협력할 수 있도록 ESG Working Group을 수립하였습니다. 네이버의 ESG Working Group은 각 영역별 전담부서의 리더로 구성되어 상시 운영되며, ESG 경영 수준 향상을 위해 협업하는 동시에 추가적인 과제를 사전 발굴해내는 역할을 수행합니다. ESG Working Group은 조직 간 사일로(silo) 현상을 방지하며 공동으로 중장기 ESG 전략을 체계적으로 추진할 수 있도록 노력합니다.

### 이사회 내 ESG위원회

네이버는 지난 2020년 10월, 이사회 산하에 외부독립이사 3인과 사내이사 1인으로 구성된 ESG위원회를 구성하였습니다. 환경, 사회 이슈 관련 의사결정을 진행하던 기존 리스크관리위원회(구 투명성위원회)의 기능을 확대한 ESG위원회는 전사 ESG 리스크 관리와 비즈니스 기회 확대를 추진하는 최고 협의체입니다. 2021년 ESG 위원회는 네이버의 7대 ESG 전략방향 추진현황에 대해 검토하고 전사 인권경영체계 구축에 대해 의결하였습니다. 또한 네이버의 동종사들이 어떻게 ESG 경영을 진척시키고 있는지 지속적으로 검토함으로써, 글로벌 업계 대비 네이버의 수준을 객관적으로 진단하고자 하였습니다. 나아가 2022년에는 채선주 대외/ESG정책 대표가 ESG위원회에 새로 합류함으로써 네이버 내외부 다양한 이해관계자와의 적극적인 커뮤니케이션을 책임질 예정 입니다.

### ESG 관리체계 조직도



| ESG위원회 구성 현황 |                                  |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 위원회 명        | 구성                               | 소속이사 명                         | 설치목적 및 권한사항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ESG위원회       | 사외이사 2명<br>기타비상무이사 1명<br>사내이사 1명 | 이인무 (위원장)<br>변대규<br>노혁준<br>채선주 | <b>설치목적</b> <ul style="list-style-type: none"><li>회사 경영 의사결정 내 지속가능성(Sustainability) 내재화</li><li>주요 환경, 사회, 지배구조 리스크와 기회 관리</li></ul><br><b>권한사항</b> <ul style="list-style-type: none"><li>전사 ESG 추진 사항에 대한 최고 의사결정 수행</li><li>환경/사회적 지속가능성 기반의 비즈니스 아이템 발굴, 관련 투자 의사결정</li><li>기후변화 대응 전략 및 방향성 수립, ESG 정보공시 및 대외 커뮤니케이션 관리</li><li>사회공헌 집행 등</li></ul> |

### ESG위원회 보고안건

| 분류                                 | 2021년 주요 보고사항                    | ESG위원회 보고 일시 |     |     |     |
|------------------------------------|----------------------------------|--------------|-----|-----|-----|
|                                    |                                  | 4월           | 6월  | 8월  | 10월 |
| ESG 추진 전략<br>현황 및 성과 보고            | 2021년 네이버 전사 ESG 개선과제 추진 현황      | ●            | ●   | ●   | ●   |
|                                    | 글로벌 Peer ESG 경영 추진 Best Practice | ●            | ●   | ●   | ●   |
|                                    | 2040 Carbon Negative 이행 현황 및 계획  | ●            |     | ●   |     |
|                                    | 인권경영체계 구축                        |              | ●   | ●   | ●   |
|                                    | 친환경 커머스 전략                       | ●            |     |     | ●   |
|                                    | 파트너 및 지역사회 성장지원 확대 현황            | ●            |     |     |     |
|                                    | 지배구조 투명성 유지 및 선진화 현황             | ●            |     |     |     |
|                                    | 정보보호/보안 리스크 최소화 현황               | ●            |     |     |     |
|                                    | 공정거래/윤리경영 관리 강화 현황               | ●            |     | ●   |     |
| ESG 평가 대응 및<br>정보공시                | 네이버 ESG 외부 평가 등급 현황 및 개선 방향성     |              | ●   | ●   | ●   |
| 이해관계자 요구사항<br>모니터링 및 대내외<br>커뮤니케이션 | ESG 경영 내재화 및 문화 정착 방안            |              |     | ●   | ●   |
|                                    | 이해관계자 커뮤니케이션 강화 방안               |              | ●   | ●   | ●   |
| 이사 참석률 (%)                         |                                  | 100          | 100 | 100 | 100 |

### 네이버 ESG 평가등급 현황 (종합등급)

| 구분             | 2019   | 2020   | 2021   |
|----------------|--------|--------|--------|
| KCGS           | B+     | A      | A+     |
| MSCI           | BBB    | A      | AAA    |
| Sustainalytics | 상위 46% | 상위 18% | 상위 11% |

# 이해관계자 참여 및 소통

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

## 이해관계자 가치 분배

네이버는 2021년 연결기준 창출된 경제적 가치 중 4조 8,296억 원을 분배하여, 분배한 경제적 가치의 총액이 2020년 3조 4,944억 원 대비 38.2% 증가하였습니다. 이해관계자들과 경제적 가치를 나누며 네이버의 성장과 더불어 기업의 사회적 책임 실현 또한 확대해 나가겠습니다.



<sup>1)</sup> 판매수수료, 결제수수료, 페이지리뷰금, 콘텐츠수수료, 매출원가 등  
<sup>2)</sup> 연결재무제표 주식 중 영업비용 참고  
<sup>3)</sup> 2021년 3월 24일 처분 확정된 배당금 총액

네이버는 이해관계자들이 소통 채널에 원활하게 접근할 수 있도록 소통 창구를 다각화하여 상시 운영하고, 실시간으로 교류할 수 있는 행사를 개최해 이해관계자와 양방향으로 소통하고 있습니다. 네이버는 적극적으로 서비스를 개선하고 보고서 발간 등 정보 공시를 진행하며, 이해관계자들에게 소통과 참여의 성과를 공유하고 있습니다.



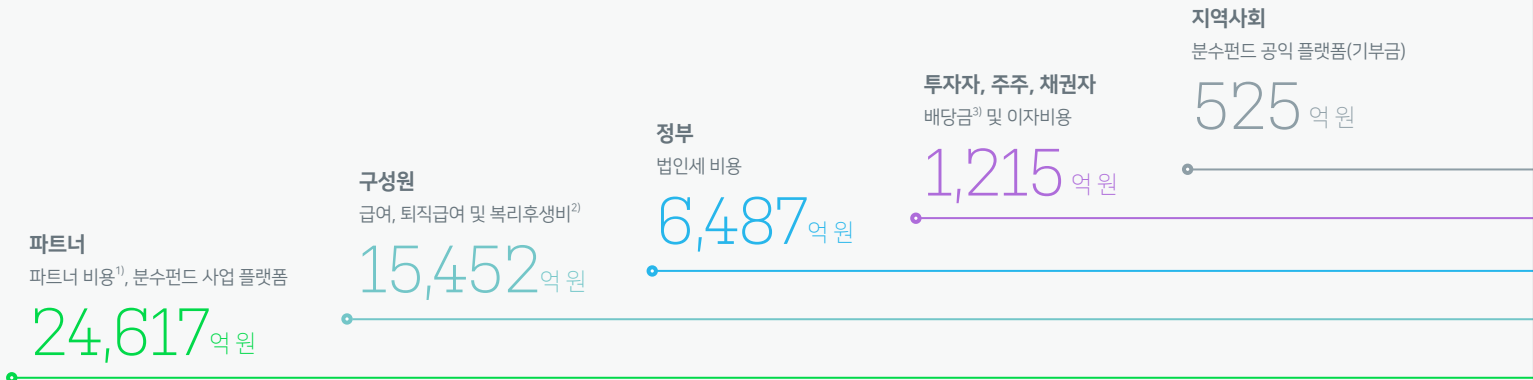
## 이해관계자 참여 및 소통

네이버는 이해관계자를 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 정의하고 있습니다.

네이버는 이해관계자의 참여로 보다 나은 서비스를 제공하고 기업 안과 밖에 경제적, 사회적, 환경적 가치를 확산하며, 긍정적 임팩트를 창출할 수 있다고 믿습니다.

### 이해관계자 가치 분배

네이버는 2021년 연결기준 창출된 경제적 가치 중 4조 8,296억 원을 분배하여, 분배한 경제적 가치의 총액이 2020년 3조 4,944억 원 대비 38.2% 증가하였습니다. 이해관계자들과 경제적 가치를 나누며 네이버의 성장과 더불어 기업의 사회적 책임 실현 또한 확대해 나가겠습니다.



<sup>1)</sup> 판매수수료, 결제수수료, 페이지립금, 콘텐츠수수료, 매출원가 등

<sup>2)</sup> 연결재무제표 주석 중 영업비용 참고

<sup>3)</sup> 2021년 3월 24일 처분 확정된 배당금 총액

|        | 이용자                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 구성원                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 투자자 및 주주                                                                                                                                                                                                                                      | 파트너                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 지역사회                                                                                                                                                                                                                            | 정부                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        | <ul style="list-style-type: none"><li>네이버 공식 홈페이지, 블로그, 카페</li><li>이용자 경험 조사를 위한 만족도 문의</li><li>고객센터<ul style="list-style-type: none"><li>정보보호 관련 정보제공 채널</li><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>통합보고서</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><li>신규 입사자 대상 적응도 설문 'Welcome Survey'</li><li>구성원 조직문화 만족도 조사</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 참여 활동</li><li>사업보고서</li><li>감사보고서</li><li>통합보고서</li><li>기업지배구조보고서</li><li>임팩트보고서</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 네이버 비즈니스 스쿨</li><li>SME 마케팅 캠페인 '이름을 불러주세요'</li><li>D-커머스 리포트</li><li>프로젝트 꽃 리포트</li><li>네이버 CONNECT</li><li>디자인 콜로키움</li><li>검색 콜로키움</li><li>개발자 콘퍼런스 DEVVIEW</li><li>AI NOW</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>네이버 커넥트재단 디지털 교육 프로그램</li><li>지역기반 교육, 인프라 지원 프로그램 네이버 비즈니스 스쿨</li><li>17개 시도 초중등 온라인 학습 솔루션 'e학습터'</li><li>지역 소상공인 지원 '프로젝트 꽃'</li><li>그린팩토리 사옥 내 라이브러리 운영</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>사업보고서</li><li>감사보고서</li><li>통합보고서</li><li>기업지배구조보고서</li><li>NAVER 포털</li><li>산/학/연 기술협력, 스타트업 육성 프로그램</li><li>공공서비스 지원 활동</li><li>협회 가입 및 활동 참여</li></ul>                                                                    |
| 참여·소통  | <ul style="list-style-type: none"><li>이용자와 사업자의 의견을 반영한 '키워드 리뷰'</li><li>네이버는 이용자들이 가게에 별점으로 평가를 매기는 대신, 방문 경험을 잘 설명하는 키워드를 골라 리뷰에 참여하는 기능을 플레이스에 도입하였습니다. 키워드 리뷰는 약 8천 명의 이용자와 1천 명의 사업자에게 의견을 구하며 기획된 결과, 리뷰에 영향을 받는 오프라인 SME를 고려하면서도 이용자에게 양질의 정보를 제공할 수 있는 리뷰 환경이 조성되었습니다.</li></ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>조직문화 만족도 조사</li><li>네이버는 보다 건강한 조직문화를 만들어 가기 위해 외부 전문가와 협력해 내부 조직문화 진단을 시행하였습니다. 금번 진단에는 전체 구성원의 72%(2,938명)가 참여하였으며, 응답자의 68%가 조직문화 전반에 대해 긍정적으로 인식하는 것으로 드러났습니다. 특히 조직문화의 두가지 핵심요인인 '자발적 몰입도'와 '실행환경 조성도' 모두 긍정적인 응답 비율이 과반을 넘었습니다.</li></ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>2022년 3월 정기주주총회</li><li>2022년 3월 제23기 정기주주총회가 개최되었습니다. 주주총회 개최 4주 전 주주총회를 소집하고 주주총회 집중일을 피해 주주총회를 개최하였으며, 전자투표 및 전자위임장권유제도를 활용하여 주주들의 주총 참석 및 의결권 행사를 지원하였습니다.</li></ul>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>디자인 콜로키움 2021 - 'NAVER DESIGN for Partners'</li><li>2021년 예비 디자이너들을 대상으로 네이버 디자이너들의 경험과 노하우를 공유하는 디자인 콜로키움이 4회째를 맞이하였습니다. SME와 크리에이터를 위한 서비스 디자인, 브랜드의 니즈를 충족시키기 위한 마케팅 톨 등 파트너의 성공을 위한 네이버 디자이너들의 고민과 노력들을 공유하는 라이브 방송에 누적 74,000여 명이 참여하였습니다.</li></ul>                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>강원 프로젝트 꽃</li><li>강원 프로젝트 꽃은 강원도 내 지역 소상공인, 창작자, 청년창업자들이 네이버 플랫폼을 통해 더 많은 성장기회를 가질 수 있도록 지원하는 프로젝트로, 네이버는 강원창조경제혁신센터와 소통하며 지역기반 창업 기업을 발굴 및 투자하고, 로컬 크리에이터를 육성하는 프로그램을 운영하였습니다.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>국가적 재난 대응을 위한 정보 제공</li><li>네이버는 정부의 공공데이터 연동을 통해 국가적 재난 상황에서 생활에 필요한 정보를 전국민에게 제공하고 있습니다. 2021년에는 네이버 검색과 지도 앱에서 코로나 상생지원금 사용처와 신속형원 검사소 위치, 백신 알림 및 예약 서비스, 주유소 요소소 재고 현황을 확인할 수 있게 하며, 정부의 공공서비스 제공에 협력하고 있습니다.</li></ul> |
| 주요 관심사 | <ul style="list-style-type: none"><li>신규 서비스 론칭</li><li>서비스 품질 개선</li><li>개인정보 유출 방지</li><li>인터넷 윤리 및 이용자 보호</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>인권을 보장하는 조직문화</li><li>공정한 성과평가와 합리적 보상</li><li>다양성 및 포용성 확대</li><li>안전하고 쾌적한 근무환경</li><li>차별화된 복리후생 프로그램</li><li>성장 및 자기계발 기회</li></ul>                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>미래 성장동력 확보를 위한 신사업 추진</li><li>글로벌 시장 점유 확대를 위한 해외사업 전략</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><li>탄소배출 감축 로드맵 구체화</li></ul> | <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>디지털 기술 접근성 강화</li><li>지역경제 활성화</li><li>균형발전, 도시와의 사업기회 격차 축소</li></ul>                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>반부패 및 규제 준수</li><li>공정거래 확립</li><li>투명한 조세 납부 및 기업정보 공개</li><li>민관 협력, 파트너십 강화</li><li>미래기술 확보</li><li>기술 스타트업 및 IT 인재 육성</li></ul>                                                                                          |
| 대응 활동  | <ul style="list-style-type: none"><li>이용자 소통 강화를 위한 블로그, 네이버 TV, 고객센터 등 커뮤니케이션 채널 다수 운영</li><li>PaaS(Privacy as a Service) 지향을 통한 이용자 개인정보 자기통제권 강화</li><li>음란게시물 모니터링 체계 강화 (X-eye version 2.0 업그레이드 등)</li><li>이용자 친환경 소비 편의성 증대 노력 (환경표지 인증정보 제공 등)</li></ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>스톡 그랜트 제도 도입을 통한 구성원 보상체계 강화</li><li>컴패니언 데이, 지금 만나러 갑니다 등 경영진-직원, 직원-직원 간의 소통기회 마련</li><li>구성원 역량 개발을 위한 KAIST, 서울대 협업 및 Engineering Day 운영</li><li>구성원 정서지원/건강관리 및 다양한 복리후생 프로그램 운영</li><li>전사 인권경영체계 수립 및 구성원 인권 고충처리 채널 개편</li></ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>IR 미팅을 통한 주주 소통 및 성과 공개</li><li>주주 전자투표제 도입</li><li>주주 환원 규모 지속 확대 노력</li><li>사업보고서, ESG 보고서 및 통합보고서, 기업지배구조보고서 발간을 통한 성과 및 거버넌스 투명 공시</li></ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>CP 신규 제정 및 ISO 37001 인증 획득</li><li>전사 구성원 대상 윤리실천협약서 수령</li><li>파트너 지원을 위한 분수펀드 조성 (2021년 누적 금액 3,762억 원)</li><li>SME의 디지털 전환을 위한 컨설팅, 소프트웨어 지원</li></ul>                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>로컬 SME 지원을 위한 성장거점 네이버 스케어 운영</li><li>동네시장 장보기, 스마트플레이스 등 로컬 SME를 위한 프로그램 및 소프트웨어 지원</li></ul>                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>ISO 37001 인증 획득, CP 신규 제정을 통한 내부통제시스템 강화</li><li>COVID-19 등 재해, 재난 상황 시 서비스 제공 및 협업</li><li>공공기관 클라우드 플랫폼 제공</li><li>지속적인 우수인재 채용규모 확대 및 양성</li></ul>                                                                        |
| 7대 전략  | <ul style="list-style-type: none"><li>정보보호·사이버 보안 리스크 최소화</li><li>친환경 이커머스 생태계 조성</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>구성원 성장·몰입 지원</li><li>공정거래, 윤리경영 관리 강화</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>지배구조 투명성 유지 및 선진화</li><li>2040 Carbon Negative 달성</li></ul>                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>공정거래, 윤리경영 관리 강화</li><li>파트너 성장지원 확대</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>파트너 성장지원 확대</li></ul>                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>파트너 성장지원 확대</li><li>공정거래, 윤리경영 관리 강화</li><li>지배구조 투명성 유지 및 선진화</li></ul>                                                                                                                                                     |



# 2021 NAVER 중요이슈

글로벌 최상위 수준의 지속가능경영을 위해서는 이해관계자들이 중요하게 인식하고 비즈니스와 관련도가 높은 이슈를 파악하여 체계적으로 관리해야 합니다. 네이버는 재무·비재무 영역 핵심 이슈들에 대한 대응력을 키워오며, 더 많은 지속가능경영 성과를 이해관계자들에게 공유하고 있습니다.

네이버는 2021 통합보고서의 보고 내용을 결정하고 향후 중점적인 관리가 필요한 경제, 사회, 환경, 거버넌스 영역의 이슈를 식별 및 선정하기 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 지속가능성 관련 외부 평가, 정책 및 규제, 산업계 선진 사례와 동향을 종합적으로 분석하였으며, 미디어에서 인식하는 네이버의 현황을 조사하여 반영하였습니다. 특히, 중대성 평가를 진행하는 과정에서 네이버의 주요 투자자와 주주를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여, 네이버가 우선적으로 대응해야 하는 이슈들에 대한 의견과 제언을 수렴하였습니다.

중대성 평가 결과, 우선적으로 대응이 필요한 주요 이슈 19개가 선정되었습니다. 네이버의 비즈니스와 이해관계자 중요도 평가를 거쳐 중요성이 가장 높게 평가된 이슈는 '정보보안 및 프라이버시'이며, '이용자 보호 및 서비스 책임', '글로벌 경쟁력 강화', '윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁', '건전한 기업 지배구조' 순으로 중요한 것으로 나타났습니다. 이상 Tier 1 이슈에 대응하기 위하여 네이버는 이슈별 개선 현황을 정량화된 척도로 관리 및 공시하고 있습니다. 또한, 7대 전략과제 내에 Tier 1, 2, 3 이슈 대응을 위한 방향성을 정립하고 재무비재무 영역의 가치 창출을 위한 지속가능경영 체계를 통합 운영하고 있습니다.

## 중대성 평가 프로세스



### STEP 01 이슈 식별 및 Pool 구성

#### IDENTIFICATION

##### 이슈 Pool 구성

- 정보공시 요구사항 조사
  - 글로벌 정보공시 인덱스 (GRI Standards, SASB, TCFD, CDP, WDI)
  - 국내외 평가기관 인덱스 (MSCI ESG Ratings, Sustainalytics' ESG Risk Ratings, KCGS ESG 평가)
- 벤치마킹 분석: 동종사 및 ESG 선진사 선정 중요 이슈 검토

##### 이슈 Pool 검토

- 미디어 분석: 네이버 ESG 관련 기사, 내부 보도자료 분석 (2021년 1월~2022년 1월 기간)
- ESG 동향 조사: 국내외 정책/이니셔티브 발표자료, 발간물 조사 (2021년 1월~2022년 1월 기간)

##### 네이버 이슈 Pool

- 보고 이슈 도출: 신규 이슈 추가, 중복 이슈 통합하여 잠정적 보고 이슈 21개 선정



### STEP 02 평가 및 우선 순위화

#### ASSESSMENT & VALUATION

- 비즈니스 중요도(x축): 네이버의 매출, 비용, 명성, 규제 대응에 미치는 영향 평가
- 이해관계자 중요도(y축): 주요 이해관계자별 중요/관심 이슈 분석 (미디어 리서치 노출도, 내부/외부 이해관계자 요구사항)
- 네이버 주식 0.1% 이상을 소유한 주주 대상 온라인 설문조사 진행 (2022년 1월~2월 기간)
- 네이버 비즈니스 및 ESG 추진 방향성 연계



### STEP 03 중요 이슈 선정 및 보고 방향성 협의

#### APPROVAL & REPORTING

- 네이버 Green Impact팀 및 경영진 리뷰
- 외부 전문가 리뷰
- 최종 보고 이슈 19개 선정



### STEP 04 정보공시 및 환류

#### DISCLOSURE & FEEDBACK

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

## 중대성 평가 결과



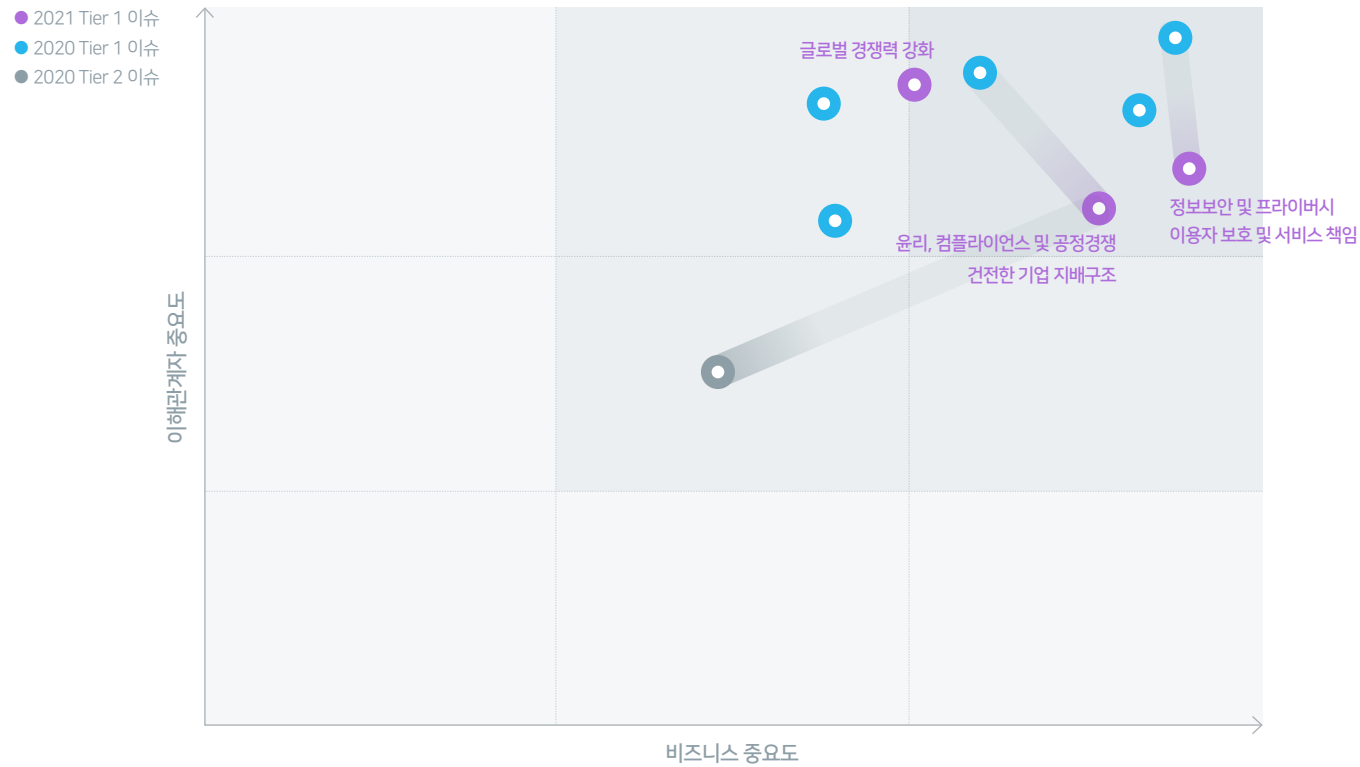
| 중요도    | 보고 이슈               | 보고 위치                                         | 이해관계자 중요도 |     |          |     |      |    | 비즈니스 중요도               |
|--------|---------------------|-----------------------------------------------|-----------|-----|----------|-----|------|----|------------------------|
|        |                     |                                               | 이용자       | 구성원 | 투자자 및 주주 | 파트너 | 지역사회 | 정부 |                        |
| Tier 1 | 1 정보보안 및 프라이버시      | Privacy & Human Rights - 데이터 보안 & 프라이버시       | √         |     |          |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 2 이용자 보호 및 서비스 책임   | Privacy & Human Rights - 이용자 보호 및 서비스 책임      | √         |     |          |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 3 글로벌 경쟁력 강화        | 네이버 비즈니스                                      | √         |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 4 윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁 | Risk & Opportunity - 기업윤리 및 컴플라이언스 체계         |           |     |          |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 5 건전한 기업 지배구조       | Governance - 주주, 경영진, 이사회                     |           |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
| Tier 2 | 6 인권 존중             | Privacy & Human Rights - 사람 중심 경영             |           | √   |          |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 7 인재유치 및 역량 개발      | Social Value Creation - 구성원 가치 증진             |           | √   | √        |     |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 8 R&D 및 기술혁신        | Social Value Creation - 미래역량 개발과 기술 혁신        | √         |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 9 다양성 및 포용성         | Social Value Creation - 구성원 가치 증진             |           | √   |          |     |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 10 기후변화 대응          | Environmental Value Creation - 환경영향 관리        |           |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
| Tier 3 | 11 유망 스타트업 발굴 및 투자  | Social Value Creation - 미래역량 개발과 기술 혁신        |           |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 12 상생협력과 소셜 임팩트 창출  | Social Value Creation - 프로젝트 꽃                |           |     |          | √   | √    |    | <div><div></div></div> |
|        | 13 리스크 관리           | Risk & Opportunity - 리스크 및 기회                 |           |     | √        |     |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 14 순환경제 (친환경 커머스 등) | Environmental Value Creation - 친환경 E-Commerce | √         |     |          |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 15 접근성 및 디지털 활용능력   | Social Value Creation - 프로젝트 꽃                | √         |     |          |     |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 16 공급망 관리           | Social Value Creation - 파트너 ESG 관리 및 동반성장     |           |     |          | √   |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 17 보건안전 및 웰빙        | Social Value Creation - 구성원 가치 증진             |           | √   |          |     |      |    | <div><div></div></div> |
|        | 18 투명성 및 ESG 정보공시   | Our Company ESG Framework                     |           |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |
|        | 19 지역사회 참여와 소통      | Social Value Creation - 프로젝트 꽃                |           |     |          |     | √    |    | <div><div></div></div> |
|        | 20 책임있는 물 사용        | Environmental Value Creation - 환경영향 관리        |           |     | √        |     |      | √  | <div><div></div></div> |

## 2021 중요이슈

중대성 평가 결과 Tier 1으로 분류된 5개의 이슈가 네이버의 2021년 중요이슈로 선정되었습니다. '정보보안 및 프라이버시', '윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁' 이슈는 2020년에 이어 중요도를 높게 평가 받았고, 2021년부터 재무·비재무 통합 보고를 함에 따라 추가된 '글로벌 경쟁력 강화' 이슈가 중요이슈로 새로 선정되었습니다.

2020년 보고 이슈였던 '이용자 만족' 이슈는 인터넷 기업으로서 네이버의 사회적 책임을 강조하고자 '이용자 보호 및 서비스 책임' 이슈로 수정되었습니다. 산업 트렌드를 반영하여 사회 영역의 이슈들이 크게 부각되고 있고, 네이버의 강점이자 기회인 거버넌스 영역 이슈의 비즈니스 중요도가 상승되었음을 확인할 수 있습니다.

2020-2021 Materiality Matrix

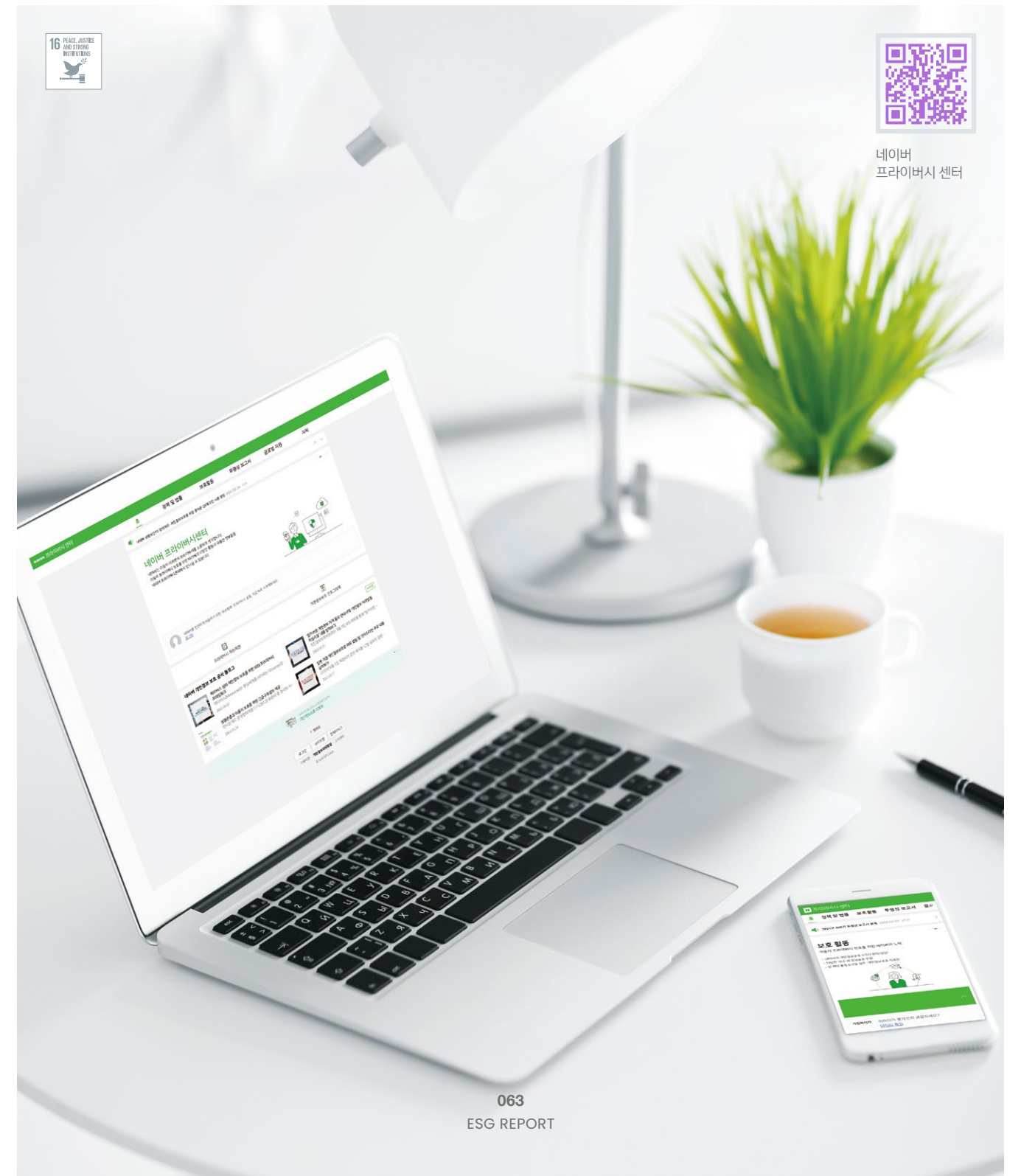


|      | 중요이슈              | 2021 변동사항               | 보고 주제                                | GRI Standards    |
|------|-------------------|-------------------------|--------------------------------------|------------------|
| 사회   | 정보보안 및 프라이버시      | 비즈니스 중요도 향상             | 정보보안 리스크 관리, 개인정보보호 정책, 이용자 프라이버시 보호 | GRI 418-1, 417-2 |
|      | 이용자 보호 및 서비스 책임   | 이슈 변경                   | 이용자 경험 중시, 기술 및 서비스의 책임              | GRI 2-26         |
| 경제   | 글로벌 경쟁력 강화        | 신규 이슈                   | 글로벌 시장 진출, 사업영역별 글로벌 성과              | GRI 201-1        |
| 거버넌스 | 윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁 | 비즈니스 중요도 향상             | 기업윤리 규범, 반부패 프로그램, 공정경쟁 및 공정거래       | GRI 2-27         |
|      | 건전한 기업 지배구조       | 비즈니스 중요도 및 이해관계자 중요도 향상 | 주주 가치 실현, 효과적인 이사회 운영, 내부통제와 외부통제    | GRI 2-9, 2-18    |

## 프라이버시 및 인권



# PRIVACY & HUMAN RIGHTS





# 데이터 보안 & 프라이버시

데이터 경제 시대에 기업은 이용자를 보호하며 안전한 서비스를 제공하기 위해 정보보호에 책임을 다해야 합니다. 네이버는 이용자의 개인정보 자기결정권을 존중하고 정보보안 수준을 높이며 사이버 안전망을 강화해 나가겠습니다.

### MANAGEMENT APPROACH

글로벌 차원에서 개인정보보호 법제를 강화하는 움직임이 확산되며, 정보보호 및 프라이버시 영역 컴플라이언스의 중요성이 부각되고 있습니다. 2020년 국내 개정된 개인정보보호법 시행에 이어 2021년 정보주체 및 산업계에 큰 영향을 미칠 수 있는 개인정보보호법 2차 개정안이 국회에 제출되었습니다. 지난 11월 중국에서 최초로 시행된 개인정보보호법으로 법에 적용을 받는 기업은 개인정보 처리에 대한 적법 근거 마련, 개인정보 영향평가 실시 등을 준수하게 되었습니다. 아울러 영국에서 아동과 청소년 프라이버시 보호를 위한 연령적합설계 규약이 시행되고, 미국에서 아동 온라인 프라이버시보호법(COPPA) 개정안이 발의되는 등 아동과 청소년에 대한 보호 규제가 강화되는 추세입니다.

### KEY PERFORMANCE



주니어 프라이버시TV 채널 내 개인정보보호 교육 영상 화면

## 정보보호 추진체계

네이버는 안정적인 서비스 운영과 이용자의 개인정보, 프라이버시 보호를 최우선으로 두고, 네이버의 환경과 문화에 맞는 정보보호 규정 체계를 확보하고 있습니다. 특히, 최고 경영진의 의지와 함께, 회사 정보자산에 대한 기밀성, 무결성, 가용성 보장을 위한 최상위 정책문서로서 ‘정보보호 정책서’를 수립하고, 이에 따른 세부 지침 및 가이드라인 등 정책체계를 구성하여 운영하고 있습니다.

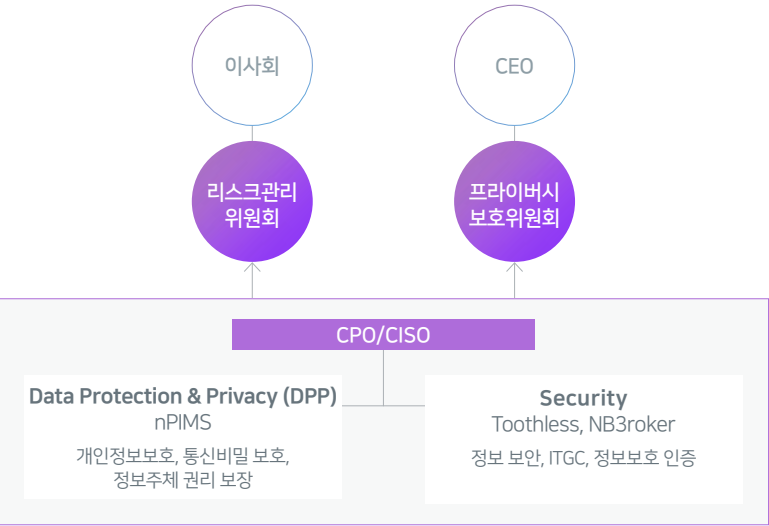
네이버는 자회사를 포함하여 네이버와 계약관계에 있는 관계회사의 정보보호 정책체계를 원칙적으로 네이버의 정보보호 정책체계와 동일하게 적용·운영하고 있습니다. 다만, 관계회사가 특정 비즈니스 환경을 고려하여 다른 정보보호 정책이 필요한 경우에는 네이버 정보보호 정책 주관부서와의 협의 후, 네이버 정보보호 정책서에서 규정하는 기본방침 내에서 관계회사 정보보호 세부지침 및 가이드라인을 보다 엄격하게 규정하여 운영하고 있습니다. 또한, 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 서비스의 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증받고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

네이버는 현재 CPO(개인정보보호책임자)가 CISO(정보보호 최고책임자)를 겸직하여 기업의 개인정보보호 리스크를 전사적으로 관리하고 있으며<sup>1)</sup>, 국내외 개인정보 보호 및 프라이버시보호 법제 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 범위를 확장하고 있습니다. 네이버는 정보보호 리스크를 이사회와 경영진 수준에서 관리하며, 기업이 최고 거버넌스 차원에서 정보보호 리스크를 파악하고 통제하도록 하고 있습니다. 전사적 영향이 있는 사안에 대해서는 이사회 산하의 리스크관리위원회가 직접 CPO/CISO를 참여시켜 사안에 대한 보고를 받고 조언을 제공하며, CPO/CISO는 조언에 기반하여 수행한 업무 결과를 이사회에 보고합니다. 2021년 리스크관리위원회는 사안의 성격을 고려하여 CPO/CISO로부터 직접 또는 리스크관리 워킹 그룹(Risk Management Working Group)을 경유하여 4차례 보고를 받았으며, 전사적 리스크 관리를 지원하는 조직인 RM Support로부터 정보보호 이슈 식별 및 대응 논의를 진행하도록 지원받고 있습니다.

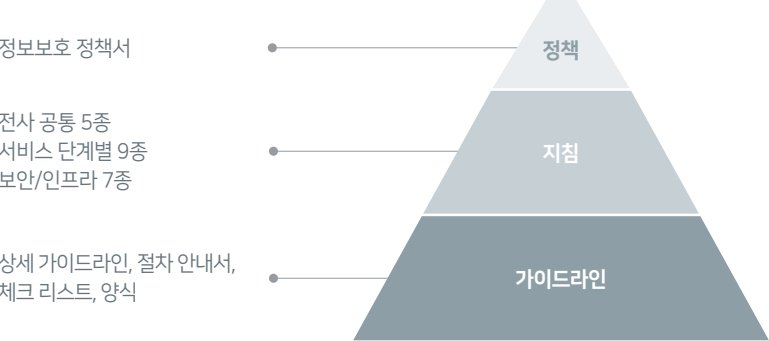
<sup>1)</sup> 2021년 6월 정보통신망법 개정으로 CISO가 개인정보보호책임자 등 유사 정보보호 관련 업무도 수행할 수 있게 겸직제한이 완화되었습니다.

또한 네이버는 CEO를 의장으로 주요 경영진이 참여하는 프라이버시보호위원회를 추가로 운영하며 전사 차원의 개인정보 리스크를 관리하고 있으며, 이에 더해 회사의 사업 영역이 확장되고 다양한 이용자의 프라이버시 요구에 효과적으로 대응하기 위해 2007년부터 개인정보보호 분야 최고 수준의 학계 및 법조계 인원들로 구성된 ‘네이버 개인정보보호위원회’를 통해 전문적인 연구활동 수행 및 외부 자문을 이어 나가고 있습니다. 2021년 4월 출범한 제8기 네이버 개인정보보호위원회는 온라인 개인정보보호 기초 연구 활동과 개인정보보호 활동 및 정책에 대한 자문 활동을 강화하고, 네이버 서비스 출시 및 개편 시 적용되는 개인정보보호 정책에 대해 다양한 시각에서 이슈를 검토하여 다양한 관점에서 해결방안 및 정책 제언을 적극적으로 제공할 예정입니다.

### 네이버 정보보호 관리체계



### 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 개인정보 관리시스템(nPIMS)을 운영하고 있습니다.

사후통제 절차로는 ‘서비스개인정보보호’, ‘위치기반서비스’, ‘모바일 앱 개인정보보호’, ‘개인정보 수탁자(네이버의 개인정보 처리 업무를 위탁 받아 처리하는 업체)’에 관한 현황 점검을 매년 실시하여 개인정보보호 리스크를 최소화하고 있습니다. 특히, 수탁자개인정보취급 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 개인정보 보호 수준 유지 및 향상을 위한 조치를 취하고 있습니다.

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

네이버의 개인정보 유출 사고는 2019년 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건이 유일합니다. 이는 이용자에게 연말정산에 필요한 영수증을 메일로 제공하는 과정에서 필요 이상의 데이터가 영수증 파일에 포함된 점이 문제가 되었는데, 사건 발생 당시 즉각적인 개인 정보 유출 중단 조치를 취해 추가 피해가 발생하는 것을 차단하였습니다.

이후 데이터 전송 시스템을 개선하기 위해 네이버는 데이터를 외부(Outbound)로 전송하는 시스템을 전수 검사하여, 모든 외부 개인정보 전송 사례를 중단하는 한편, 이용자가 직접 로그인하여 개인정보를 확인하는 방식으로 업무절차를 전환하여 데이터 전송 과정 중 침해나, 오 전송으로 인한 과도한 데이터 전달 등을 미연에 예방할 수 있는 체계를 갖추었습니다. 또한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건의 대응 경험을 토대로 ‘개인정보 유출 대응 가이드라인’을 개선하였으며, 개인정보 유출 사실에 대한 인지 및 이후 후속조치로서 규제기관 신고 및 이용자 통지가 신속히 이루어질 수 있도록 내부 시스템을 정비하였습니다. 아울러, 전자 개발자 및 개인정보취급자 대상 교육을 강화하여 사고 원인을 공유하는 한편 동일한 실수가 반복되지 않도록 주기적인 보안의식 강화 활동도 병행하고 있습니다.

### 정보보호 인증

| 다양한 네이버 정보보호 관리체계 인증                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div> <div>ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701</div> <div>국제 정보보호 관리체계 인증<br/>정보보호 수준의 지속적 개선 및 이용자 요구사항 충족을 보장하는 국제인증</div> </div> |
| <div> <div>ISMS</div> <div>정보보호 관리체계 인증<br/>네이버 데이터센터 각 운영에 대한 안정성 확보 및 서비스 제공</div> </div>                                        |
| <div> <div>ISMS-P</div> <div>정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증<br/>네이버 서비스의 정보보호 및 개인정보보호를 위한 일련의 활동들이 인증기준에 적합함을 보증</div> </div>              |
| <div> <div>SOC</div> <div>서비스 제공 및 운영 신뢰성 인증<br/>이용자의 프라이버시 보호에 초점을 맞추어 서비스 안정성과 내부통제 수준을 평가하는 국제 인증</div> </div>                  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div> <div>네이버 개인정보보호 원칙</div> <div> <div>1. 네이버는 개인정보보호에 관한 모든 법령과 국제 기준을 준수합니다.</div> <div>2. 네이버는 회원 개인정보의 처리를 항상 투명하게 공개합니다.</div> <div>3. 네이버는 이용자의 ‘개인정보 자기결정권’ 행사를 존중합니다.</div> <div>4. 네이버는 개인정보를 목적에 맞게 최소 수집하며, 책임 있게 관리합니다.</div> <div>5. 네이버는 이용자의 프라이버시 보호를 최우선으로 고려합니다.</div> </div> </div> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



개인정보보호 리포트



네이버 맞춤형 광고 안내페이지

### 개인정보 자기통제권 보장 극대화

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

네이버는 헌법상 권리인 이용자의 ‘개인정보 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 ‘동의한 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 동의철회시 이미수집된 개인정보는 삭제되며, ‘개인정보 제3자 제공’ 동의 철회 시 제3자에게 추가적인 개인정보 제공이 발생하지 않습니다.

네이버가 수집한 이용자의 개인정보는 기타 법령에 보관기간이 명시된 경우를 제외하고는 이용자에게 동의받은 기간 동안만 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 서비스 처럼 제공하는 ‘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 관해 다양한 기초 연구 자료를 제공하고 있습니다. 이외에도 미국, 일본 등 글로벌 개인정보 및 프라이버시 관련 법제 및 가이드라인을 프라이버시 센터의 ‘글로벌 지원’ 메뉴로 통합 제공하고, 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈 발생 시 이용자와 함께 논의할 수 있는 공식 블로그/SNS 및 네이버 프라이버시TV를 운영하여 이용자 소통을 확대해 나가고 있습니다.



투명성 보고서

| 투명성 보고서 통계               |                    |     |   | 2018      | 2019    | 2020      | 2021      |
|--------------------------|--------------------|-----|---|-----------|---------|-----------|-----------|
| 정부기관 자료 요청 대응 현황 (수사 목적) | 압수영장 <sup>1)</sup> | 요청  |   | 8,145     | 7,712   | 7,248     | 7,307     |
|                          |                    | 처리  | 건 | 6,710     | 6,109   | 5,269     | 5,269     |
|                          |                    | 제공  |   | 6,966,563 | 318,380 | 1,304,804 | 4,036,190 |
|                          |                    | 처리율 | % | 82        | 79      | 73        | 72        |
|                          |                    | 요청  |   | 17        | 18      | 6         | 5         |
|                          |                    | 처리  | 건 | 17        | 18      | 6         | 5         |
|                          | 통신제한 조치            | 제공  |   | 71        | 82      | 76        | 94        |
|                          |                    | 처리율 | % | 100       | 100     | 100       | 100       |
|                          |                    | 요청  |   | 4,255     | 4,266   | 2,506     | 2,094     |
|                          |                    | 처리  | 건 | 3,629     | 3,701   | 2,083     | 1,821     |
|                          |                    | 제공  |   | 12,798    | 8,139   | 4,793     | 3,997     |
|                          | 통신사실 확인자료          | 처리율 | % | 85        | 87      | 83        | 87        |
|                          |                    | 요청  |   | 311       | 119     | 49        | 33        |
|                          |                    | 처리  | 건 | -         | -       | -         | -         |
|                          | 통신자료               | 제공  |   | -         | -       | -         | -         |
|                          |                    | 처리율 | % | 0         | 0       | 0         | 0         |

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

\* 네이버는 지난 2012년 10월 통신자료 제공에 관한 사업자의 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

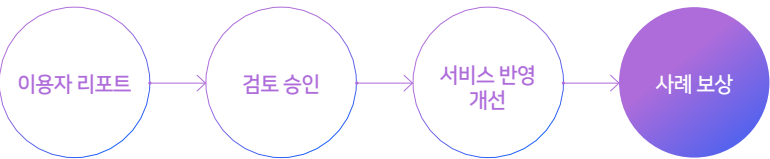
## 정보보호 문화 조성

### 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.

2021년에는 7월 정보보호의 달에 맞춰서 ‘PER 금메달 도전 이벤트’를 진행하여 보다 많은 이용자들의 PER 참여를 독려하였습니다. 2021년에는 총 41건의 의견이 접수되었으며, 그중 23건에 대하여 사례금을 지급하여 총 169.5만 원 상당의 네이버 페이 포인트 사례를 지급 하였습니다.

#### PER 제도 진행 절차



### 아동 프라이버시 보호

2019년 6월 정보통신방법 개정 및 2020년 8월 개인정보보호법 개정으로 만 14세 미만 아동을 대상으로 개인정보 처리와 관련한 사항을 고지 시 아동이 이해하기 쉽게 제공해야 하며, 법정대리인의 실질적인 동의 확인이 의무화되었습니다. 이에 네이버는 아동 이용자를 위해 네이버 회원가입 시 ‘개인정보 수집 및 이용에 대한 동의’의 아동용 버전을 제공하고, 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 ‘개인정보 이용내역 통지 메일’을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송합니다.

또한 주니어 서비스 내 ‘어린이용 네이버 프라이버시 TV’ 채널을 개설하여 어린이 대상 개인정보보호 교육 영상을 제공하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다. 이 외에도 어린이들을 위한 밴드 앱 ‘밴드 for Kids’와 밴드 웹이 PRIVO의 미국 아동 온라인 프라이버시보호법(COPPA: Children Online Privacy Protection Act) 세이프 하버 인증을 획득하며, 글로벌 수준의 아동 개인정보보호 체계를 검증 받았습니다.

### 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 제3자가 접근하지 않도록 암호화하고 있으며, 접근이 필요한 외부자는 별도의 인증 방법을 통해서만 접근이 가능합니다.

-접근할 수 있는 메뉴에 따라 다양한 권한 그룹을 생성하여 운영 시스템의 접근 권한을 관리합니다. 운영시스템 권한은 권한 신청 결과를 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.

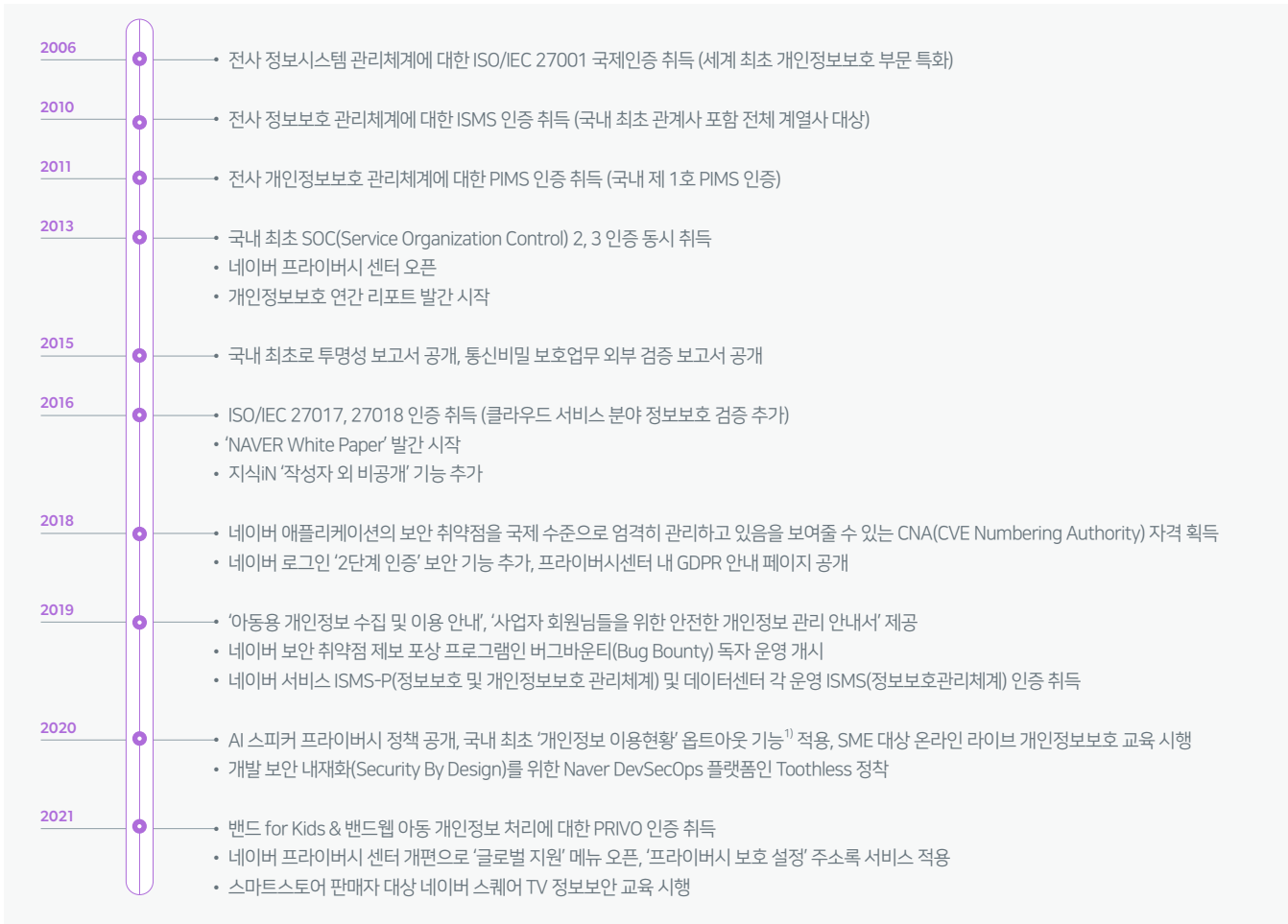
### 구성원 ‘정보보호 교육’

네이버는 개인정보보호법에 따라 연 1회 이상 개인정보 취급자에 해당하는 임직원을 대상으로 개인정보 보호 교육을 수행해야 하지만, 보다 엄격한 자체 기준을 적용하여 전체 임직원(정규직 외 계약직, 파견직 직원 모두 포함)을 대상으로 연 2회 교육을 진행하고 있습니다. 2021년에는 네이버파이낸셜, 네이버웹툰 등 총 25개 주요 네이버 계열사의 전체 구성원을 대상으로 필수 구성원 개인정보보호 교육을 진행하였습니다. 특히 네이버 및 계열사 내 법정 필수 교육 대상의 교육 수료 현황을 확인하고, 교육 미수료자는 사내 개인정보 처리 권한을 회수하였으며, 권한 재발급 필요 시에도 개인정보 보호교육 수료 확인 후에만 발급하고 있습니다. 개인정보보호 교육은 수준별(기초-입문-실전)로 나누어서, 직무나 관심에 따라 선택할 수 있도록 다양한 주제로 진행하였으며 개인정보 보호 담당자들이 직접 촬영 및 제작하여 구성원의 업무에 실질적인 도움이 되도록 하였습니다. 특히 2021년부터는 상하반기 교육 과정에 글로벌 개인정보보호 관련 강의를 추가하여 글로벌 프라이버시 컴플라이언스 역량 강화에도 노력하였습니다.

구성원 대상으로 한 정보보호 교육으로는 네이버 및 계열 법인 대상으로 ‘뉴노멀 시대, 변화되는 사내 보안정책’이라는 주제의 온라인 교육을 진행하였으며 전 구성원 중 96.9%가 관련 교육을 정상적으로 이수하였습니다.

최근 채용 확대에 따라 많은 인원이 신규로 입사하고 있어, 다양한 정보보호 교육의 필요성이 높아졌습니다. 이에 정보보호, 개인정보보호, 개발보안 및 정보보호 실천사항 등 4개 교육으로 상세 개편하여 신규 입사자의 정보보호 인식수준을 높이고 회사의 정보보호 규정을 이해한 후 업무를 시작할 수 있도록 하였습니다. 신규 입사자 정보보호 교육은 매달 시행되고 있으며 교육 종료 후 설문조사를 통해 교육 만족도와 개선 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 ‘TechShare’를 2019년부터 매월 개설하여 운영하고 있습니다. TechShare는 시스템과 보안 영역에서 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 사이버 보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우를 공유하는 강의입니다.

## 네이버 정보보호 주요 연혁



<sup>1)</sup> 옵트아웃 기능: 정보 소유 당사자가 정보수집을 명시적으로 거부할 때에 정보수집을 중단하는 정보처리 방식

## CASE STORY

## 일본 이커머스 시장 진출에 따른 일본 개인정보보호법 준수 대응

일본 이커머스 시장에 진출한 ‘마이스마트스토어(MySmartStore)’는 일본 판매자들이 무료로 스토어를 만들고 관리할 수 있는 온라인 스토어 제작 서비스로, 2021년 10월 베타 서비스가 시작되었습니다.

글로벌 프라이버시 컴플라이언스의 중요성이 높아지는 가운데 안전하고 신뢰받는 네이버 서비스 제공을 위하여, 사업 진출 계획 시점부터 사업부서와 개인정보보호 부서가 긴밀하게 협력해 일본의 개인정보보호법을 준수할 수 있도록 서비스 개발 및 검토를 진행하였습니다. 일본 향 개인정보처리방침을 자체 제작하여 공개하였으며, 법률 준수뿐 아니라 프라이버시에 대한 현지 분위기나 관행까지 조사하여 서비스에 반영할 수 있도록 노력하였습니다. 또한 일본 진출을 희망하는 네이버 서비스를 담당하는 임직원들 대상으로 ‘사내 일본 개인정보보호법 가이드라인’을 제정하여 공개하였는데, 일본 개인정보보호법 가이드라인은 일본 개인정보보호법의 적용범위와 개인 정보의 라이프사이클(취득-저장-제공/처리위탁-소거, 국외 이전)을 중심으로 각 단계별 실무 준수사항과 정보주체의 권리에 대한 내용을 포함하여 제정되었습니다. 또한 2021년 상반기 네이버 개인정보보호 필수 교육 강의 중 하나로 ‘일본 개인정보보호법에 대한 이해’ 강의를 개설하여 구성원들 대상으로 일본 개인정보보호법 내용에 대한 오프라인 교육을 진행하기도 하였습니다.



## ‘보안 위협 요소’의 효율적이고 투명한 관리

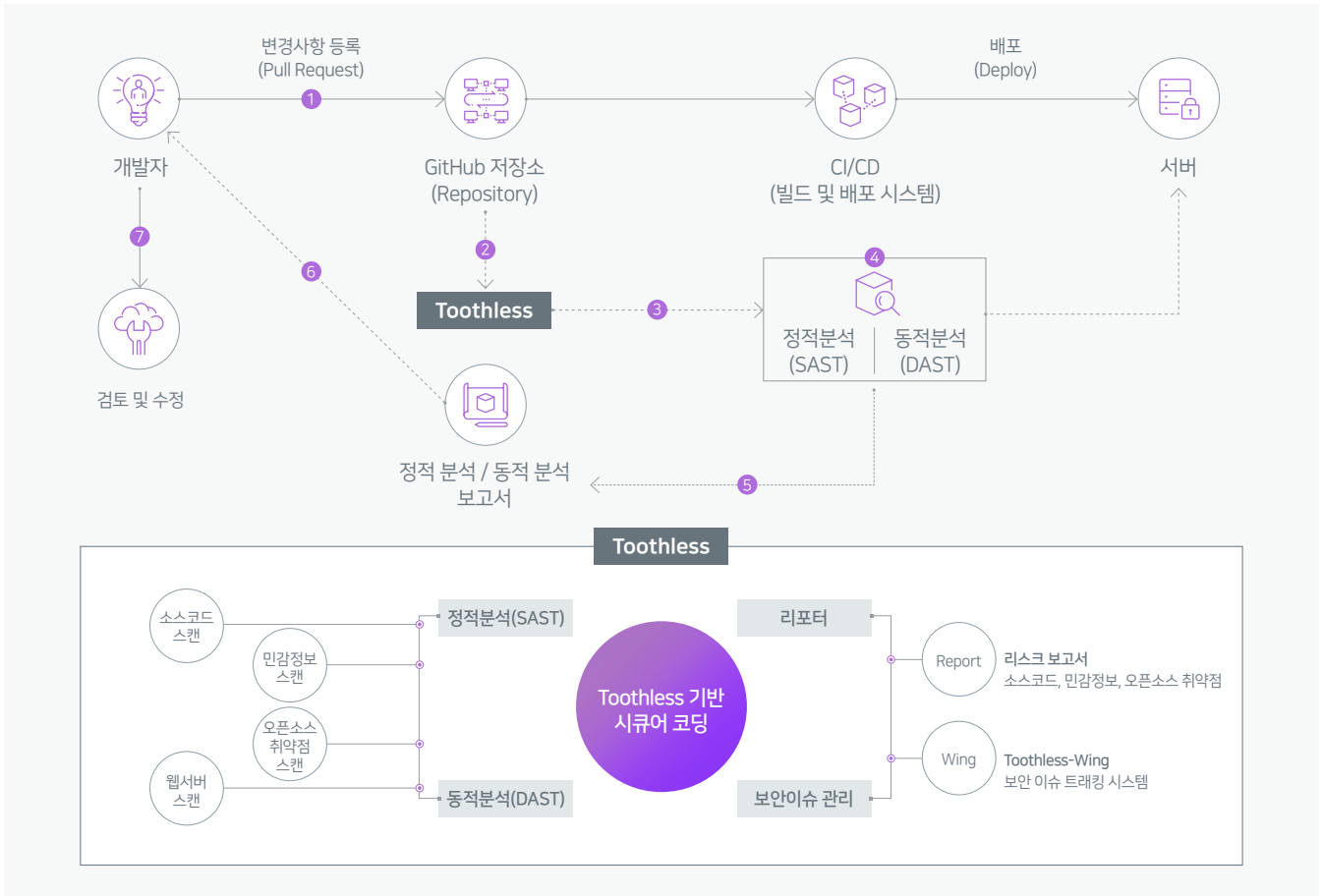
서비스 보안에 있어서도 Security by Design과 Usable Security 원칙을 서비스 전 영역에 적용하고자 노력하고 있습니다. 서비스 기획, 디자인에서의 보안 리뷰 절차를 마련하고 개발 완료 시점에서의 보안 검수 절차뿐 아니라 개발 중인 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안 리뷰가 가능한 OSS(Open Source Software, 원활한 협업을 위한 소스 저장소) 기반 DevSecOps 지원 시스템을 개발 운영하고 있습니다.

기획/설계/개발 단계에서 보안 요구사항이 아무리 잘 반영되더라도 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(<https://bugbounty.naver.com/ko/>) 프로그램을 자체적으로

운영해 오고 있으며, 이는 이용자에게 안전한 서비스를 제공하기 위한 모범적인 보안 강화 케이스라고 할 수 있습니다. 네이버 버그바운티는 2021년 기준으로 162명이 참가하여 291건이 제보되었으며, 제보된 보안버그에 대해 총 1.1억 원의포상금 지급이 이루어졌습니다.

또한, 네이버는 2018년 네이버의 SW보안 취약점을 국제표준 관리 번호인 ‘CVE번호(Common Vulnerabilities and Exposures)’를 발급할 수 있는 권한을 가진 ‘CNA(CVE Numbering Authority)’로 등록되었습니다. 이로써 네이버는 보안 취약점을 체계적으로 관리하고, 신속하게 대응할 수 있는 투명한 기업으로 자리매김 해오고 있습니다. 2021년에 발급한 3건을 포함하여, CNA 참여 이후 총 13건의 CVE번호를 발급하였습니다.

## 네이버 DevSecOps: Toothless





## 파트너 ‘개인정보보호 역량 강화’

네이버는 안전한 인터넷 생태계 조성을 위해 매년 스타트업 및 SME의 개인정보보호 활동을 지원하는 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 2018년부터 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원들에게 고객의 개인정보 관리에 대한 내용을 메일로 전달하고, 2019년에는 ‘개인정보 관리 안내서’를 제작하여 개인정보보호에 대한 기본 지식과 사업 운영 시 유용한 정보를 배포하였습니다. 2021년 사업자 회원 대상으로 ‘우리 고객의 개인정보보호를 위한 기본 수칙’, ‘사례를 통해 알아보는 개인정보 유출·노출 사고 예방법’을 주제로 개인정보보호 안내 메일을 발송하였습니다.

네이버는 더 많은 이용자의 개인정보보호 역량 강화를 위해 여러 유관 기관과의 협력을 이어오고 있습니다. 2020년 5월 한국인터넷진흥원(KISA)과 업무협약을 체결하였고, 2021년 KISA와 개인정보위원회가 주관하는 ‘내 정보 지킴이 캠페인’에 참여하여 일상생활 속 개인정보를 보호할 수 있는 생활 수칙을 카드뉴스로 안내하였습니다. 또한 2021년 11월 한국인터넷기업협회에서 기업들의 이용자 개인정보보호 활동 및 현황을 소개하는 릴레이 카드뉴스에 첫 주자로 참여하여, 다양한 개인정보 및 프라이버시 관련 지식을 제공하는 네이버 프라이버시센터 관련 내용을 이해하기 쉽도록 카드뉴스로 제작하여 공개하였습니다.

2021년 7월 ‘정보보호의 달’을 맞아 개인정보보호책임자(CPO)가 소상공인 사업자를 위한 온라인 개인정보보호 교육을 ‘소상공인이 알아야 할 개인정보 A to Z’를 주제로 진행하였고, 당일 3백 명이 넘는 인원이 교육을 수강하였습니다. ‘개인정보 이해하기’, ‘개인정보 침해 대응 방안 알아보기’, ‘개인정보 침해 사례 살펴보기’, ‘개인정보 참고 자료 활용하기’ 순서로 소상공인 사업자가 주지해야 하는 개인정보에 대한 설명과 개인정보를 처리할 때의 주의사항 등에 대해 설명하였습니다.

## 네이버 이용자 대상 정보보호 피해 예방 캠페인

네이버는 네이버 Security 블로그의 네이버 피싱 예방 캠페인을 통해 이용자의 소중한 정보를 지키기 위한 피싱 예방수칙 네 가지를 소개하는 캠페인을 진행하였으며, 이용자들이 쉽게 확인할 수 있도록 네이버 메일화면(PC/모바일)상단에 관련내용을 상시 공지하고 있습니다. 또한, 피싱을 포함하여 계정 도용 피해를 입은 피해자들의 POP3/IMAP 설정이 켜져 있는 경우 피해자의 모든 메일이 실시간으로 공격자 서버에 전송되어 2차, 3차 피해로 이어질 수 있으므로 이러한 메일 계정 피해를 예방하기 위한 메일 설정, 활동 기록 보기 등의 방법도 같이 안내하고 있습니다.



사업자 회원을 위한  
안전한 개인정보  
관리 안내서



네이버 Security  
블로그

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

| 버그바운티    |     |       |        |       |        |
|----------|-----|-------|--------|-------|--------|
| 구분       |     | 2018  | 2019   | 2020  | 2021   |
| 보고된 버그 수 | 개   | 208   | 533    | 314   | 291    |
| 제보자 수    | 명   | 31    | 129    | 154   | 166    |
| 포상 금액    | 만 원 | 4,425 | 11,900 | 8,089 | 11,553 |

| CVE 명명 건 수                                           |   |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------|---|------|------|------|------|
| 구분                                                   |   | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| CVE 명명 건 수<br>(Common Vulnerabilities and Exposures) | 건 | 4    | 2    | 3    | 3    |

## 이용자 보호 및 사회적 역할 수행

네이버는 글로벌 경쟁력을 가진 기술 플랫폼 기업으로서, 사용자에게 새로운 연결의 경험을 선보이며, 다양한 기회와 가능성을 열어 나가는 것을 가장 중요하게 생각하고 있습니다. 네이버는 플랫폼 안에서 오가는 정보와 콘텐츠들이 안전하고 풍요로울 수 있도록 여러 노력을 기울이고 있습니다.

### MANAGEMENT APPROACH

인터넷, 모바일, AI 등의 기술 발전은 우리의 일상을 돕고 문제를 해결하는 일을 하기도 하지만, 사회에는 첨단 기술을 바라보는 다른 시각도 존재합니다. 네이버는 기술 경쟁력을 확보하면서도 사회적 요구에 맞는 역할을 다하기 위하여 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 이에 네이버는 불법 촬영물, 음란 게시물, 악성 댓글, AI 안전 등에 대해 리스크 요인을 점검하고 선제적인 대응을 하고자 노력하고 있습니다.

특히 네이버는 이러한 노력들이 가시화될 수 있도록 신속한 어뷰징/음란물 감지와 사후 제한뿐만 아니라, 리스크 사전 차단과 이용자 인식 제고를 위해서도 노력하고 있습니다.

### KEY PERFORMANCE



## 이용자 안전 보장

네이버는 ‘그린인터넷 캠페인’을 통해 네이버 UGC(User-Generated Contents) 서비스 내 불법 게시물 차단을 위해 노력하고 있습니다. 네이버는 2009년 인터넷 자율 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 한국인터넷 자율정책기구(KISO) 정책 규정을 적용하고 높은 수준의 운영정책을 구축 중입니다.

네이버는 UGC 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.

이에 나아가 2021년에는 X-eye 2.0 모델을 업그레이드 하였습니다. 기존 정상/음란으로만 구분하던 X-eye 1.0 대비, X-eye 2.0는 정상/음란/성인/선정 4가지 등급으로 필터링 커버리지를 확대하면서도 더욱 높은 판단 정확도인 99.5%를 달성하였습니다. 이러한 개선된 X-eye 2.0은 uMon<sup>1)</sup>과의 연동을 통해 모델 업데이트 과정을 자동화하였으며 상시 업데이트가 가능하여 음란물 사전 차단이 더욱 정확하고 용이해질 것으로 기대되고 있습니다.



네이버 그린인터넷

<sup>1)</sup> uMon: UGC(User-Generated Contents)를 총체적으로 관리 및 검수하는 통합 모니터링 시스템

### 네이버 그린인터넷

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

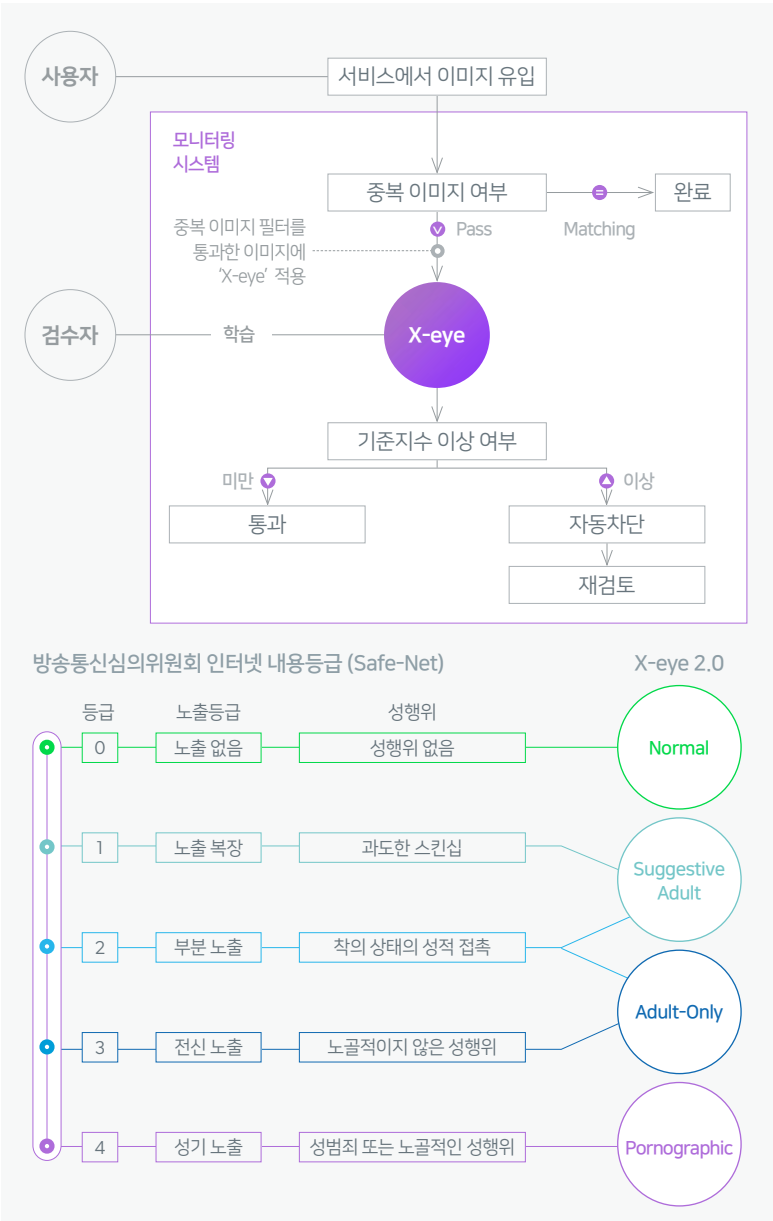
나아가 2021년에는 불법촬영물 유통 방지와 악성 댓글 차단을 위해서도 적극적으로 노력하였습니다. 먼저, 불법촬영물의 신속한 신고와 대응이 가능하도록 관리 체계를 구축하였습니다. 네이버는 365일 24시간 불법촬영물 신고 대응 체계를 구축하고 있습니다. 또한 2021년에는 피해자가 신고채널을 쉽게 알 수 있도록 안내를 강화하고 관련 키워드를 검색 시 캠페인과 도움말이 노출될 수 있도록 화면을 개편하였습니다. 이외에도 불법촬영물에 특화된 DNA 필터링 시스템을 도입하였으며, 이는 향후 방송통신위원회와도 협업하여 보다 개선될 예정입니다.

또한 네이버는 욕설, 혐오표현 등 악성 댓글 문제를 해결하기 위해 댓글 닉네임과 활동 이력 공개, 특정인의 댓글 차단 기능 도입 등 다양한 기술적 시도를 실시하였습니다. 욕설은 물론 무례한 표현까지 탐지하는 AI 클린봇을 도입하고 성능을 업그레이드한 결과 악성 댓글 작성 및 노출 건수를 크게 줄였으며, 2021년 초에는 욕설뿐 아니라 과도한 성적표현까지 차단하도록 업그레이드하는 등 지속적으로 노력하고 있습니다. 또한 이용자 피해 예방활동 및 보호 프로세스를 더욱 기민하게 포착할 수 있도록, 관련 현업부서를 경영진 직속 위원회로 별도 분류하여 경영진의 관리 책임을 고도화하였습니다.

네이버의 서비스 영역이 지속적으로 확대되면서, 이용자의 서비스에 대한 문의, 의견, 기능개선 요청 등 VOC 또한 증가하고 있습니다. 네이버는 이용자의 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 고객센터를 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.

이 외에도 네이버는 이용자 표현의 자유와 지식재산권을 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(Korea Internet Self-Governance Organization, KISO) 정책 규정을 적용하고 높은 수준의 운영정책을 구축하고 있습니다.

### X-eye 기술 소개 및 적용 예시



## 인터넷윤리 인식 제고를 위한 임직원 교육

네이버는 임직원의 인터넷윤리 인식 제고를 위해서도 노력하고 있습니다. 2022년부터는 본격적으로 임직원을 대상으로 그린인터넷 관련 교육을 실시할 계획이며, 관련된 사내 홍보와 캠페인을 진행함으로써 임직원의 인식을 제고하고자 합니다.

이외에도 2021년 불법유해정보 모니터링을 수행하는 그린웹서비스의 담당자를 대상으로 진행한 직무교육 성과는 하기 표와 같습니다.

| 불법유해정보 관련 직무교육 실시 성과 |             |
|----------------------|-------------|
| 구분 (서비스)             | 누적 교육시간 (H) |
| 이미지/동영상 (X-eye 등)    | 139         |
| 카페/블로그/포스트           | 191         |
| 지식인                  | 284         |
| 카페/블로그 메타검수          | 276         |
| 콘텐츠                  | 606         |
| 검색결과+검색어             | 642         |
| 뉴스댓글                 | 131         |
| 유해물 신고 처리 담당         | 870         |

## 사람을 위한 AI 윤리

네이버는 사용자의 일상에 편리함을 더하기 위해 기술을 개발해 왔고, AI 기술 역시 사람을 위한 일상의 도구로 활용될 수 있도록 발전시켜 나가고 있습니다. 네이버는 AI가 세상의 다른 모든 것처럼 완벽할 수 없다는 점을 인식하고 있기에, 이를 지속적으로 살펴보며 개선해 나가려고 합니다.네이버는 2021년 2월, AI에 대한 사회적 요구와 네이버의 기업철학을 통합적으로 반영한 ‘네이버 AI 윤리 준칙’을 공개하였습니다. 이는 2018년부터 서울대학교 AI 정책 이니셔티브(SNU AI Policy Initiative: SAPI)와 협업한 결과물입니다.

뿐만 아니라, 2021년 6월 네이버는 독일 튀빙겐대와 안전하고(safe) 신뢰할 수 있는(trustworthy) AI 연구개발을 위한 MOU를 맺어 공동 연구소 설립, 연구인력 상호 교환방문, 학생연구자 지원 등의 교류를 이어갈 예정입니다. 네이버는 이미 국내 기업 최초로 초대규모 AI ‘하이퍼클로바’<sup>1)</sup>를 공개하고 서울대, 카이스트, HUST(하얼빈과기대), PTIT (우정통신대), 네이버랩스유럽 등과 함께 글로벌 AI 연구혁신 생태계를 구축하여 최고 수준의 연구개발 역량을 확보하고 있습니다.<sup>2)</sup> AI의 편향성을 경감하고 해석 가능성을 높이는 데 주안점을 두는 ‘신뢰 가능한 AI’라는 AI 연구 패러다임을 선도하기 위해 끊임없이 연구개발을 지속하고자 합니다.

이렇듯, 네이버는 AI 연구의 리더십을 획득하는 동시에 AI 윤리를 실제 현장에서 실천하고자 지속적으로 노력하고 있습니다. 2021년 11월에는 처음으로 NAVER-SAPI AI 리포트를 발간하였습니다. AI 윤리 준칙과 마찬가지로 SAPI와의 협업을 통해 금번 발간된 첫 번째 리포트는 네이버의 다양한 AI 기술과 네이버 AI 윤리를 소개하는 내용으로 구성되었습니다. 구체적으로는 네이버의 AI 기술과 서비스를 자연어 의사소통, 컴퓨터 비전, 추천, 로봇공학으로 체계화하여, AI가 구체적으로 어떤 기술들로 구성되어 있고, 이러한 기술이 일상 속 네이버 서비스에 어떻게 적용되고 있는지를 설명하고 있습니다. 이를 통해 사회에서 AI가 추상적인 개념으로만 다뤄지는 것을 방지하고, 현실적 측면에 토대를 둔 AI 논의가 가능해질 것으로 기대하고 있습니다. 네이버 AI 윤리 준칙을 만들게 된 배경과 방향성부터 진행 과정, 세부 내용, 발표 이후의 실천 방안에 대한 내용을 상세하게 담아 AI를 사람을 위한 일상의 도구로 바라보는 네이버의 관점과 방향성을 제시하였습니다.

네이버는 AI 윤리 준칙이 구호에 그치지 않도록 유연한 사내 커뮤니케이션 채널을 마련하여, 프로젝트 진행이나 서비스 개발 시에 사안을 중심으로 문의하고, 논의를 진행할 수 있는 메일링 그룹을 운영 중입니다. 또한 향후에도 지속적으로 AI 케이스 리포트와 프로그레스 리포트를 발간하고, 스타트업 지원기관과도 연계해 네이버의 AI에 대한 경험과 노하우를 전달할 계획입니다. 앞으로도 네이버의 AI에 대한 고민과 경험을 사회에 공유하여 AI가 우리 사회 구성원 모두의 자산이 될 수 있도록 노력하겠습니다.

네이버 AI 윤리 준칙을 소개하는 QR코드를 스캔하시면, AI 윤리 준칙을 소개하는 리포트와 AI 윤리 가이드를 보실 수 있습니다.

| 네이버 AI 윤리 준칙       |                                                                                                                                                                   |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 사람을 위한 AI 개발     | 네이버가 개발하고 이용하는 AI는 사람을 위한 일상의 도구입니다. 네이버는 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 삼겠습니다.                                                                                  |
| 2 다양성의 존중          | 네이버는 다양성의 가치를 고려하여 AI가 사용자를 포함한 모든 사람에게 부당한 차별을 하지 않도록 개발하고 이용하겠습니다.                                                                                              |
| 3 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. |
| 4 안전을 고려한 서비스 설계   | 네이버는 안전에 유의하여, 서비스의 전 과정에서 사람에게 유해한 영향을 미치지 않는 AI 서비스를 설계하겠습니다.                                                                                                   |
| 5 프라이버시 보호와 정보 보호  | 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.                             |

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

<sup>2)</sup> 2022년 1월 세계 최고 권위 머신러닝(ML, Machine Learning) 학회 ‘ICLR(표현 학습 국제 학회)’ 2022’에서 네이버 클로바가 12개, 네이버랩스유럽(NLE)과 라인 포함 시, 총 17개의 논문이 채택됨. 국내 기업이 최고 수준의 머신러닝 학회에서 두 자릿수 논문을 발표하는 것은 네이버가 최초 사례임



NAVER-SAPI AI 리포트

## 구성원 ‘AI 윤리 교육’

네이버는 구성원의 AI 윤리 교육에도 힘쓰고 있습니다. 2021년 4월, 네이버는 신입 책임리더를 대상으로 네이버 AI 윤리 준칙과 방향성을 교육하였습니다. 이에 나아가 2022년부터는 본격적으로 구성원을 대상으로 AI 윤리 교육을 실시하고자 하며, 관련된 사내 홍보와 캠페인을 진행함으로써 네이버 AI 윤리가 네이버 기업문화 전반에 스며들며 전 구성원이 자연스럽게 내재화할 수 있도록 만들고자 합니다.

## 모든 사용자를 위한, 서비스 접근성 제고

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 W3C의 WCAG(Web Content Accessibility Guidelines)와 한국 접근성 표준인 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.

네이버는 정보 접근성에 대한 정보 및 교육, 체험을 제공하는 ‘널리(NULL)’를 운영하고 있습니다. 특히 널리는 다양한 사용자의 상황을 겪어볼 수 있는 ‘정보 접근성 체험’을 제공합니다. 저시력 시각장애, 전맹 시각장애, 손 운동장애 및 중증 운동장애 사용자가 겪게 되는 웹 사용 경험을 마주함으로써 나와 다른 사용자의 상황에 공감하고 다 함께 웹의 문턱을 낮춰갈 수 있는 방향을 고민하고자 합니다. 나에게는 편리했던 앱도 고령자나 장애인에게는 힘겹게 느껴지는 문턱일 수 있음을 이해하고 함께 개선해 나갈 수 있는 공간을 마련하고 있습니다.

<sup>1)</sup> WAI-ARIA(Web Accessibility Initiative - Accessible Rich Internet Applications) : 동적인 콘텐츠나 사용자 인터페이스의 접근성을 향상시켜 웹 콘텐츠에 대한 접근성을 기존보다 높이는 방법으로, W3C에서 국제표준으로 제정

뿐만 아니라 네이버는 2012년부터 매년 정보 접근성 세미나인 ‘널리 세미나’를 개최하고 있습니다. 초기에는 마크업 개발자를 대상으로 하는 세미나였으나, 회를 거듭하면서 한정된 직무 담당자가 아닌 기획자, 디자이너, 개발자 등 실무에 참여하는 모든 사람을 대상으로 네이버의 접근성 관련 고민과 노하우를 공유하는 세미나로 발전하였습니다. 2021년에는 디지털 포용, 다양성 그리고 접근성(Digital Inclusion, Diversity and Accessibility)을 주제로 IT업계와 학계, 기관의 Virtual Reality, WAI-ARIA<sup>1)</sup>, Accessibility, Usability, 디지털 포용, 글로벌 표준에 대한 다양한 사례와 연구 실적을 공유하였습니다.

앞으로도 네이버는 기술과 사람을 이어주는 접근성이 더욱 많은 사람들에게 보편적인 가치가 될 수 있도록 더 멀리 보고, 더 깊게 고민하고, 더 많이 나누겠습니다.



NULI

### 접근성 4대 핵심원칙

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



# 사람 중심 경영

네이버는 네이버와 연결된 모두의 인권을 존중하고 보호하기 위해 노력합니다. 다양한 개인이 모여, 서로의 가치를 인정하며 행복할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

## MANAGEMENT APPROACH

기업의 가장 큰 존재가치는 기업을 둘러싼 모든 이해관계자의 행복입니다. 그중 기업과 함께 성장하는 구성원의 인권 존중과 행복은 가장 기본적이고 중요한 가치입니다. 이에 네이버는 구성원의 인권을 보호하고 함께 행복할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 특히 최근 인권정책기본법 제정안이 통과되는 등 기업 내 구성원의 인권 존중과 보호에 대한 중요성이 증대되고 있습니다. 이에 네이버는 구성원의 인권 보호와 관련하여 보완해야 할 사항이 많다는 점을 인지하며, 2021년 처음으로 인권영향평가와 조직문화 건강도 조사를 실시하였습니다.

또한 국제 가이드라인을 기반으로 한 상세 인권지침을 마련함으로써 인권경영체계 개선을 위해 열심히 노력하고 있습니다. 네이버는 앞으로도 잠재적인 인권 이슈에 선제적으로 대응하며 보다 많은 사람들과 함께 행복할 수 있는 방향을 다방면으로 모색하겠습니다.

## KEY PERFORMANCE



네이버 10대  
인권지침 전문

## 사람 중심 정책

네이버는 네이버가 속한 생태계에 있는 모든 이해관계자가 존중받을 수 있도록 적극적으로 노력합니다. 네이버는 기업의 사회적 책임을 다하기 위하여, 2021년 3월부터 유엔 글로벌 콤팩트(UNGC: United Nations Global Compact)에 가입하여 인권, 노동, 환경 개선과 반부패 활동에 관한 UNGC 10대원칙을 공개적으로 지지하고 있습니다.

또한 이외에도 세계인권선언, 국제노동기구(ILO)협약, OECD 다국적기업 가이드라인 및 유엔 기업과 인권 이행 지침(UNGPs), RBA Code of Conduct를 기반으로 경영활동 상의 인권 침해가 발생하지 않도록 엄격히 관리합니다. 네이버는 우리의 사람 중심 정책이 네이버뿐 아니라 네이버의 자회사, 비즈니스 파트너사 및 소비자에게도 준수될 수 있도록 최선의 노력을 다할 것을 약속합니다.

네이버는 10대 인권 지침을 마련하여 모든 사업 운영 과정 내에서의 잠재적 리스크를 엄중히 관리합니다. 네이버의 10대 인권 지침은 국내외 주요 인권 규범과 이해관계자별 잠재 리스크 분석을 기반으로 수립되었습니다.

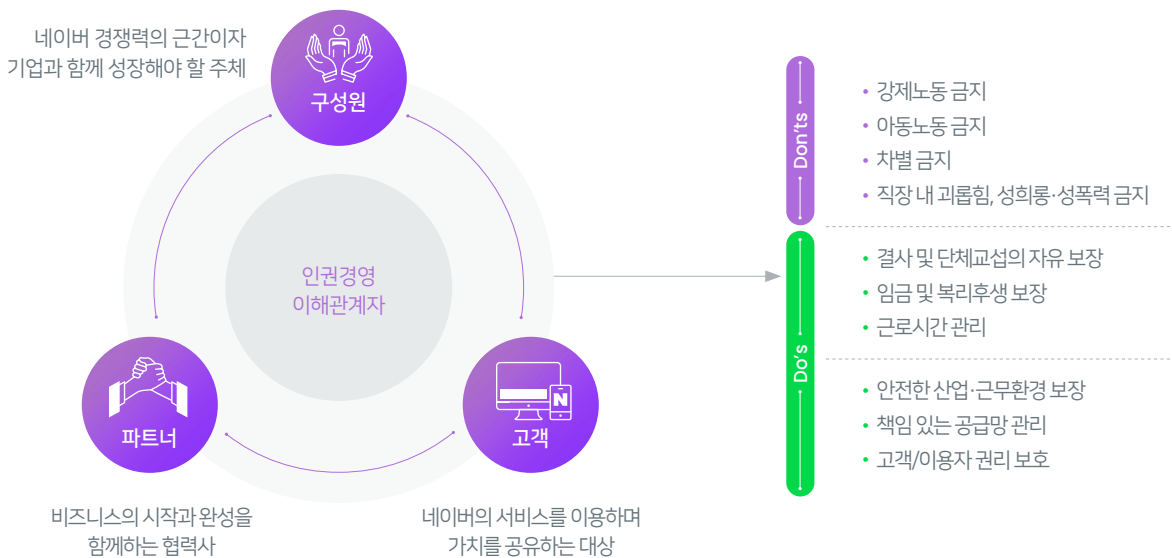
## 사람 중심 경영 추진체계

### 전담 조직 신설

네이버는 사업 운영 과정 내/외부 모든 이해 관계자를 존중하고 보호하기 위해 사람 중심 경영을 적극적으로 추진하고 있습니다.

네이버는 전담 조직을 중심으로 유관부서와의 협업 및 이사회/최고경영진 보고 체계를 수립함으로써 전사적인 사람 중심 경영 추진 체계를 구성하였습니다. 2022년 신설되는 전담조직은 이사회 산하의 컨트롤타워입니다. 특히 해당 조직 리더는 외부전문가를 선임함으로써 네이버의 인권 리스크 관리 및 개선이 더욱 전문적으로 이루어질 수 있도록 하였습니다.

### 인권경영 이해관계자 및 네이버 10대 인권지침



해당 전담 조직은 네이버 내/외부에서 발생하는 주요 인권 리스크를 총괄합니다. 주기적으로 네이버의 인권 정책을 검토 및 개편하며, 인권영향평가를 실시함으로써 잠재적인 리스크를 포착하고 완화하기 위해 노력합니다. 이외에도 고충처리채널을 통해 접수된 사안들에 대해 중립적이고 투명한 처리가 이루어졌는지 검토합니다. 또한 인권영향평가 및 고충처리채널 등을 통해 포착된 네이버의 리스크 관련 개선과제를 전사 유관부서와 협업하여 적절히 수행될 수 있도록 관리합니다. 향후 네이버는, 사내의 인권 리스크 관리뿐만 아니라 파트너 및 SI, 메타버스 등의 서비스 차원의 인권 리스크도 관리 및 개선할 수 있도록 노력할 것입니다.

#### 사람 중심 경영 Working Group

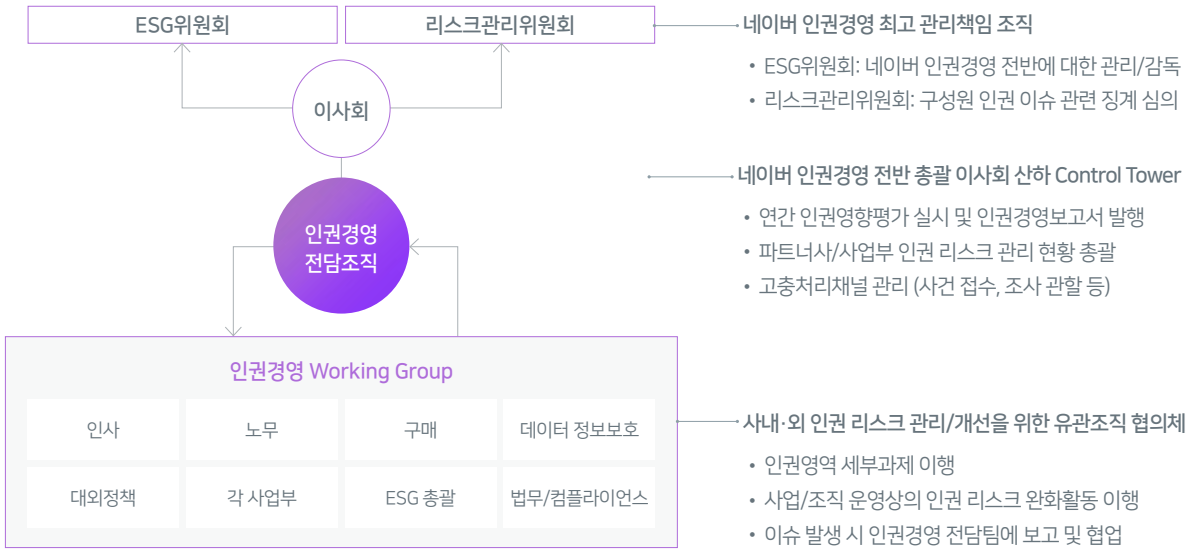
나아가 네이버 사업 및 서비스 운영 전반에도 사람 중심 문화가 내재화 되도록 사람 중심 경영 Working Group을 구성하였습니다. 사람 중심 경영 Working Group은 인권 리스크 관리 및 완화를 위한 유관조직 협의체입니다. 주로 사람 중심 경영 관련 세부 과제를 이행하고 서비스 및 조직 운영 상의 인권 리스크 완화활동을 직접 이행하는 역할을 맡고 있습니다. 사람 중심 경영 Working Group과의 협력을 통해, 전담 조직이 단독으로 실천할 수 없는 네이버 파트너사 인권 리스크 관리, 이용자 및 서비스 인권영향 관리 등을 이행하고 개선해 나갑니다.

이외에도 사람 중심 경영 Working Group은 주요 인권 이슈 발생 시 전담 조직과 논의하고 협력하여 전문적인 인권 리스크 완화 방안이 수립될 수 있도록 노력하고 있습니다. 네이버는 사람 중심 문화 내재화 및 확산을 위하여, 조직 내 협업구조를 만들 수 있도록 지속적으로 노력하겠습니다.

나아가 네이버는 사람 중심 경영을 조직 운영의 우선 순위로 삼기 위해 최고경영진 및 이사회의 관리체계도 마련하였습니다. 인권 전담 조직은 정기적으로 이사회 내 소위원회인 ESG위원회에 인권경영 현황에 대해 보고합니다. ESG위원회는 네이버 사람 중심 경영체계의 최고 책임조직으로 사람 중심 경영 추진 방향성에 대해 전문적이고 독립적인 피드백을 제공합니다.

중대인권 이슈 발생 시, CEO가 위원장을 맡고, 전원 사내인원으로 구성된 심의위원회에 독립적인 심의권한이 부여되며, 내부적으로 접수된 고충처리 건에 대한 징계에 대해서도 사내 심의위원회에서 책임감을 갖고 심의를 진행합니다. 네이버는 최고경영진이 적극적으로 인권경영에 참여하고 관리함으로써 기업의 사회적 책임을 다하겠습니다.

#### 인권경영 추진체계

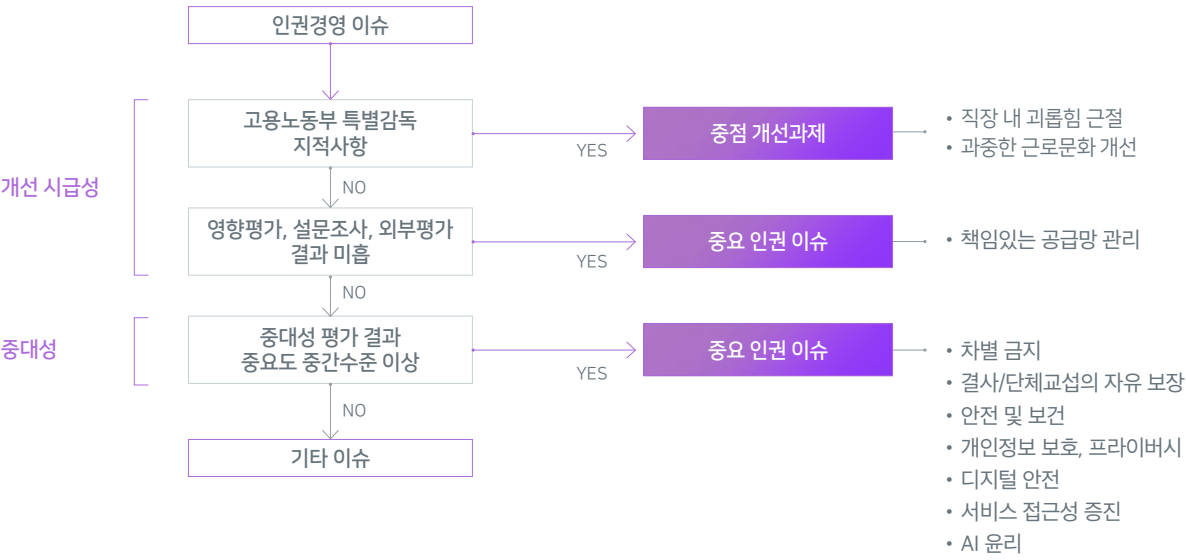


## 네이버 사람 중심 경영 현황

네이버는 사람 중심 경영을 본격적으로 추진하기 위해 2021년 처음으로 자사의 사람 중심 경영 현황 진단을 실시하였습니다. 또한 문제해결 및 법률 준수 이상의 선도적인 사람 중심 경영 수준 확보를 위하여 외부이해관계자 및 국제가이드라인의 요구사항을 반영한 종합적인 인권현황 진단 Framework를 수립하였습니다.

네이버 인권현황 진단 Framework는 1) 인권영향평가, 2) 구성원 조직문화 Survey, 3) 고용노동부 특별근로감독 결과, 4) ESG 외부 평가기관 진단결과를 총체적으로 반영하여 구성되었습니다. 이를 바탕으로 인권경영 개선과제를 도출하였으며, 도출한 개선과제는 유관부서의 조율 하에 시행되고 있습니다.

#### 주요 인권 이슈 선정 프로세스



#### 인권경영 현황 진단



## 현황 진단 결과

### 주요 인권 이슈

인권경영 현황 진단에 따라 네이버는 조직 운영 및 비즈니스 전반에 걸쳐 발생가능한 주요 인권 이슈를 도출하였습니다. 특히 진단 결과에 따라 중대한 리스크가 발견된 영역은 중점 개선 과제로 지정하여 향후 개선을 위한 계획과 조치를 소통할 예정입니다.

### 중점 개선과제

중점 개선 과제는 네이버의 개선 추진이 시급한 과제를 의미합니다.

| 과제          | 이해관계자 | 내용                                                                                              |
|-------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 직장 내 괴롭힘 근절 | 구성원   | 구성원 간 발생가능한 정신적/육체적 고통, 공개적 수치심 유발, 폭언, 성희롱·성폭력을 포함한 일체의 괴롭힘 행위를 근절하기 위한 노력                     |
| 과중한 근로문화 개선 |       | 법정 근로시간 준수를 기반으로, 연장근로 발생을 최소화하며, 부득이한 연장근로 발생 시 관련 현황 및 추가 근로수당 지급을 명확하게 관리하여 구성원 일과 삶의 균형을 존중 |

### 잠재 인권이슈

현황 진단을 통해 인권경영 고도화 측면에서 필요한 중요이슈도 식별하였습니다. 해당 이슈들 중에는 진단 결과 우수한 관리체계를 구축한 것으로 평가된 항목도 있으나, 지속적으로 관리되지 않을 경우 기업과 사회 전반에 심각한 부정적인 영향을 미칠 수 있어 주의가 필요한 이슈로 선정되었습니다.

| 과제                 | 이해관계자       | 내용                                                                                    |
|--------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 차별금지               | 구성원         | 성별과 출신에 따른 채용, 승진, 급여, 복리후생 여하의 차이를 근절하여 공정한 노동 관행 조성                                 |
| 결사 및 단체교섭의 자유 보장   |             | 노동조합과의 상호 소통을 기반으로 조직 내 인권이슈를 모니터링하고, 관련 의사결정 시 노사 간 대화에 기반하는 협력적 노사관계 형성             |
| 안전 및 보건            |             | 근로자의 육체적, 정신적 안전을 보호하는 근로환경을 조성하고, 취약근로자 대상 적정 위생/안전 시설 제공                            |
| 개인정보 보호 및 프라이버시 존중 | 고객/이용자      | 고객의 민감정보 취급/수집에 관한 국내·외 규제와 내부 정책을 엄격히 준수하여 서비스 신뢰성 제고                                |
| 디지털 안전             |             | 불법정보로부터 이용자를 보호하여 안전한 인터넷 문화 조성                                                       |
| 서비스 접근성 증진         | 파트너사        | 이용자의 물리적, 신체적 환경 차이에 관계없이 동일한 수준의 서비스를 쾌적하게 이용할 수 있도록 고령자, 장애인에 대한 서비스 장벽(Barrier) 해소 |
| 책임 있는 공급망 관리       |             | 네이버와 사업을 영위하는 과정에서 발생가능한 인권 침해 이슈를 근절하고 파트너사의 자발적 인권경영 유도                             |
| AI윤리               | 고객/이용자, 구성원 | AI 서비스의 개발 및 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 삼고, AI 서비스에 대해서는 지속적으로 살펴보며 개선 추진                |

## 주요 인권이슈 개선방안

### 인권 고충처리채널 및 구제절차 개선

네이버는 직장 내 괴롭힘/성희롱을 포함하여 업무와 관련된 인권 고충사항이 발생한 경우 누구나 회사에 신고할 수 있도록 구성원이 이를 제보할 수 있는 채널을 운영 중입니다.

### 식별 이슈 및 보완 필요 사항

고용노동부 특별근로 감독 조사 및 직장 내 괴롭힘 구제 절차와 관련된 자체 구성원 설문조사 결과, 구성원들의 사내 고충처리채널 효용성에 대한 인식 부족과 낮은 신뢰도 등 개선점이 발견되었습니다. 구성원들의 의견을 수렴하여 고충처리 채널의 신뢰도를 제고할 계획입니다.

### 향후 개선 추진사항

네이버는 이해관계자들이 업무 중 고충이 발생한 경우 공식 제보 채널을 적극 활용할 수 있도록 시스템을 다방면으로 개선할 계획입니다. 먼저, 고충처리 제도의 신뢰도를 제고하기 위하여 다음과 같은 원칙을 철저히게 준수할 것을 약속합니다. 더불어 기존의 직장 내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 전문 고충처리 채널 조사 과정이 전적으로 외부 독립기관의 진행에 의존함으로써 야기되었던 징계조치 적절성·현실성 문제를 해결하기 위해 조사 후 노동조합의 의견을 청취하는 프로세스를 추가할 예정입니다. 또한 개편된 인권 고충처리 시스템을 내/외부 이해관계자에게 적극적으로 커뮤니케이션하겠습니다.

### 공정한 고용 및 노사관계

네이버는 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 구성원의 기본적인 권리를 존중합니다. 네이버는 결사의 자유를 보장하기 위해 고용조건으로 특정 노동조합 가입 또는 탈퇴를 제시하지 않으며, 노동조합 가입 또는 활동을 이유로 인사상 불리한 처우를 하지 않을 뿐만 아니라, 정당한 노동조합 활동에 개입하거나 이를 방해하지 않을 것을 약속합니다. 네이버는 노사 간의 발전적인 소통을 통한 상생과 협력의 관계를 지향하고 있으며, 구성원은 노동조합 등을 통해 자유롭게 모임을 가지고 근로조건 등에 대해 의견을 제시할 수 있습니다. 네이버는 ‘근로자참여 및 협력 증진에 관한 법률’에 따라 노사협의회 NVO를 설치하여 구성원과의 소통을 전개하고 있습니다. 구성원 9명으로 구성된 NVO 위원들은 경영진 등 사용자위원과의 정기적인 회의에서 직원들의 목소리를 전하고 있습니다. 2021년 NVO와 정기회의의 4차례, 수시회의의 4차례가 진행되었으며, 근로조건 등과 관련해서 다양한 주제로 논의가 있었습니다.

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

### 인권교육

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

| 네이버 인권 고충처리채널 |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| kNock         | 사내 통합 채널인 ‘kNock’는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 채널입니다. 근로자가 kNock에 고충사항을 접수하면, 분야별 담당자가 문의사항에 대한 상세한 설명을 제공하고, 나아가 회사의 제도나 기준에서 개선이 필요한 점을 살피게 됩니다.                                                                                                                         |
| With U        | ‘With U’는 직장 내 괴롭힘·성희롱에 특화된 채널입니다. 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 구성원은 With U를 통해 익명으로 신고할 수 있으며, 채널을 통해 접수된 건은 사내 조사 전담기구에 의해 사실 확인 및 정식 조사를 거치게 됩니다. 조사 결과에 따른 징계 심의는 CEO가 위원장이 되고 사내인원으로 구성된 심의위원회에서 실시합니다.                                                               |
| NVO<br>고충상담   | 네이버 노사협의회 ‘NVO(NAVER Valuable Opinion)’가 운영하는 상담 게시판을 통해서도 고충이 접수되고 있습니다. NVO 고충 상담 게시판은 ‘근로자참여 및 협력 증진에 관한 법률’에 따라 설치된 채널로, NVO 근로자위원 중 3인이 운영하고 있으며, 일반 게시판을 통해 공개적으로 건의하기 어려운 고충을 접수하는 역할을 합니다. 협의회 위원들은 접수된 고충을 경영진, 담당부서 등에 전달하고 이를 바탕으로 사내 제도 개선이 필요한 부분들을 논의하고 있습니다. |

| 네이버 인권 고충 처리 관련 주요 개선사항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 네이버는 인권 침해가 신고된 경우 자체없이 조사가 이루어지도록 조치합니다.</li> <li>2) 네이버는 조사 기간 동안 피해 근로자를 보호하기 위하여 필요한 경우 해당 피해 근로자에 대하여 근무장소의 변경, 유급휴가 명령 등 적절한 조치를 합니다. 이 경우, 피해 근로자의 의사에 반하지 않는 것을 원칙으로 합니다.</li> <li>3) 네이버는 조사 과정에서 피해 근로자에 2차 가해가 발생하지 않도록 노력합니다. 특히, 성희롱·성폭력 사건에 대한 조사 시 피해 근로자가 성적 수치심을 느끼지 않도록 최선의 주의를 기울입니다.</li> <li>4) 네이버는 조사 결과 인권 침해 사실이 확인된 때에는 가해자에 대하여 내부 규정에 따라 징계, 근무장소의 변경 등 필요한 조치를 합니다.</li> <li>5) 네이버는 인권 침해 발생 사실을 신고한 근로자 및 피해 근로자에게 인사에 있어 일체의 불이익한 조치, 집단 따돌림·폭행·폭언 등 정신적·신체적 손상을 가쳐오는 행위, 혹은 그 행위의 발생을 방치하는 행위, 기타 신고를 한 근로자 및 피해 근로자의 의사에 반하는 불리한 처우를 하지 않습니다.</li> </ol> |





# ENVIRONMENTAL VALUE CREATION



## 환경영향 관리

네이버는 미래세대의 지속가능한 일상을 보장하기 위한 자연환경의 중요성을 인지하고 있습니다. 자연환경을 지키려는 네이버의 노력, 데이터센터의 탄소발자국 저감부터 시작하겠습니다.

### Carbon Negative 2040

네이버의 온실가스 배출량의 99%는 데이터센터 및 사옥의 전력으로부터 발생하고 있습니다. 또한 네이버의 온실가스 배출량은 점차 네이버의 비즈니스가 성장함에 따라 향후 지속적으로 증가할 것으로 전망되며, 이는 기후변화 완화에 중대한 리스크로 작용할 수 있습니다. 그러나 네이버는 지속가능한 비즈니스를 위한 환경의 중요성을 인지하고 있습니다. 이에 지난 2020년, 네이버는 비즈니스 활동을 통해 친환경 효과는 극대화하는 한편, 부정적인 환경영향은 최소화하기 위한 '2040 Carbon Negative' 전략을 수립하였습니다.

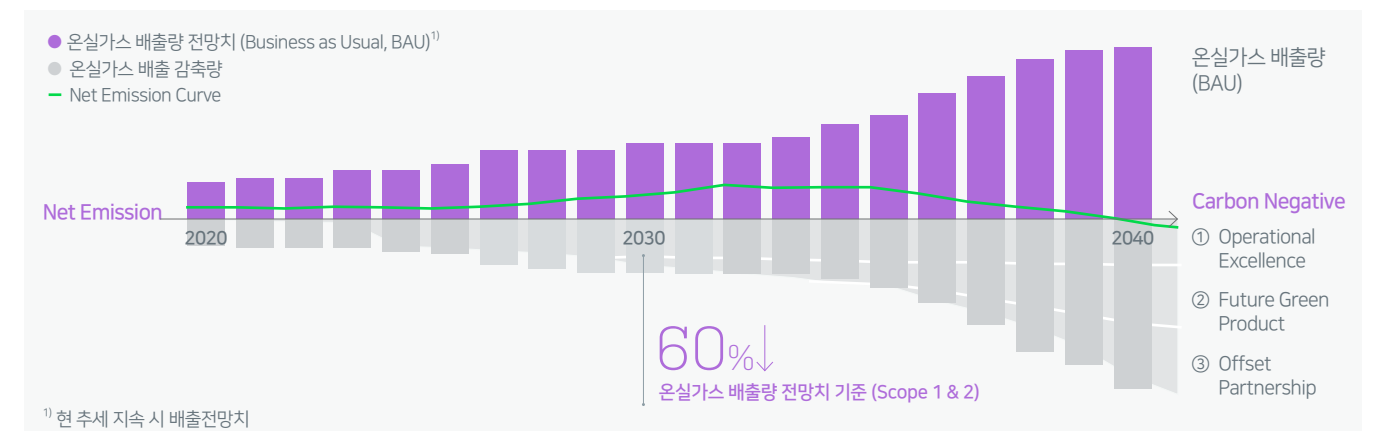
Carbon Negative는 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 전략으로, 네이버는 이를 달성하기 위해 다음과 같이 3가지 세부 전략방향을 설정하여 관련 활동을 확대해 나가고 있습니다. 먼저 ① 운영상의 환경영향을 저감하고, ② 제품/서비스 솔루션을 개발하며, ③ 외부 파트너십 확대를 통해 적극적으로 저탄소경제로의 이행을 가속화하는데 동참하는 것입니다. 이 과정에서 네이버 플랫폼을 활용하는 여러 파트너와의 공동노력을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가고 있습니다.

#### ISO 14001 인증 취득

네이버는 2021년 CFO 산하에 환경전담조직(Environment)을 신설하였습니다. 네이버의 환경전담조직은 2040 Carbon Negative 연차별 이행 로드맵 수립, 내부 관리 역량 강화를 위한 환경경영체계 구축 및 인증 추진, 임직원 대상 환경교육 등을 수행하고 있습니다. 아울러 재생에너지 PPA 계약 추진, 온실가스 저감성과 확보 등 사업장과 공급망 내 자원 절감 활동을 지속적으로 발굴해 나가고 있습니다.

특히 2021년 환경전담조직의 주도 하, 네이버는 환경경영체계 ISO 14001 인증을 취득하는 성과를 이루었습니다. 환경경영방침을 신규로 제정하고, 환경 성과평가체계를 구축함으로써 네이버는 내부 운영 관점의 환경영향을 저감하기 위해 적극적으로 노력 중입니다. 또한 TCFD 가이드라인을 반영한 사업장별 환경 리스크 관리가이드라인을 수립함으로써 보다 체계적인 환경 리스크 관리가 가능하도록 하였습니다. 2022년부터는 사업장별 환경 관련 KPI (온실가스, 수자원, 폐기물 등)를 상세 설정하는 체계를 구축함으로써 환경경영체계 운영 정착에 주력하고자 합니다.

#### 2040 Carbon Negative





2040 Carbon Negative 추진전략 Carbon Off



① Operational Excellence – 운영상의 환경영향 저감

네이버는 2021년 재생에너지 도입 확대를 위한 외부 협력을 적극적으로 추진하였습니다. 현재 다양한 재생에너지 조달방안 간의 타당성과 효과성을 분석 중이며, 2022년부터 본격 재생에너지 계약 확보가 가능하도록 노력하고 있습니다. 이러한 네이버의 노력은 단기 재생에너지 조달뿐만 아니라 중장기적 재생에너지 100% 전환 관점에서도 효과적일 수 있도록 논의하고 있습니다.

또한 운영상의 환경영향을 더욱 적극적으로 저감하기 위하여, 네이버는 전 사업장의 온실가스 인벤토리 구축을 완료하고 사업장별 감축량을 산정하여 제 3자 검증을 진행하였습니다. 이에 더하여 2021년 네이버는 전체 탄소 배출량 관리 범위를 전체 Value Chain으로 확대하였습니다. 2022년부터 본격적으로 Scope 3 탄소배출량 측정 방안을 검토하고 관리/저감 방안을 수립해 나갈 예정입니다.

② Future Green Product – 친환경 제품/서비스 솔루션 개발

네이버는 본질적인 비즈니스 관점에서도 적극적인 친환경 사업 기회를 창출하고자 노력합니다. 이러한 노력의 일환으로 네이버는 2020년부터 소상공인진흥공단과 함께 네이버의 동네시장 장비기에 입점해 있는 가게들을 대상으로 100% 생분해성 수지로 제작된 친환경 봉투를 지원하였습니다. 2021년에도 전국 146곳 이상의 전통시장에 친환경 봉투 34만 장을 지원하고 산화분해성 친환경 아이스팩 6만 개를 배포하였습니다. 또한 네이버는 스마트스토어 내 입점 스토어를 대상으로 환경표지 인증정보를 제공하고 있으며, 2022년부터는 본격적으로 ESG 테마의 기획관 및 전용관을 마련하여 이용자의 친환경 소비 편의성을 제고할 계획입니다.

③ Offset Partnership – 외부 파트너십 확대

네이버는 네이버와 함께하는 내외부 이해관계자와의 협업을 통해 친환경 생태계를 확대해 나가고자 합니다. 이에 네이버 업 특성에 맞는 친환경 이니셔티브 발굴에 주력하고 있습니다. 네이버는 우선적으로 EV100과 K-EV100, CDP Climate Change 등 네이버의 특성에 맞는 친환경 이니셔티브에 참여함으로써 산업 내 환경의식을 고취하고자 합니다. 이를 이행하기 위하여 법인차량의 전기차 전환을 이미 착수하였으며, 2022년 내에 법인차 10대 이상을 전기차로 교체하여 EV100/K-EV100을 지속적으로 이행할 것입니다.

또한 네이버는 지속가능채권을 발행하여 환경 투자를 강화하고 있습니다. 제2 IDC ‘각 세종’ 및 제2사옥 ‘1784’ 에너지 절감을 위한 친환경 기술 투자를 적극 확대함으로써 우리가 사용하는 공간이 더욱 지속가능한 미래를 꿈꿀 수 있도록 노력 중입니다.

네이버의 친환경 건축

데이터센터 ‘각 춘천’

2013년 6월에 오픈한 데이터센터 ‘각 춘천’은 친환경적 으로 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 획득하였습니다. 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 춘천 남관은 ‘글로벌 Top 데이터 센터’를 목표로 에너지 효율을 획기적으로 개선하기 위한 다양한 자연 친화적인 기술들이 도입되었습니다.

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

데이터센터 각 춘천은 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. 이에 국내 데이터센터 중 가장 1에 가까운 PUE(전력효율지수)<sup>4)</sup>를 지속적으로 유지하고 있습니다. 이는 글로벌 데이터센터의 PUE와 견주었을 때도 최고 수준입니다.

데이터센터 각 춘천은 태양광 에너지를 적극 사용하며, 관련 사업에도 투자하고 있습니다. 2021년에는 태양광 에너지 전력 생산을 통하여 연간 213MWh의 전력을 절감했고, 이를 통해 온실가스 배출을 약 98톤 줄일 수 있었습니다. 또한 차가운 외기를 사용하는 자연공조냉방기 등 기술 활용으로 33,989MWh의 전력을 절감하였습니다.

이 외에도 LED 조명 설치, 전기차 이용 등을 통해 에너지를 효율적으로 사용하고 있으며, 서버를 식히고 뜨거워진 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.



네이버의 환경방침

네이버는 다양한 인터넷 플랫폼 서비스를 제공함에 있어 환경보호, 사회적 가치 창출, 투명한 지배구조에 기반한 지속가능경영 및 사회적 책임을 다하고자 합니다.

이에 따라, 네이버의 모든 활동과 서비스에 다음의 환경방침을 수립하여 운영합니다.

· 기후변화 리스크 완화를 위한 선도적인 노력

지구 환경을 보전하고 글로벌 기후 위기 고조에 대응하기 위해 온실가스 배출을 줄이고 재생에너지 사용을 확대하기 위한 중장기 목표와 전략을 수립하여 지속적으로 활동을 수행합니다.

· 친환경 투자와 지속적인 환경성과 개선

지속적인 친환경 투자를 통해 에너지 효율 개선과 온실가스 배출을 최소화하고, 녹색제품 구매, 친환경 건축 등으로 친환경 가치 생태계 확대에 기여할 수 있도록 노력합니다.

· 준수의무 이행과 파트너 동참 지원

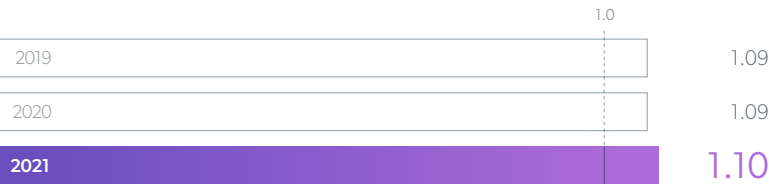
환경경영시스템의 효과적인 운영과 개선을 통해 글로벌 환경규제 및 법규, 다양한 이해관계자의 환경적 요구사항에 대한 기업의 책임을 준수하고, 환경경영의 성과를 투명하게 공개합니다.

네이버 생태계 내의 파트너사에게도 네이버의 환경경영 방향과 목표를 공유하고, 친환경 생태계 구축을 확대하기 위해 노력합니다.

사업장 환경담당자  
직무교육 성과



각 춘천 전력효율지수(PUE)



<sup>1)</sup> 개인 또는 단체가 직접/간접적으로 발생시키는 온실기체의 총량을 의미

<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> 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

### 데이터센터 ‘각 세종’

네이버의 두 번째 데이터센터 ‘각 세종’은 기술 안정과 기술 효율, 그리고 자연 보존까지 무엇 하나 놓치지 않기 위한 약속의 상징입니다. 네이버의 새로운 공간은 다음 세대를 위해 건강한 삶과 미래 산업의 기준을 제시하는 곳이 되도록 치열하게 고민 중입니다. 10만 대 이상의 서버를 갖추 수 있는 총 면적 29만 3,697m<sup>2</sup> 규모의 데이터센터 각 세종은 2023년 준공을 목표로 건설 추진 중입니다. 각 세종은 각 춘천보다 6배 이상 넓은 대규모 데이터센터로, 브레인리스 로봇을 활용한 효율적인 관리체계가 구축될 예정입니다.

각 세종은 입지 선정 단계에서부터 자연과 공존하면서 에너지 효율을 높이는 방향으로 개발이 진행되었습니다. 입지 선정 시 간척지, 매립지 등 토지 훼손이 있었던 곳은 사전 제외하였으며 선정기간 내 토지 성격을 변경하여 신규 산업단지를 개발하는 것 또한 방지하였습니다. 또한 원형지를 매입하여 꼭 필요한 개발범위만 한정적으로 개발함으로써 산림훼손을 최소화하고 기존 식생을 복원하고자 노력하였습니다.

각 세종은 Hybrid 냉방시스템을 적용하여 각 춘천 대비 더욱 높은 PUE 달성을 목표로 건축 중입니다. 각 세종에 적용될 Hybrid 냉방 시스템은 자연 외기를 최대한으로 사용하도록 개발되어 각 춘천 대비 냉방 에너지 효율을 최대 20% 개선할 수 있습니다. 이외에도 심야전기, 냉동기 및 냉각탑 등 기계 인프라 설비를 개선하고 신기술을 적용함으로써 데이터센터 냉방 에너지를 절감할 예정입니다. 한편, 냉방 시스템 배치를 최적화함으로써 전력 효율뿐만 아니라 공조 설비의 안정성 또한 강화할 것입니다.

각 세종은 현재 옥상 태양광 발전장치를 통해 연간 300MWh의 재생에너지를 생산하고, 지열 시스템을 이용하여 건물 냉/난방 열원으로 사용합니다. 특히, 서버실에서 회수되는 폐열을 활용하여, 건물 온수를 공급하고 운영동의 넓은 실내 공간의 바닥 난방용으로도 활용합니다. 또한 내부순환도로에는 스노우멜팅 시스템을 적용하는 등 ‘각 춘천’의 축적된 노하우를 통해 더욱 높은 에너지 효율을 달성할 수 있게끔 설계되었습니다. 또한 각 세종은 최근 증가하고 있는 사업장의 생태다양성 보전도 놓치지 않았습니다. 각 세종은 생태보전 아카이브 구축을 통하여 네이버의 생태다양성 보전을 위한 노력을 진행하고 있습니다. 향후에는 네이버 전사 정책적으로 건축 생태환경 보전 방안에 대해서도 고민할 예정입니다.

### 그린팩토리

네이버 사옥 그린팩토리는 설계 단계부터 환경을 고려해 에너지 절약형으로 건축했으며, 열차단칸막이, LED 조명 등의 설비 투자와 지속적인 에너지 절감을 위한 노력으로 매년 5% 이상의 에너지 절감 효과를 거두고 있습니다. 또한, 칼로리가 기재된 계단실을 마련하여 계단 이용을 권장하며, 자전거로 출퇴근하는 직원들을 배려하여 주차 공간을 설계하였고, 전기차 충전시설을 22개로 확대하여 친환경적인 이동수단의 활용을 장려하고 있습니다. 아울러, 세계자연기금이 주최하는 환경운동 캠페인 ‘Earth Hour’에 매년 참가하고 있습니다. 또한 건물 운영과정에서 에너지 절감을 위해 최적의 야간 소등조건을 시뮬레이션 후 적용하여 연간 약 162MWh를 절감하는 등 에너지 절감을 위한 노력을 꾸준히 시행 중입니다.

특히 2021년에는 COVID-19로 인한 원격근무에 따른 운영방침 변경으로 에너지 사용량이 추가적으로 감소하였습니다. 2021년에는 전년 대비 에너지 사용량을 약 13% 절감하였으며, 온실가스 배출량은 약 12% 절감하였습니다.

이러한 그린팩토리의 친환경 운영 노력을 높이 평가받아 2014년에 기존 건물 분야에서 세계 최고 점수를 얻으며 LEED 최상위 등급인 ‘플래티넘’ 인증을 획득했고, 2016년에는 ‘한국에너지효율대상’ 시상식에서 대통령상을 수상하였습니다.

#### CASE STORY

## ‘각 세종’의 생태다양성 보전 활동

네이버는 데이터센터 ‘각 세종’ 부지 선정 및 설계 시 생태다양성 보전을 최우선 가치 중 하나로 고려하였습니다. 이에 개발 부지를 최소화하고, 불가피하게 추가로 개발되는 지역은 원형지로 매입하여 생태 파괴를 최대한 줄이고자 하였습니다. 특히 각 세종 건설 현장에서는 개발 이전의 생태계 현황을 조사하여 원형지 생태계 그대로를 보존하고자 노력하였습니다.



### 네이버 제2사옥, 1784

네이버만의 에너지 절감 및 친환경에 대한 철학을 담아 2021년 준공된 제2사옥 ‘1784’는 LEED 최고 등급인 Platinum 등급을 인증 받았습니다. 먼저 1784 프로젝트는 개발 밀도가 높은 지역에 개발되어 편의시설 및 대중교통 확보를 위한 추가 개발을 방지하였으며, 기존 주차장 부지 대비 최대한으로 녹지 면적을 조성하여 자연환경을 복원하였습니다. 아울러 친환경 전기차 보급 확대를 예상하여 친환경 차량 우대주차구역을 전체 주차대수의 5.2%로 조성하였습니다. 더불어 60대 이상의 전기차를 충전할 수 있는 인프라를 구축하였으며, 전기차의 대중화에 대비하여 약 300대의 전기차를 충전할 수 있는 설비용량을 미리 확보하였습니다.

또한 1784 프로젝트에는 복사냉방시스템, 수축열 시스템, 고효율 조명시스템 등 각종 에너지 절감 요소 기술을 적용하여, ASHRAE 표준 건물 모델<sup>1)</sup> 대비 예상되는 연간 에너지 비용을 38.1% 절감하였습니다. 특히 열전달 방식 중 가장 효과적인 복사방식으로, 냉방을 통해 에너지 절감 및 실내 열쾌적을 향상시킬 수 있는 복사냉방시스템은 연간 에너지 사용 절감 효과가 ASHRAE 표준 건물 모델 대비 12.67%에 달합니다. 더불어 절수형 위생기구 및 중수처리 시스템을 통하여 예상되는 연간 물 사용량은 37.96% 절감하였습니다. 이외에도 시공단계의 건설 폐기물을 98% 재활용하고, 전체 건축 자재 비용의 약 38.2%를 재활용 자재 및 지역자재로 활용하였습니다.

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

또한 도심형 고층건물임에도 재생에너지의 활용을 극대화하기 위해, 옥상에 태양광 발전설비를 설치하여 연간 123MWh의 재생에너지를 생산할 수 있으며, 건물 하단부에서 지하 240m까지 지열시스템을 구축하여 연중 온도가 일정한(약 15℃) 지열을 활용하여 여름의 냉방설비 및 겨울의 난방설비의 에너지 사용을 절감하고 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 하였습니다. 이러한 노력의 결과로, 제2사옥 1784의 단위 면적당 1차 에너지 소요량은 연간 160.7kWh/m<sup>2</sup>으로, 이는 에너지관리공단에서 제공하는 통계 기준, 연면적 10,000m<sup>2</sup> 이상의 업무시설에서 상위 수준에 해당하는 수치이며, 평균값인 연간 217.9kWh/m<sup>2</sup> 대비 26% 정도 낮습니다.

이와 같이 네이버 친환경 철학의 노력을 담은 1784 프로젝트는 LEED Platinum 등급 획득, 건축물 에너지 효율등급 인증 1+ 예비등급 획득, 2017년 제13회 건설환경관리우수 현장 선정, 2019년 제27회 안전경영대상 건설부분 대상 현장 선정, 2020년 근로자 건강증진활동 우수사업장 선정까지, 친환경 건설의 새로운 장을 열었습니다.

#### 1784 에너지 사용 절감량

(단위: MWh)

지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감

684

재생에너지 전력 생산을 통한 절감

22



### 커넥트윈

네이버 구성원 전용 연수원인 커넥트윈은 지형을 따라 ONE 1, 2, 3으로 만들어져 일하는 공간에서의 채움과 휴식하는 공간에서의 비움을 경험하도록 설계되었습니다. 특히 건설로 인한 환경영향을 최소화하고 자연 그대로를 보존할 수 있도록 최선의 노력을 다함으로써, 구성원의 심과 지속가능한 환경이 공존할 수 있게 구성되었습니다.

커넥트윈은 에너지, 용수 등 다양한 자원 절감 활동을 펼치고 있습니다. 건물 에너지관리 시스템 (BEMS; Building Energy Management System)을 도입하여 에너지 사용을 최적화하였으며, 이를 통해 baseline 대비 34%의 에너지를 절감할 수 있었습니다. 또한 커넥트윈은 용수 절감을 위해 상수 대신 우수, 중수 등의 재이용수를 적극 활용 중입니다. 우수는 커넥트윈 옥상에서 수집하여 식물관수로 재활용하고 있으며 중수는 화장실에서 활용 중입니다. 또한 중수의 일부는 우수 처리하여 식물관수로 활용함으로써 중수 재이용률은 50%에 달하고 있습니다.

커넥트윈은 구성원의 이용 시 발생하는 폐기물 또한 최대한 절감하고자 노력 중입니다. 다회용컵을 적극 활용하고, 피치 못할 상황에는 친환경 종이컵을 사용함으로써 일회용품 사용 제한을 위해 노력하고 있습니다. 또한 운영 관련 서류를 hardcopy가 아닌 시스템 내 아카이브함으로써 Paper-less 업무환경을 구축하였습니다. 이외에도 식당에서 발생하는 음식물 쓰레기를 퇴비화하여 텃밭 거름으로 활용하고, 재배된 친환경 농작물을 식당에서 사용함으로써 농작물 운송에 따른 온실가스 배출 또한 절감하고 있습니다. 뿐만 아니라 식생피복계획에 따라 기존 생태계와의 조화를 고려한 식생복원을 진행하였습니다.

이러한 커넥트윈의 노력으로 지난 2014년, LEED 인증 최고 등급인 Platinum(LEED v2009 NC Platinum)을 획득하였으며, 2017년 환경영향조사 시 온실가스 저감량은 13,494.630 tCO<sub>2</sub>-eq에 달하였습니다<sup>1)</sup>.

<sup>1)</sup> 2017년 운영 기준

| 온실가스 총 배출량 |                    |        |        |        |        |
|------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 단위                 | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   |
| 합계         |                    | 72,416 | 78,712 | 79,907 | 78,872 |
| 그린팩토리      |                    | 7,510  | 7,178  | 6,731  | 5,888  |
| 1784       |                    | -      | -      | -      | 1,636  |
| 커넥트윈       | tCO <sub>2</sub> e | -      | -      | -      | 923    |
| 네이버 스퀘어    |                    | -      | -      | -      | 693    |
| 임차사업장      |                    | -      | -      | -      | 403    |
| 데이터센터 각 춘천 |                    | 64,909 | 71,534 | 73,176 | 69,329 |

| 총 에너지 사용량  |    |       |       |       |       |
|------------|----|-------|-------|-------|-------|
|            | 단위 | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
| 합계         |    | 1,495 | 1,624 | 1,649 | 1,646 |
| 그린팩토리      |    | 159   | 152   | 143   | 124   |
| 1784       |    | -     | -     | -     | 34    |
| 커넥트윈       | TJ | -     | -     | -     | 18    |
| 네이버 스퀘어    |    | -     | -     | -     | 14    |
| 임차사업장      |    | -     | -     | -     | 8     |
| 데이터센터 각 춘천 |    | 1,336 | 1,472 | 1,506 | 1,448 |

| 재생에너지 사용량 |            |      |      |      |       |
|-----------|------------|------|------|------|-------|
|           | 단위         | 2018 | 2019 | 2020 | 2021  |
| 합계        | MWh        | 283  | 318  | 314  | 1,082 |
| 지열        | 그린팩토리      | 101  | 101  | 101  | 101   |
|           | 1784       | -    | -    | -    | 684   |
|           | 1784       | -    | -    | -    | 22    |
| 태양광       | 커넥트윈       | -    | -    | -    | 62    |
|           | 데이터센터 각 춘천 | 182  | 217  | 213  | 213   |

## 친환경 E-Commerce

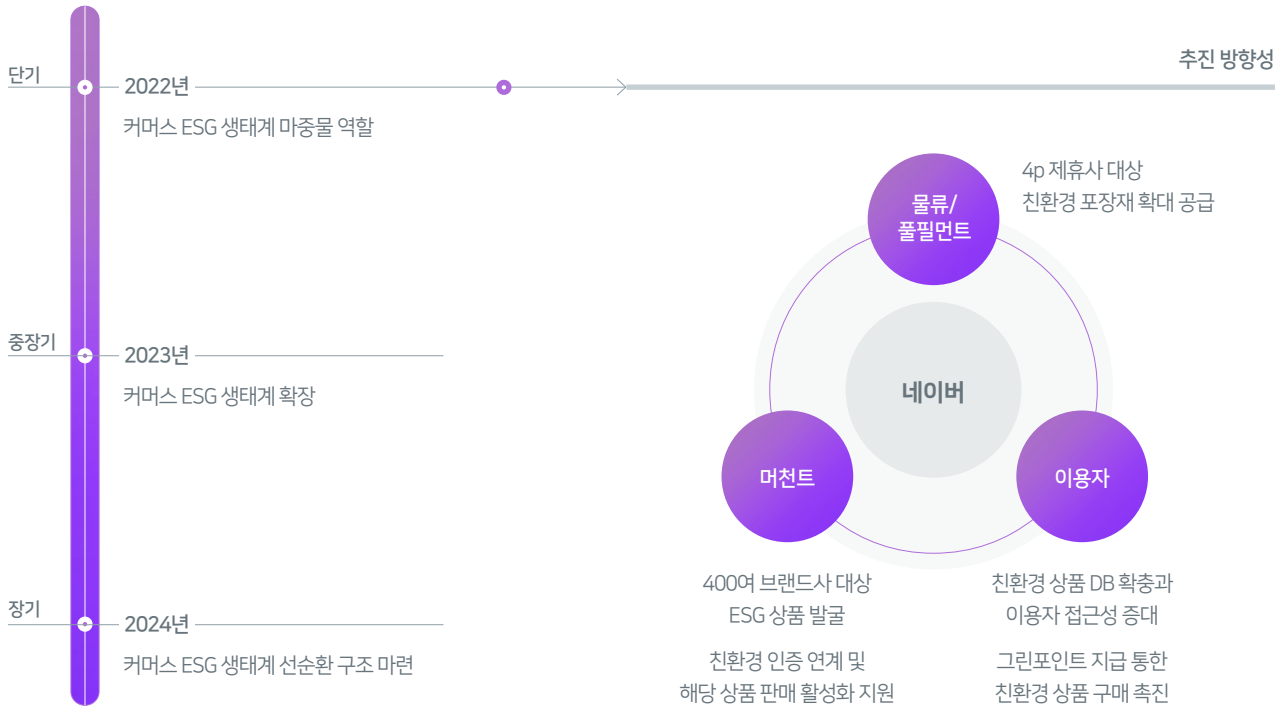
네이버는 함께할 때 더욱 멀리 갈 수 있다고 믿습니다. 이에 이커머스 생태계 전체의 친환경 Impact 확장에 중점을 두고, 파트너 및 이용자 모두와 함께 나아갈 것입니다.

### 네이버의 친환경 커머스 전략

네이버는 이커머스 생태계 전반에 끼칠 수 있는 환경 영향에 대해 인지하고 있습니다. 이에 2021년부터 본격적으로 이커머스 생태계 내 친환경 Impact를 창출할 수 있도록 중장기 전략방향성을 수립하고, 이를 실천하고 있습니다.



### 네이버 친환경 이커머스 전략 방향성



### 브랜드와 이용자를 잇는 친환경 커머스 플랫폼

네이버는 2021년부터 스마트스토어 상품 상세페이지에 제품의 환경 인증 정보를 제공하고 확인할 수 있는 '환경표지 인증정보' 제공을 시작하였습니다. 한국환경산업기술원에서 진행하는 환경표지제도는 같은 용도의 다른 제품에 비해 '제품의 환경성'을 개선한 경우 그 제품에 환경표지 로고를 표시함으로써 이용자에게 환경성 개선 정보를 제공하고, 기업이 친환경 제품을 개발·생산하도록 유도해 자발적 환경개선을 유도하는 인증제도입니다. 현재 네이버 스마트스토어 내에 1,350여 건의 상품이 등록되어 있습니다.

이 외에도 네이버는 브랜드와 이용자의 친환경 커머스를 지원하기 위해 본격적으로 ESG 기획전을 확대할 예정입니다. 2022년부터는 본격적으로 ESG 테마의 기획전 전용관 등을 마련함으로써, 친환경 상품에 대한 이용자의 접근성을 확대하고 친환경 브랜드 SME를 적극 지원할 것입니다. 특히 이러한 네이버의 노력은 환경부 주도의 녹색소비-ESG 얼라이언스 협의체에 참여함으로써 더욱 임팩트를 발휘할 수 있을 것으로 기대됩니다. 이커머스 생태계 내 다양한 이해관계자와 협업함으로써 친환경 임팩트를 극대화할 수 있도록 지속 노력하겠습니다.

### 파트너 친환경 패키지 지원

네이버는 2019년 1월 이래로 '동네시장 장보기' 서비스를 운영하고 있습니다. 동네시장 장보기는 동네 전통시장의 신선한 식재료와 반찬, 간식 등을 온라인으로 주문해 2시간 내 또는 당일 배달하는 서비스입니다. 네이버는 다양한 기관과 함께 네이버의 동네시장 장보기에 입점해 있는 가게들을 대상으로 100% 생분해성 수지로 제작된 친환경 봉투를 지원하며 친환경 패키지 확산에도 힘써 왔습니다. 2020년에는 111개 시장에 총 6만 장의 친환경 봉투를 지급하였고, 2021년에도 약 22만 장을 추가 배포함으로써 소비자에게는 신뢰감을 선사하고 동네시장은 친환경 마케팅 효과를 얻을 수 있었습니다. 암사시장, 화곡본동 시장에는 봉투 제공에 맞춰 친환경 아이스팩 약 6만 개를 상점에 자체적으로 제공하여 서비스를 개선하기도 했습니다. 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 실천하도록 힘쓰겠습니다.

이 외에도 네이버는 CJ 대한통운과 제휴하여 친환경 풀필먼트 서비스를 제공하고 있습니다. 본 친환경 풀필먼트를 통해 2021년 6월부터 12월까지 100% 종이 친환경 포장재가 적용된 630만 건의 주문이 출고되었습니다. 이를 박스 당 비닐사용량 29g으로 환산할 경우, 절감된 비닐포장재는 182.7t에 달할 것으로 추산됩니다.



### 사회적 가치 창출



# SOCIAL VALUE CREATION



## 미래역량 개발과 기술 혁신

네이버는 기술이 모두의 능력이 되는 시대를 위해 누구나 접근 가능한 기술 플랫폼을 개발하고 있습니다. 상상을 초월하는 기술 개발로 글로벌을 향해 확장하고 미래를 향해 도전하겠습니다.

### 네이버의 미래 기술 투자와 연구 생태계 구축

네이버는 미래 기술 확보를 위해 사내 R&D 조직이었던 네이버랩스를 2017년 1월 별도 법인으로 독립시킨 후 한국과 유럽의 우수한 연구자들과 함께 AI, 로보틱스, 자율주행, 디지털 트윈, AR 등의 연구를 지속하고 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 성장가능성을 지닌 기술 스타트업에 대한 투자를 확대하고 있으며, MIT, 카이스트와 같은 국내외 유수의 대학과의 산학협력을 강화하여 혁신기술 R&D 생태계 구축에 기여하고 있습니다.

2021년에는 ‘AI 콜로키움’에서 명칭을 바꾼 ‘검색 콜로키움’을 개최하여 유럽, 미국, 일본 등 세계 주요 국가의 연구자들과 협업하며 이루어 낸 연구 성과를 공유했습니다. 검색 및 AI 기술 분야에서 가장 주목을 받는 6개 분야<sup>1)</sup> 총 24개의 세션에서 네이버의 서비스에 기술을 적용하는 노하우 등이 발표되었습니다. 해마다 세션 종류와 참석자 규모가 확대되는 가운데 네이버는 검색 콜로키움을 필두로 개발자와 학계 간 소통을 활성화하며, 글로벌 IT 업계의 상호 협력을 강화해 나가겠습니다.

### 네이버랩스

네이버의 미래도시 ‘A-CITY’와 제2사옥 ‘1784’

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 디지털 트윈 데이터를 모아 머신들을 위한 고정밀 지도를 만들고, 장소/환경/목적에 따라 변용 가능한 지능형 자율주행 머신 플랫폼을 개발하고 있습니다.



2021 네이버 검색 콜로키움

| 연구·개발 투자 현황     |     |        |        |        |
|-----------------|-----|--------|--------|--------|
| 구분              |     | 2019   | 2020   | 2021   |
| 연구·개발비          | 억 원 | 10,959 | 13,321 | 16,551 |
| 매출 대비 연구·개발비 비중 | %   | 25.16% | 25.11% | 24.28% |

#### 네이버랩스의 주요 미래기술

|             |                                                                                                                                                                        |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 공간 디지털 트윈   | <ul style="list-style-type: none"> <li>디지털 트윈이란 실제 세상을 디지털 환경에 복제한 것으로, 네이버랩스는 도시 전역 및 대규모 실내 공간을 디지털로 복제할 수 있는 독자적 솔루션과 자체 매핑 디바이스를 구축하고 있음</li> </ul>                |
| 비주얼 로컬라이제이션 | <ul style="list-style-type: none"> <li>디지털 트윈 데이터와 컴퓨터 비전 기술을 통해 정밀하게 위치를 추정할 수 있는 기술이며, 다수의 국제 학회 등을 통해 세계 최고 수준의 기술력을 인정받음</li> </ul>                                |
| 5G 브레인리스 로봇 | <ul style="list-style-type: none"> <li>5G 통신의 초저지연 특성을 활용하여 클라우드가 로봇을 두뇌 역할을 대신하도록 하는 기술이며, CES 2019에서 세계 최초로 첫 시연에 성공한 이후 네이버 제2사옥 등에 적용 중</li> </ul>                 |
| ALT 프로젝트    | <ul style="list-style-type: none"> <li>네이버랩스는 2017년 IT업계 최초로 국토교통부 자율주행 임시운행을 허가 받은 이후 복잡한 도심에서의 자율주행 연구에 집중하고 있으며, 다양한 목적에 따라 커스텀이 가능한 도로 자율주행 로봇을 개발하고 있음</li> </ul> |
| 태스크 러닝 프로젝트 | <ul style="list-style-type: none"> <li>실행과정을 언어화/수치화하기 어렵지만 사람들이 자연스럽게 행할 수 있는 운동지능을 로봇이 학습할 수 있도록 가르치는 연구를 진행함</li> </ul>                                             |

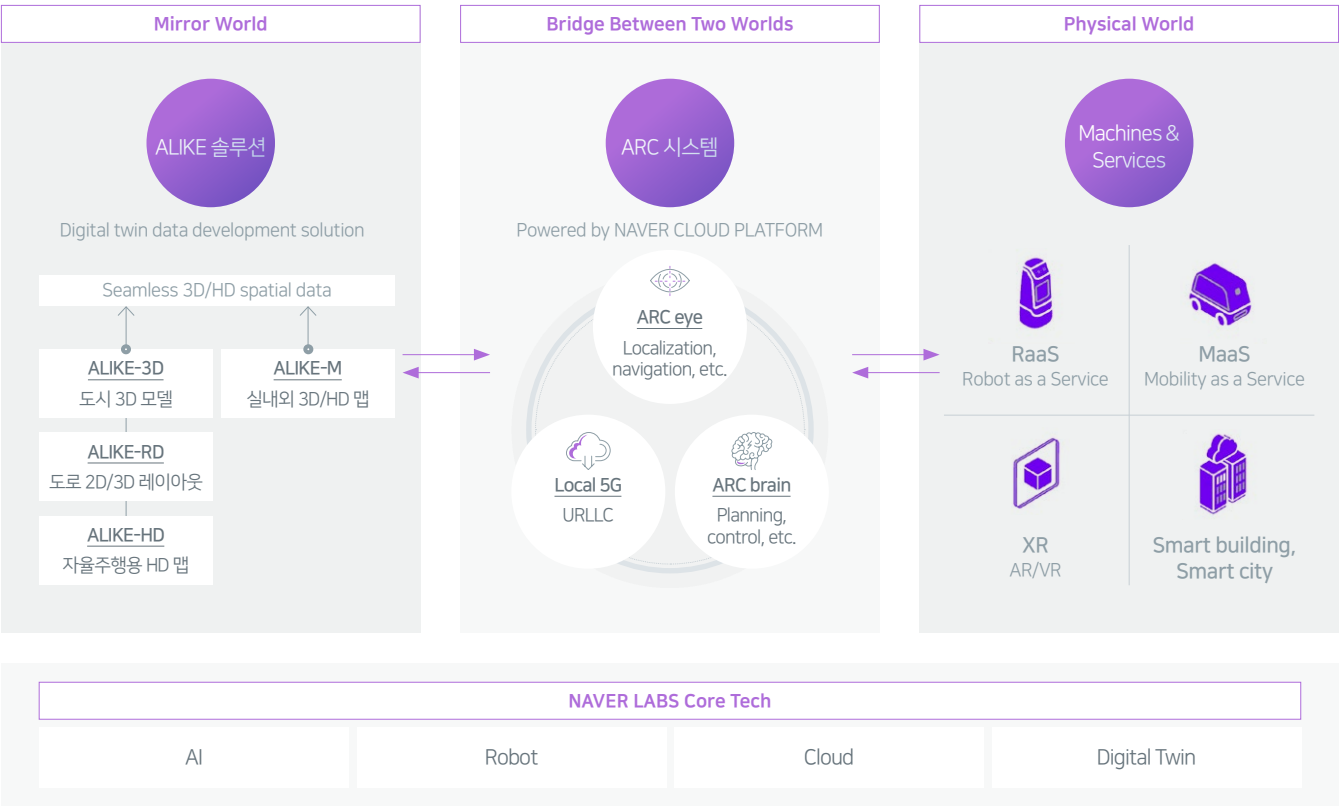
2022년 상반기 내 건축을 마무리하고 입주를 시작할 네이버 제2사옥 ‘1784’는 첨단기술이 집약된 테크 컨버전스 빌딩으로 A-CITY의 첫 번째 레퍼런스 공간이 될 예정입니다. 5G 브레인리스 로봇, AI, 클라우드, 디지털 트윈 등 네이버의 미래를 이끌 최첨단 기술이 융합된 로봇친화형 빌딩으로, 로봇 전용 엘리베이터와 전용 게이트 등의 인프라는 물론, 네이버 클라우드 플랫폼 기반의 로봇 제어 시스템, 사람과의 안전한 인터랙션 기술, 5G 특화망을 통한 초저지연 통신 등이 반영되었습니다. 네이버는 2021년 한 해 동안 로봇 친화형 건물과 관련 특허를 22건 신규 출원하였으며, 유관 기술들의 누적 출원은 237건에 달합니다. 이러한 성과를 인정받아 ‘1784’는 2022년 4월, 스마트도시협회로부터 로봇 친화형 건축물 인증 평가 및 실사를 거쳐 최우수 등급을 획득하였습니다. 평가는 건축·시설 설계, 네트워크/시스템, 건축 운영 관리, 로봇 지원·기타 서비스 4개 영역의 25개 지표에 걸쳐 진행되었으며, 네이버 ‘1784’는 네트워크, 시스템 측면에서 국내 최고 수준의 첨단 인프라를 갖추고, 특히 로봇이 인식하는 정밀지도와 측위 인프라를 우수하게 제공하고

있다는 평을 받았습니다. 향후 네이버랩스는 B2B 비즈니스를 담당하는 네이버클라우드를 통해 클라우드 로봇 서비스의 외부 확장을 본격적으로 시도해 나갈 예정입니다.

#### 네이버랩스의 아크버스

네이버랩스는 DEVIEW 2021에서 디지털 트윈 기반의 메타버스 기술 생태계인 아크버스(ARCVERSE)를 공개했습니다. 아크버스는 AI·로봇·클라우드·디지털트윈·5G·자율주행·AR 등의 기술을 융합하여 현실과 디지털 세상을 상호 연동합니다. 아크버스를 구성하는 솔루션과 시스템은 서비스 로봇, 자율주행 모빌리티, AR/VR, 스마트빌딩, 스마트시티 등에 활용될 수 있습니다. 현재 로봇 친화형 빌딩으로 설계된 네이버 제2사옥 ‘1784’가 아크버스의 레퍼런스 공간 중 하나입니다. 향후 지자체, 기업, 학계 등과 다양한 파트너십을 통해 기술을 고도화하며 로봇, 자율주행, 모빌리티, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 스마트빌딩, 스마트시티 등 현실 기반의 결과물을 창출해낼 것입니다.

#### 아크버스 생태계



<sup>1)</sup> 비전(Vision), 인공지능 언어(Language AI), 러닝 투 랭크(Learning to Rank), 사용자 모델링(User Modeling), 이커머스(eCommerce), 플랫폼(Platform)

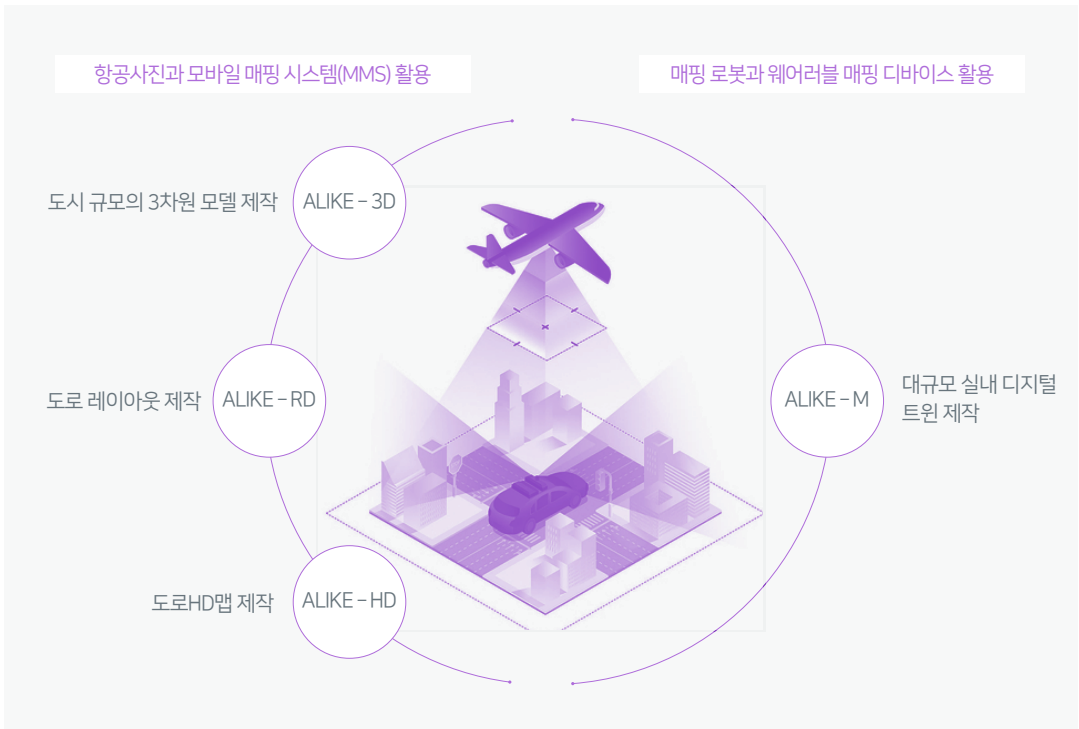


CASE STORY

## 실내외 디지털트윈 제작 솔루션 ‘ALIKE’

2021년 네이버랩스의 디지털 트윈 구축 기술을 모아서 통합한 ALIKE 솔루션을 공개했습니다. 이 솔루션은 도시 전역 및 도로를 대상으로 하는 어라이크3D/RD/HD, 대규모 실내 공간을 대상으로 하는 어라이크M으로 구성되어 있습니다. 자체 개발한 매핑 디바이스를 활용하기 때문에 다양한 환경과 목적에 맞게 커스텀이 용이하고, 3차원 모델/도로 구조 정보/고정밀 지도 등의 다양한 포맷을 제공하고, 도시나 대규모 실내 공간 등 방대한 공간을 대상으로 할 때 효율성이 매우 높아지는 독창적인 방식을 가지고 있습니다. 서울시, 인천시, 성남시 등과 디지털 트윈 기반의 메타버스 실증이나 자율주행 연구 협력을 하고 있으며, 네이버 제2사옥과 제2데이터센터에 해당 솔루션을 적용해 기술 고도화 및 관련 시스템 개발을 지속하고 있습니다. 또한 국립중앙박물관, 인천국제공항, 송도컨벤션센터, 부평역, 강남역, 코엑스, 현대백화점 판교점과 같이 대규모 실내외 공간에서의 디지털 트윈 실증을 지속하고 있습니다. 또한 소프트뱅크와 손을 잡고 일본 지역에서의 고정밀 지도 제작을 협력하는 등 글로벌 진출도 이미 본격화되었습니다.

### ALIKE의 디지털트윈 제작 솔루션 구성



## 스타트업 투자를 통한 시너지 창출

### D2 Startup Factory

2015년 5월 출범한 네이버 D2 Startup Factory(네이버 D2SF)는 뛰어난 기술을 지닌 초기 스타트업에 투자해 성장을 돕고, 네이버와의 시너지를 추구하고 있습니다. 지난 6년 간 기술 스타트업 85팀에 약 500억 원을 투자 했으며, 전체 기업가치는 2조 1,000억 원에 달합니다. 투자 자금 외에도, 전용 업무공간, 클라우드 인프라, 홍보/마케팅, 후속 투자유치, 오피스아워 등을 지원하고 네이버 기술·사업과의 협력 기회도 추진합니다. 연간 300여 팀의 기술 스타트업과 네이버의 점점 조직을 연결해, 사업 발굴, 서비스 고도화, 파트너십 구축, 마켓 센싱 등 30여 건의 시너지 성과를 거둡니다. 3팀은 네이버 및 관계사의 인수로 이어졌습니다.

네이버 D2SF를 중심으로 한 기술 스타트업 커뮤니티도 매년 확장되고 있습니다. 서울 강남역 인근과 제2사옥에 각각 스타트업 전용 공간을 운영 중이며, 특히 제2사옥 내 공간은 네이버와 스타트업이 실험하고 함께 성장하는 협력 공간입니다. 2016년부터 매 학기 캠퍼스 기술 창업 공모전을 열어 잠재력 있는 학생 창업팀 발굴 및 투자에도 적극 나서고 있습니다.

CASE STORY

## 음식물 데이터 분석 ESG 스타트업 ‘누비랩’

네이버는 음식물 데이터 분석 솔루션을 개발한 ‘누비랩’에 신규 투자했습니다. 누비랩은 식사 전후 음식 이미지 비교 분석으로 섭취한 음식과 남긴 음식을 파악하여, 음식의 과잉생산을 방지해 음식물 쓰레기를 절감하고, 나아가 식습관 및 영양 데이터 기반의 건강 관리까지 가능한 솔루션을 개발했습니다. 전국 22개 단체 급식소에 솔루션을 적용해 식자재 비용 및 쓰레기 처리 비용을 절감하고, 메뉴 선호도 분석을 통해 급식의 질을 개선한 바 있습니다. ESG 가치뿐 아니라 경제적 효용과 서비스 고도화까지 실현할 수 있는 기술로 누비랩은 이해관계자의 다양한 니즈를 충족하고 있습니다.



### D2SF를 통한 네이버와 기술 스타트업의 시너지 사례

#### 기술 협력

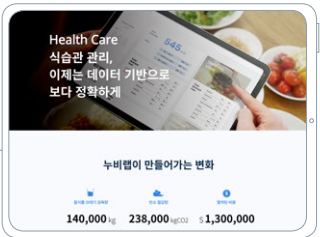
네이버랩스와의 협력 및 피드백을 통해, 빠르게 고객 니즈를 파악하고 제품을 고도화하며 시장에 안착할 수 있었다.

‘모라이’는 자율주행 시뮬레이션 기술 스타트업으로, 네이버 D2SF의 시드 투자 이후, 네이버랩스가 자체 구축한 고정밀 지도와 자율주행 기술을 모라이의 시뮬레이터에서 테스트하며 고도화하는 등 시너지를 내고 있습니다.

#### 사업 발굴

클로바 케어콜과 협력해 AI 기반의 치매조기진단 서비스 협력 중이고, 향후 대상 지역을 확장해 나갈 것이다.

‘세븐포인트원’은 대화 기반의 시니어 인지케어 솔루션을 개발한 스타트업으로, 네이버 D2SF의 시드 투자 이후 클로바AICall과 협력해 지역 내 어르신의 비대면 치매선별검사 시범사업을 성공적으로 마쳤습니다.



## 기술 협력 확대

### AI NOW

2021년 5월 국내외 관련 분야 연구·개발자들을 대상으로 네이버 클로바의 AI 기술을 공유하는 NAVER AI NOW가 개최되었습니다. AI NOW에 약 35,000여 명이 사전 등록하였고 영상 누적시청 수가 10만 뷰를 넘기며, 업계의 새로운 트렌드인 초대규모 AI 기술 분야를 선도하는 네이버의 성과와 비전에 뜨거운 관심이 모아졌습니다. 네이버가 국내 기업 최초로 개발한 초대규모 AI인 ‘HyperCLOVA’의 구체적 기능과 역할, 주요 기반 기술이 소개되었고, 글로벌 AI 리더십 확보를 위한 연구 생태계 조성계획과 AI 윤리 준칙이 적용되는 방식이 공유되었습니다. 하나의 빅 AI 모델이 다양한 문제에 적용되는 패러다임으로 전환되는 가운데, 네이버는 한국어에 최적화된 HyperCLOVA로 AI가 필요한 모두에게 새로운 경험을 제공할 것입니다.

### AI 산학협력

네이버는 2021년 서울대학교와 초대규모 AI 공동연구를 위한 MOU를 체결하고 ‘서울대-네이버 초대규모 인공지능 연구센터’ 전용 연구공간을 열었습니다. 또한, 2021년 7월 AI 분야에서 세계적인 연구대학으로 꼽히는 독일 튀빙겐대학교와 AI 연구 개발을 위한 MOU를 체결하는 한편, 네이버가 베트남 하노이과학기술대학(HUST), 우정통신기술대학(PTIT)과 각각 설립한 AI센터에서 베트남 현지 우수 인재들이 네이버 연구진과 함께 검색, 비전, 자율주행, 로봇틱스 등 다양한 기술 분야 산학과제들이 진행되고 있습니다. 산학과제의 중간 결과가 2021년 11월 NAVER AI NOW, Academic & Career 컨퍼런스, Research & Development 컨퍼런스에서 발표되었고, AI센터의 연구를 네이버의 글로벌 서비스에 적용할 방안이 검토되고 있습니다. 이외에도 네이버의 연구원들은 매 학기 10여 차례 이상 여러 외부 교육기관에 최신 AI 연구동향 및 네이버의 AI 기술개발 노하우 및 기술을 공유함으로써 국내외 AI 연구벨트를 더욱 공고히 해 나가고 있습니다.

### DEVIEW

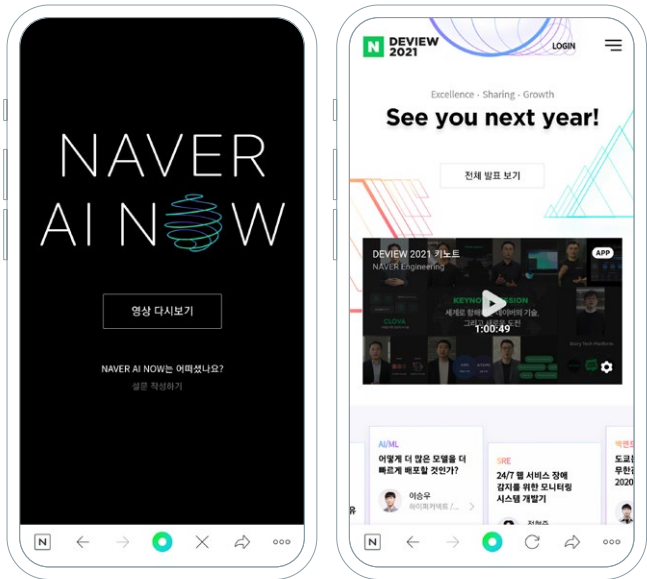
DEVIEW는 2008년 네이버의 사내 기술 행사로 시작해 국내 최대 규모의 개발자 행사로 성장한 네이버의 대표적인 개발자 콘퍼런스입니다. 2021년도 작년에 이어 비대면 온라인으로 진행되었으며, 역대 가장 많은 116개의 발표가 공개되었습니다. 사흘간 1만 5천 명이 넘는 사용자가 방문하였으며, 2주간 영상 누적재생 수는 67,000회를 돌파하였습니다. 특히 올해는 기술발표 외에도 36개의 참여사 라이브 부스가 함께 진행되어 참가자들과 더욱 다양한 주제로 소통할 수 있었습니다. 기조연설에서 전 세계를 무대로 활약 중인 네이버의 기술과 서비스가 소개되었으며 글로벌 스케일 인프라, 플랫폼과 함께 새로운 도전을 지속하며 세계로 향해가고 있음을 강조했습니다.



AI NOW



DEVIEW



# 구성원 가치 증진

네이버의 구성원은 우리의 가장 큰 자산이자 경쟁력입니다. 네이버는 실력과 열정을 겸비한 우리의 구성원과 함께 끊임없이 도전하며 또다른 내일을 열어갑니다.

## 인재 확보와 양성을 위한 네이버의 노력

네이버는 정형화된 인재상을 두고 있지는 않습니다. 이용자를 가장 중요한 기준이자 규칙으로 삼고 내 일에 대해 치열하게 고민하고 남들과는 다른 가치를 만들어낼 수 있는 동료, 내 일에 의미를 찾고 내 이름을 건다는 마음으로 함께할 수 있는 동료를 기다리고 있습니다. 네이버는 우리의 구성원이 주도적으로 일하며 원하는 방식으로 마음껏 성장할 수 있도록 디딤돌을 마련하고 있습니다.

### 우수인재 영입 노력

회사의 미래를 견인하는 가장 큰 자산은 소중한 네이버의 구성원이며, 이에 회사의 지속적인 성장에 맞춰 조직 별 니즈를 꾸준히 파악하여 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. 2021년 네이버는 인턴십 규모를 전년 대비 크게 확대하고 CIC별 인턴십 모집을 실시함으로써 다양한 인재들과의 만날 수 있는 기회를 마련하였습니다. 특히 네이버 프로젝트 디자이너 인재영입 프로그램이었던 NAVER Design Fast Forward 2021은 학력이나 전공보다는 지원자의 포트폴리오와 기획력을 주된 채용 기준으로 삼음으로써, 역량 기반 채용의 장을 열어갔습니다. 이외에도 NAVER HR 채용연계형 인턴십, CLOVA AI RUSH 2021 등 각 비즈니스 부문 별로 채용연계형 인턴십 프로그램을 진행하여 총 470여 명 규모의 인턴을 채용하였습니다.

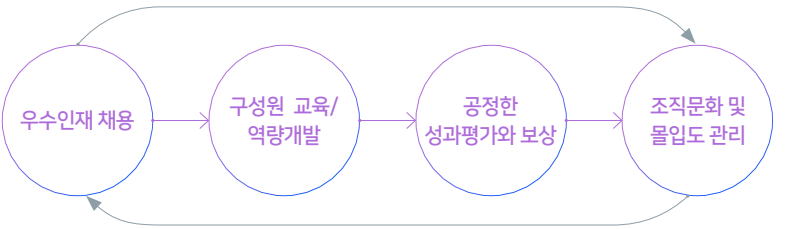
## 구성원 역량 개발과 인재 육성

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

### Phase 특화 교육

**신입사원 입문 교육** 신입사원의 원활한 적응과 성장의 밑거름이 되는 입문 교육을 제공합니다. 입문교육은 회사/조직/제도 소개 및 동기와의 팀워크 형성을 위한 온보딩 프로그램과 현업에 투입되기 전 기본기를 익히는 Soft Skill 교육 및 직군 별 직무기초 교육으로 구성되어 있으며, 현업 배치 이후에는 생활과 성장을 밀착 지원하는 멘토링 프로그램을 운영하고 있습니다. 온보딩 프로그램에서는 네이버와 계열법인의 다양한 서비스를 체험해보는 활동과 더불어 현업의 선배와 리더들이 직접 들려주는 조직과 일하는 문화에 대한 이야기를 통해 앞으로 본격적으로 일하게 될 부서와 직무에 대한 생생한 기대감을 불러넣습니다.

### 인재를 위한 네이버의 접근방안



### 신입사원 입문교육 구성

|                         |                 |                      |
|-------------------------|-----------------|----------------------|
| <p>신입 온보딩 프로그램</p>      | <p>조직 소개</p>    | <p>공동 Soft Skill</p> |
| <p>직군 특화 Soft Skill</p> | <p>직군별 직무기초</p> | <p>멘토링 프로그램</p>      |

Soft Skill 교육은 예년 신입사원의 피드백과 현업 리더들의 니즈를 기반으로 콘텐츠를 구성하며 ‘Ready to’ 관점의 비즈니스 기본기, 직군 간의 이해, 일을 잘하기 위한 스킬들을 다루고 있습니다. 이후 직군별로 기본적이지만, 핵심적인 지식을 담은 직무기초 교육이 이루어지며, 교육 이후에는 약 8주 간의 멘토링 프로그램을 통해 종합적인 적응과 코칭을 지원하고 있습니다. 일부 교육 과정의 경우, 신입사원 교육을 통해 확인된 교육의 필요성과 효과성에 기반하여 전사 공통 교육으로의 확대도 검토하고 있으며, 여러 차례 긍정적인 평가를 받은 강연들은 온라인 콘텐츠로 제작하여 모든 구성원에게 상시 제공할 계획입니다.

**신규 입사자를 위한 온보딩 제도**   네이버는 신규 입사자들이 회사 생활에 빠르게 적응하고 업무 역량을 발휘할 수 있도록 다양한 온보딩 프로그램을 운영하고 있습니다. 네이버는 그간 축적된 퇴직 데이터 및 신규 입사자들의 피드백을 바탕으로 자체적인 온보딩 Phase를 정의하고 각 Phase에 맞는 지원을 하고 있습니다.

최근 3개년 동안 수시 입사 규모가 커짐에 따라 2021년에는 수시 입사자들의 온보딩 프로그램을 집중적으로 강화 했으며 입사 전 지원과 입사 당일 오리엔테이션을 통해 앞으로 네이버에서 일하게 된 것에 대한 기대감을 높이고, 입사 후에는 소속 팀의 버디(Buddy)를 매칭하여 언제든지 편하게 물어보고 의지할 수 있도록 지원하고 있습니다.

더불어 대상자는 격주로 회사 적응도 설문(Welcome Survey)을 통해 현재 상황의 전반적인 만족도와 필요한 지원 사항들을 표현할 수 있고, 누적된 설문결과<sup>1)</sup>는 다양한 분석을 통해 월 1회 리더 면담 시 참고할 수 있도록 제공하고 있습니다. 이 외에도 신규 입사자에게는 다소 방대하고 복잡할 수 있는 회사 제도, 복리후생, 보상 프로그램 등을 보다 부드럽고 재미있게 이해할 수 있도록 수필 형태의 네이버 체험기와 주제별 온보딩 레터를 제공하고 있으며, 신규 입사자들이 직접 작성하는 유용한 정보 공유 공간도 운영하고 있습니다.

이와 같이 네이버의 온보딩 프로그램은 신규 입사자들이 네이버를 잘 이해하고 빠르게 녹아 들어, 짧은 시간 안에 주도적으로 일하며 앞으로의 비전을 확인할 수 있도록 지원하고 있습니다.

**Leader Class**   급변하는 트렌드, 원격근무, MZ세대 등 구성원과 성과관리를 위한 리더들의 역할이 더욱 중요해진 가운데 네이버의 리더십 교육은 조직을 이끌기 위한 기본기와 더불어 해당 시기에 요구되는 리더의 역할들에도 집중하고 있습니다.

리더들을 위한 교육 브랜드인 리더클래스에서는 기본적으로 네이버 인사제도에 대한 이해와 근로기준법에 기반한 리스크를 관리할 수 있도록 돕는 HR Basic 교육을 연 2회 실시하고 있으며, 외부 기관과의 협력을 통해 갑질, 성희롱, 직장 내 괴롭힘 예방교육을 강화했습니다.

이 외에도 COVID-19로 지속된 원격 근무 환경에서의 리더십을 위해 구성원과의 원활한 유대관계 및 성과관리를 위한 교육을 진행했으며, 향후 신입리더들에게는 조속한 역할 인식과 더불어 조직구성원 개개인을 깊이 있게 이해할 수 있는 교육/워크샵을 지원할 예정입니다.

리더에게 요구되는 또 하나의 중요한 역할인 성과 관리 측면에서는, 연간의 긴 호흡으로 성과 창출과 구성원 성장 피드백을 원활히 수행할 수 있도록 연초 목표설정, 연중 성과관리, 연말 종합리뷰와 피드백 과정을 운영하고 있습니다. 한편, 2021년부터 Leader Class Portal을 구축하여, 리더십 교육/가이드 콘텐츠와 FAQ 등을 필요한 시점에 상시 활용할 수 있도록 지원하고 있으며, 동료 리더들과의 소통을 통해 궁금한 점을 해소하거나 유용한 팁을 공유할 수 있도록 함으로써 능동적이고 자발적인 리더십 개발이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

#### Leader Class 구성

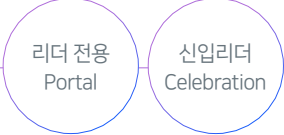
#### 리더십 공통



#### 성과 관리



#### 리더십 지원



## 직군 특화 교육

#### 기술성장 교육/공유 프로그램

네이버 전체 구성원의 60% 이상을 차지하는 기술직군에서는 Front-end, iOS, Android, Back-end, Data Engineering, AI/Machine Learning 등의 분야별 기술교육과 더불어 사내 플랫폼, 개발환경, 보안과 같은 공통 기술교육을 운영하고 있으며, 다양한 분야와 주제들 중 개인에게 필요한 교육을 자유롭게 선택하여 수강할 수 있습니다. 더불어, Engineering Day, Tech talk, Meetup 등의 지식/경험 공유 프로그램을 통해 변화가 빠른 개발 환경에서도 시행착오 없이 새로운 기술을 습득할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2021년에는 총 207개의 교육/공유 세션이 운영되었으며, 과정당 평균 350여 명의 수강규모를 보였습니다. (연간 순방문자(Uunique Visitor) 73,784명)

네이버는 기술의 습득만큼이나 공유의 가치를 중요하게 생각하고 있습니다. 사내 개발자 컨퍼런스인 엔지니어링 데이(Engineering Day)는 네이버 개발자들의 성장을 돕기 위해 2016년 시작한 사내 기술발표 행사로서, 실무에서의 기술 적용 경험과 노하우를 공유하여, 새로운 기술과 플랫폼 도입 시에 유용하게 활용될 수 있도록 돕습니다. 네이버 개발자라면 누구나 발표와 시청이 가능하며, 2021년에는 예년 대비 50%가량 증가한 160건의 기술 공유가 이루어졌습니다.

또한, 기술 Meet-up을 통해 같은 기술을 개발하는 사람들이 모여 ‘업무 효율성을 높이는 노하우’, ‘새로 도입한 기술의 테스트 결과’를 공유하는 등 업무를 통해 쌓아온 다양한 경험을 나누고 있으며, 네이버는 이렇게 기술과 노하우를 공유하는 문화를 통해 모두 함께 성장하고 있습니다.

#### 기획/디자인 직무교육의 전사 확대 계획

기술직군 대비 부족했던 기획/디자인 직무교육을 보완하기 위해 신입사원부터 관련 교육과정을 적용해보고 있습니다. 궁극적으로 좋은 서비스와 프로젝트를 위한 기본적인 직무역량에 초점을 두고, 데이터 리터러시, 도큐멘테이션, 인포그래픽, 비전공자를 위한 IT 개발지식 등의 교육을 진행했으며 강연 및 실습을 통한 교육만족도와 실효성 또한 높게 나타났습니다. 향후 신입사원 교육 프로그램의 고도화와 더불어 기존 구성원들의 업력을 고려한 변별력 있는 교육과정 설계를 통해 기술 외 직군의 직무교육도 확대해 나아갈 예정입니다.

#### CASE STORY

## 사내 개발자 컨퍼런스 Engineering Day

Engineering Day는 매년 4월, 7월, 10월에 진행되는 개발자 간 기술 공유 행사입니다. AI/ML, Front-end, Back-end, Data engineering, Mobile, Cloud, 모니터링, 운영 프랙티스 등 다양한 분야 별로 업무 경험과 노하우, 더 나은 협업을 위한 노력 등의 주제를 다룹니다. 올해 Engineering Day에서는 총 160건의 발표가 진행됐습니다.

#### 2021년 Engineering Day 성과



| 개발자 교육 성과 |       |       |       |       |                     |
|-----------|-------|-------|-------|-------|---------------------|
| 세부 내역     | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021                |
| 인원 (명)    | 2,102 | 3,441 | 4,674 | 1,875 | 6,021 <sup>1)</sup> |
| 과정 수 (개)  | 94    | 101   | 44    | 75    | 207                 |

<sup>1)</sup> COVID-19로 인해 전면 온라인으로 개발자 교육을 진행, 과정당 평균 인원 30명 가정 시 총 6,021명 참여

<sup>1)</sup> 대상자, 버디, 리더가 함께 참여하는 Check-in Program



### 구성원 자기주도 성장 지원

네이버는 어학교육, 외부교육, 해외연수, 스터디그룹 등의 제도를 통해 누구든 자유롭게, 주도적으로 자기개발 할 수 있는 환경을 마련하고 있으며, 유형과 규모 면에서도 부족함이 없도록 지원하고 있습니다. 단, 성장지원을 위한 프로그램의 매력도는 매년 개선되고 있는 반면, COVID-19로 인해 해외, 오프라인의 키워드를 갖는 항목들은 최근 3년 간 유지 또는 감소세를 보였습니다. 최근 비대면 교육/모임의 활성화와 참석자들의 원격 적응력이 높아짐에 따라 앞으로 다시 증가세를 보일 것으로 기대하고 있습니다.

### 외부 교육기관과의 파트너십

네이버는 한국, 일본, 프랑스, 동남아 지역을 중심으로 AI 리더십을 위한, AI R&D 벨트를 만들어가고 있습니다. 네이버의 AI R&D 벨트는 아시아·유럽·북미를 잇는 글로벌 AI 기술 네트워크를 구축하는데 목표를 두고 있으며, 이에 베트남 우정통신정보대학(PTIT), 하노이 공과대학(HUST), 독일 튀빙겐대 등과 산학협력 파트너십을 체결하였습니다.

이러한 AI 역량 향상의 일환으로, 네이버는 KAIST AI 대학원과 협업하여 AI수업을 구성원에게 제공하고 있습니다. 2020년 봄 학기에 3과목, 30명 대상, 16주 수업으로 개설되었던 수업은 매 학기 과정이 확대되어 2021년 가을 학기엔 10과목 95명 대상, 18주 수업으로 진행되며 전문적 교육을 강화하고 있습니다.

교육을 통한 지식 성장에서 더 나아가, 뛰어난 인적 자본 교류를 통한 실질적 시너지 창출을 위해 2021년 5월엔 KAIST, 서울대학교와 긴밀하게 협업하는 각각의 공동의 연구센터를 설립하였습니다. 이러한 합작 연구의 고무적인 결과로 네이버 소속 연구자들의 논문이 세계 최고 머신 러닝 학회인 ICLR 2022에서 12개, 세계 최대 음성 AI 학회인 ICASSP 2022에서 7개 채택되기도 했습니다. 앞으로 네이버는 두 연구센터 모두 연구비, 인프라 지원비 등 3년간 수백억 원 규모로 투자를 이어가며 구성원이 AI 역량을 더욱 고도화해 갈 계획입니다.

구성원 자기주도 성장지원 교육 현황

|                   | 유형        | 세부 내역 | 2017 | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|-------------------|-----------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| 어학 교육             | 인원 (명)    |       | 95   | 501   | 1,357 | 1,323 | 1,174 |
|                   | 신청 건수 (건) |       | 431  | 2,317 | 6,815 | 6,750 | 8,390 |
| 외부 교육             | 인원 (명)    |       | 202  | 296   | 370   | 239   | 283   |
|                   | 신청 건수 (건) |       | 255  | 391   | 455   | 358   | 474   |
| 연수                | 인원 (명)    |       | 191  | 276   | 290   | 44    | 3     |
|                   | 신청 건수 (건) |       | 231  | 320   | 340   | 47    | 3     |
| 스터디 <sup>1)</sup> | 인원 (명)    |       | 899  | 1,053 | 1,196 | 902   | 947   |
|                   | 스터디 (개)   |       | 341  | 409   | 544   | 1,716 | 1,827 |

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

외부 교육기관 협업 현황

| 협업 교육기관 | 센터                                  | 주요 파트너십                                                      | 특이사항                                                |
|---------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| KAIST   | KAIST-NAVER Hypercreative AI Center | 좋은 스토리와 창의적 아이디어가 있다면 누구나 고품질의 멀티미디어 콘텐츠를 만들어낼 수 있도록 도와주는 AI | 2022년 2월 네이버 신사옥에 연구 기관 입주, 같은 공간에서 활발히 소통하며 연구 수행  |
| 서울 대학교  | SNU-NAVER Hyperscale AI Center      | 초대규모 한국어 언어모델을 발전하고 나아가 언어, 이미지, 음성을 동시에 이해하는 초대규모 AI를 함께 개발 | 국내 기업 최초로 2020년 10월 도입한 700 페타플롭 이상의 슈퍼컴퓨터를 서울대와 공유 |

## 구성원 성과평가와 보상

### 지향점

네이버는 구성원과 회사가 함께 성장할 수 있는, 합리적인 리뷰/보상 체계를 지향합니다. 리더뿐 아니라 동료 등 함께 일하는 구성원 모두가 평가 과정에 참여하며, 2차 종합리뷰(Calibration Session)와 이의신청 심의 프로세스를 통해 리뷰결과에 대해 충분히 검증할 수 있는 프로세스를 마련하였습니다. 리뷰결과는 보상과 리더의 선임 등에 활용하여, 실력이 있는 직원이라면 누구든 조직을 리딩할 수 있도록 하고 이를 건강하게 받아들이는 분위기 또한 조성되어 있습니다.

네이버의 리뷰 제도는 내실 있는 피드백을 바탕으로 구성원의 성장을 지원하기 위해, 매년 정기적으로 다각도 (360도) 리뷰를 진행하고, 조직별 리뷰 특화문항을 통해 사업별 조직의 다양성이 평가와 보상 프로세스에 반영될 수 있도록 운영하고 있습니다. 리뷰 과정을 통해 스스로의 업무 성과와 협업/태도를 되돌아보고, 함께 일했던 구성원 모두가 리뷰에 참여하는 종합적인 프로세스를 운영합니다.

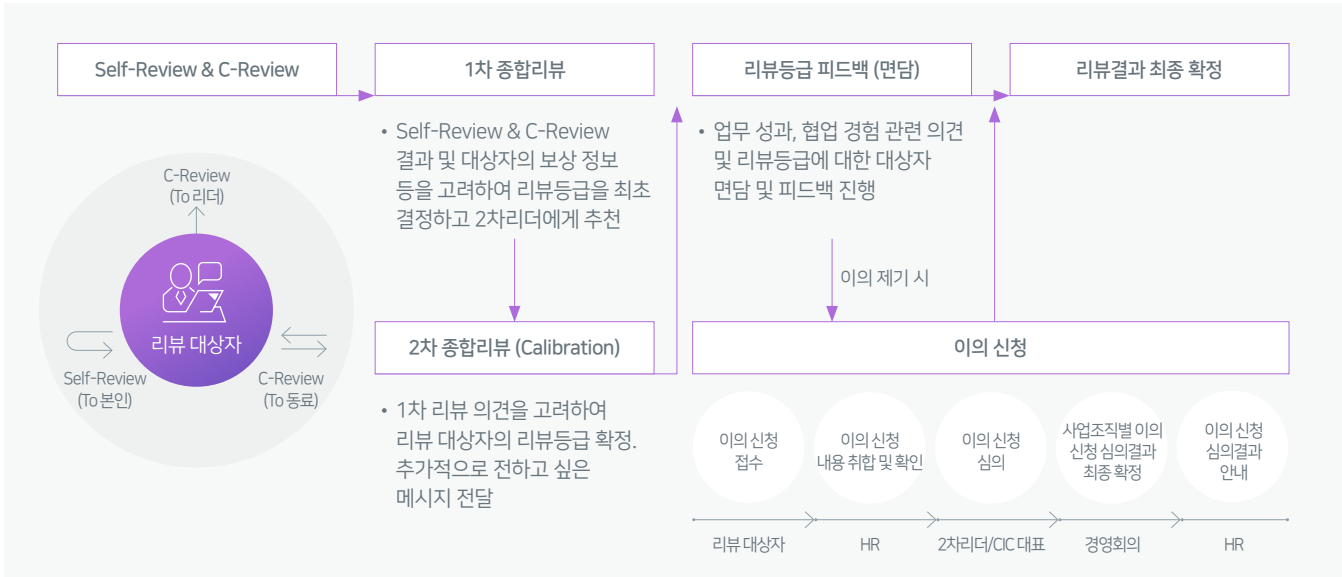
아울러, 사업조직별 2차 종합리뷰(Calibration Session)를 통해 각 구성원에 대한 리뷰가 조직의 평가 기준에 맞게 진행되었는지 점검함으로써 리뷰 등급에 대한 조직과 구성원 간의 눈높이를 조율합니다. 이를 통해, 리더 한 사람의 기준에 의해서만 리뷰등급이 결정되는 것을 지양하고, 더욱 합리적인 평가가 이루어질 수 있게 합니다.

또한 2차 종합리뷰(Calibration Session)를 통해 결정된 개인별 리뷰등급이 합리적으로 결정되었는지 최종 검증을 요청할 수 있는 이의신청 프로세스도 운영하고 있습니다. 이의신청은 구성원이 HR 조직에 직접 접수하며, 접수된 이의신청에 대해서는 상위조직장과 사업대표의 심의를 거쳐, 전사 경영회의 심의를 통해 결과를 최종 확정합니다. 이러한 과정을 통해 리뷰결과가 신중한 절차를 거쳐 최종 확정될 수 있도록 하고, 구성원이 본인의 업무 성과에 대해 충분한 의견 개진을 할 수 있는 기회를 제공합니다.

연말 리뷰운영기간 이외에도 평소에도 리더가 구성원의 업무 진행상황, 역량 및 커리어 성장 등에 대해 수시로 피드백 할 수 있는 가이드 및 시스템 환경을 제공함으로써, 업무목표와 성과에 대한 조직과 구성원 개인의 눈높이를 지속적으로 일치시키고, 성장을 지원하고 있습니다.

네이버는 리뷰를 통해 일하는 보람과 성장을 체감할 수 있도록 하고 있으며, 이를 위해 평가/보상제도에 대한 구성원의 목소리를 적극 수렴함으로써 지속적으로 개선점을 찾아 직원들의 성장을 돕는 평가/보상 프로세스를 구축해나가고 있습니다.

구성원 성과평가 Process

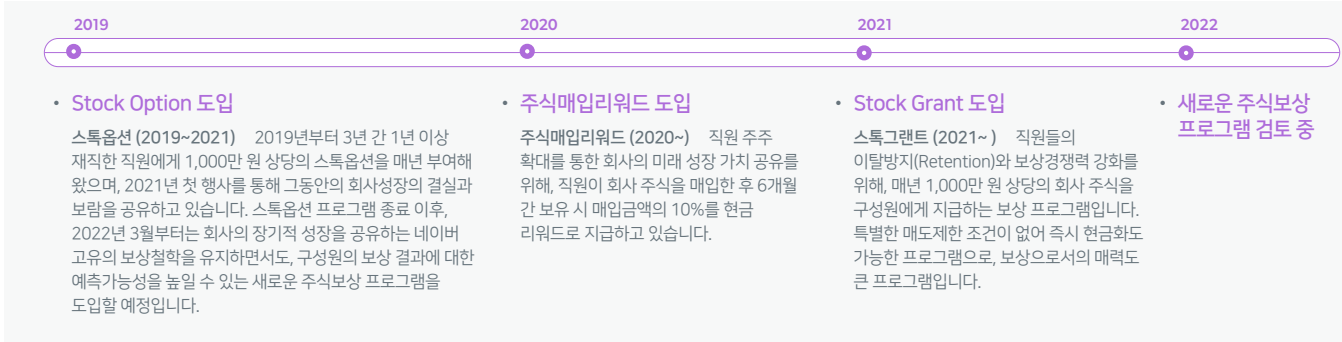


### 주식보상 프로그램

네이버는 다양한 주식보상제도의 운영을 통해 회사와 구성원의 성장이 이어지는 계기를 제공하고, 구성원이

주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치/성장을 바라보도록 성장방향을 제시하고 있습니다.

#### 네이버 주식보상제도 변화방향



## 건강한 조직문화

### 구성원 다양성

네이버는 성별, 국적을 비롯해 다양한 배경과 가치관을 가진 이들이 함께 모여 네이버만의 유연한 조직문화를 만들어갈 수 있도록 노력합니다. 네이버는 상호 존중을 기반으로 본인의역량에 따라 자유롭게 일하며 사회에 기여할 수 있는 환경을 조성하는데 앞장서고 있습니다.

네이버의 남녀 구성원 비율은 2021년 말 기준으로 63:37<sup>1)</sup>이며, 전체 리더 직급 중 여성의 비율은 매해 상승하여 약 27%를 차지하고 있습니다. 아울러, 사내독립조직인 CIC(Company-in-Company) 대표를 포함한 C-level의 고위 경영진 중 여성이 차지하는 비중은 16%입니다.네이버는 여성이라는 이유로 '유리 천장' 등의 보이지 않는 차별을 두지 않습니다. 또한 유능한 여성 인재들이 능력을 발휘할 수 있는 기회가 임신과 출산에 제한받지 않도록 출산휴가와 육아휴직 사용을 장려합니다. 이에 더해, 직군에 의한 임금 차이 외 성별에 따른 임금 차이는 두고 있지 않습니다.

네이버는 Global 직원의 네트워킹과 조직 적응을 위한 프로그램을 진행하고 있습니다. 매월 Global Lunch 제도를 운영하여 외국인 구성원들이 함께 점심을 먹으며 네트워킹 할 수 있도록 자리를 마련하였습니다. 또한 사내 메신저인 Works 채팅방을 통하여 서로 직장 생활 및 한국 생활에서 궁금한 사항이나 노하우, 경험을 공유할 수 있도록 장려하고 있습니다.

이 외에도 네이버는 매년 세대 간의 소통과 교류를 확대하기 위해 지금 만나러 갑니다라는 타이틀로 HR팀의 주치 하에

직무 별/연차 별(리더, 시니어, 주니어) 간담회를 진행하고 있으며, 많은 직원들이 참여하여 다양한 의견을 제시하고 있습니다.

또한 네이버는 장애인 고용에도 적극적으로 임하고 있습니다. 2020년, 네이버는 자회사형 장애인 표준 사업장 '네이버헨즈'를 설립하였습니다.

이를 통해 발달장애 청년들이 수행 가능한 업무를 발굴하고 직접 고용을 실시함으로써, 2021년 말 기준 16명의 발달장애 청년들이 네이버 사옥 그린팩토리 내에 위치한 카페&스토어의 바리스타와 캐셔, 사옥 내 식물관리 담당자로 근무하고 있습니다. 2022년에는 25명의 장애인 구성원을 추가 채용함으로써 장애인 고용에도 더욱 적극적으로 나설 예정입니다. 또한 전시, 카페 및 매점, 웹 접근성 컨설팅 등을 수행하는 자회사형 장애인 표준 사업장 '엔비전스'에는 시각장애인 근로자 28명이 근무 중입니다.

2020년 5월에는 기존 대리점 형태였던 편의점을 이마트 24와 협업해 리뉴얼하여 발달장애 청년들에게 안정적인 일자리를 제공할 수 있는 사내 편의점 '그린 마트'로 탈바꿈 하였습니다. 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. 네이버는 앞으로도 사내 그룹별 커뮤니티를 점차 강화할 예정이며 구성원 다양성과 포용성 증진을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

### 구성원 조직문화 만족도

2021년 네이버는 보다 건강한 조직문화를 만들어 가기 위해, 외부 전문기관과 협력해 내부 조직문화 진단을 시행하였습니다. 금번 진단에는 전체 구성원의 72% (2,938명)가 참여하였으며 응답자의 68%가 조직문화 전반에 대해 긍정적으로 인식하는 것으로 드러났습니다. 특히 조직문화의 두가지 핵심요인인 '자발적 몰입도'와 '실행환경 조성도' 모두 긍정적인 응답 비율이 과반을 넘었습니다<sup>1)</sup>.

이러한 결과를 기반으로 네이버의 조직문화 프로파일을 분석한 결과, 응답자의 절반(47%)가량이 효과적 그룹에 해당하였습니다. 이는 글로벌 IT 기업과 유사한 수준이며 국내 기업보다 긍정적인 수준입니다<sup>2)</sup>. 네이버는 앞으로도 구성원들이 네이버의 서비스와 사용자 경험에 대해 자부심을 느끼며 보다 행복하게 일할 수 있는 공간을 만들기 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

## 구성원 보건안전과 웰빙

### 구성원 보건안전 정책

네이버는 구성원에게 안전하고 위생적인 작업환경을 제공합니다. 이를 위해 사업장의 시설, 장비 등을 정기적으로 점검 및 관리하며 위험한 작업환경에서 근무하는 구성원에게는 별도의 안전장구와 안전교육을 제공합니다. 또한 임신부, 장애인 등의 취약 근로자에게는 원활한 근무를 위해 필요한 지원 및 조치를 보장합니다. 네이버는 구성원의 업무 상 질병 발생 및 사업장 사고에 대해 적절한 보상 등의 조치를 신속히 제공할 것을 약속합니다.

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. 특히 2022년부터는 3년 이상 근속 시 최대 6개월까지 무급휴직을 허용하는 제도를 도입함으로써 구성원의 자기계발과 성장을 지원할 예정입니다.

<sup>1)</sup> 긍정 응답률: 5점 척도에서 5(매우 동의함), 4(동의함)으로 응답한 직원의 비율

<sup>2)</sup> 글로벌 IT 기업: 10개 소프트웨어 및 플랫폼 기업, 2,6만여 명 진단 결과 국내 기업: 60여 개 기업, 2만여 명 진단 결과

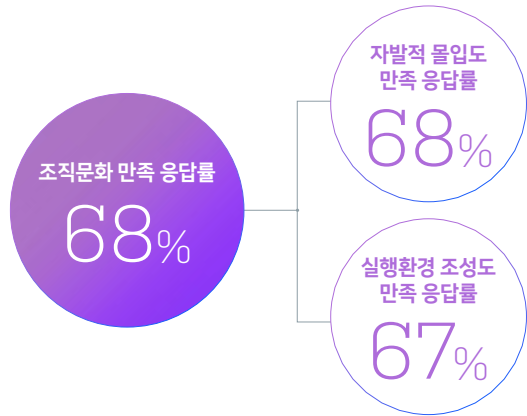
<sup>3)</sup> 2022년 판교 지역 어린이집 오픈 예정 포함

나아가 구성원들의 몸과 마음 건강까지 챙길 수 있는 운동시설과 전문 의료 상담을 지원하며, 24시간 교대 근무가 이루어지는 조직(24시간 상황실) 소속 직원은 산업안전보건법에 따라 매년 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.

또한 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 가족친화제도를 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 유착기 등을 갖춘 모자유친실을 갖추고, 직장 보육 시설 전문 기관과 연계해 서울/경기지역 6개, 총 951명의 T/O를 가진 국내 최고 수준의 어린이집을 운영 중입니다<sup>3)</sup>. 해당 연도 휴직 만료 인원을 기준으로 육아휴직을 사용한 직원의 복직률은 2018년 이후 3년 연속 99% 이상을 기록하고 있습니다.

#### 구성원 조직문화 만족도 조사



<sup>1)</sup> 정규직 기준

**구성원 정서 케어 프로그램** COVID-19로 인한 원격근무 장기화는 동료들과의 일상을 단절시키고 일과 생활의 경계를 모호하게 하는 등 구성원들의 심리적 피로를 가중시켰습니다. 이에, 심적으로 지친 구성원들의 마음을 케어하기 위한 전사 교육을 진행했고, 외로움과 고립감 해소를 주제로 한 힐링 콘텐츠를 제공했습니다.

첫번째로는 정신건강의학 관점의 코로나블루와 번아웃에 대해 알아보고 이를 극복하기 위한 방법에 대해 이야기 해보는 자리를 마련했습니다. 지금의 상황이 나 혼자만 겪는 어려움이 아님과 더불어, 함께 노력함으로써 다시 균형을 찾아갈 수 있다는 긍정적인 메시지를 전달했습니다. 두번째로는 고립감의 해소를 위해 음악과 함께 여행을 떠나는 컨셉의 렉처 콘서트를 진행했습니다. 가수 하림과 아프리카 오버랜드가 들려주는 아프리카 여행기와 악상들을 통해 답답함을 달래보았고, 유쾌한 대화와 아름다운 선율을 통해 함께 소통하면서 힐링 할 수 있는 시간을 가졌습니다.

앞으로도 네이버는 구성원들의 '마음'에 집중한 강연/공연 콘텐츠를 지속적으로 발굴할 예정이며, 정기적으로 운영되는 문화/교양 프로그램으로의 브랜딩도 계획하고 있습니다.

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

| 일/가정 양립을 돕는 네이버의 다양한 지원 프로그램 |                                                                                     |                                              | 세부내용                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 구분                           |                                                                                     |                                              |                                                                                                                                                                                                                      |
| 근로시간                         |    | 선택적 근로시간제                                    | • 별도의 코어타임 및 1일 최소 근로시간 없이 평일 06~22시 사이 자유롭게 출퇴근하여 근무시간을 유연하게 활용 가능                                                                                                                                                  |
|                              |                                                                                     | 근로시간 단축제                                     | • 임신기, 육아기, 가족 돌봄 등의 사유로 근로시간 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<br>전직원에게 제공되는 인체공학적인 의자  | • 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 중<br><br>• 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<br><br>• '오래 시간 일하는 직원들이 가장 좋은 의자를 사용해야 한다'는 마음으로 전 직원에게 인체공학적으로 설계된 기능성 의자를 제공 |
| 건강 케어                        |    | 사옥에서 전문 의료진의 진료가 가능한 네이버 홀닥터*                | • 근무 중 갑자기 몸이 좋지 않을 때, 건강검진 전/후 상담이 필요 시 전문적인 진료와 상담으로 건강을 관리하며, 근골격계/스트레스성 질환에 대한 물리치료, 전문검사, 예방접종 등을 지원                                                                                                            |
|                              |                                                                                     | 올바른 몸 상태를 위한 코어운동센터*                         | • 목/어깨/허리 등 직장인의 주요 통증을 완화시키고 거북목/디스크 등을 예방하기 위한 운동법을 제공하여 올바른 몸 상태를 유지할 수 있도록 돕고 있음                                                                                                                                 |
|                              |                                                                                     | 마음 건강까지 챙기는 심리 상담지원*                         | • 마음 건강도 전문가의 도움으로 관리할 수 있도록 안심하고 상담받을 수 있는 전문 상담기관을 연계하여 운영 중<br>년 10회까지 상담 비용 전액을 지원하며 10회 이후 회사에서 80% 금액 지원함                                                                                                      |
|                              |                                                                                     | 시간과 장소에 상관없이 전문가의 상담을 지원하는 의료/보안 상담 Channel* | • 전 세계 어디서든지 건강/보안 상 이슈 발생 시 전문 의료진 상담 및 긴급 지원 서비스를 받을 수 있음                                                                                                                                                          |
| 건강 먹거리                       |    | 직원의 건강을 생각하는 Green Café*                     | • 바리스타가 내리는 신선한 커피부터 생과일 음료, 한방음료까지, 건강 음료를 저렴한 가격에 이용 가능                                                                                                                                                            |
|                              |                                                                                     | 안심하고 먹을 수 있는 B1 Kitchen*                     | • 캐주얼한 식사 지원을 위해 갓 구운 빵, 수제버거 등의 Take-out이 가능<br><br>• 풍성한 샐러드는 물론, 저염/저칼로리 식사까지 직원의 건강을 고려한 식사를 매일 제공                                                                                                               |
| 어린이집 운영                      |   | 서울/경기 지역에 총 6개의 어린이집*                        | • 서울/경기 지역 6개, 총 951 T/O를 가진 국내 최고 수준의 어린이집 운영 (2022년 6월 오픈 예정인 판교 포함)                                                                                                                                               |
| 가족 케어                        |  | 국내 선도적인 수준의 상해보험 및 종합검진 서비스*                 | • 나와 배우자, 부모님과 배우자의 부모님, 자녀, 형제자매까지 상해보험 혜택을 받을 수 있음                                                                                                                                                                 |
|                              |                                                                                     | 가족 초청 프로그램 'Open Saturday'*                  | • 종합검진은 매년 지원되며, 본인 외 꼭 필요한 가족 1명도 격년으로 지원 중                                                                                                                                                                         |
|                              |                                                                                     | 그린웨딩*                                        | • 부모님, 자녀들을 내가 일하고 있는 사옥에 초대해서 함께 재미있는 프로그램에 참여하고 회사 문화를 경험하며 좋은 추억을 만들 수 있도록 지원                                                                                                                                     |
|                              |                                                                                     | 명절 선물*                                       | • 사옥 내에서 결혼식을 진행할 수 있도록 공간 및 시설 지원<br><br>• 연 2회 명절마다 20만 원 상당의 선물 지급                                                                                                                                                |
| 휴가 지원                        |  | 입사 후 2년이 지나면 15일의 리프레시 플러스 휴가 발생             | • 입사 후 2년이 지나면 첫 리프레시 플러스 휴가 15일이 주어지며, 발생 후 3년 이내에 최대 3회에 걸쳐 휴가를 사용할 수 있는 제도                                                                                                                                        |
|                              |                                                                                     | 육아서비스 및 특별 휴가*                               | • 가족 돌봄 휴가를 자녀양육을 사유로 연간 10일 사용 가능                                                                                                                                                                                   |
|                              |                                                                                     | 다양한 최고급 휴양 시설 이용 지원*                         | • 회사 직원만 전용으로 사용할 수 있는 전국 곳곳의 고급 전용 휴양 시설을 매달 추첨을 통해 저렴한 비용으로 이용 가능                                                                                                                                                  |
| 경제적 지원                       |  | 주거와 생활의 안정을 위한 금전적 지원                        | • 직원들의 주택 구입(임차) 사유의 대출이 필요한 경우, 대출금 최대 2억 원의 연 1.5%, 신용대출 최대 1억 원의 1.5%의 이자지원 이용을 현금으로 지원 (최대 10년)                                                                                                                  |
|                              |                                                                                     | 직원과 가족의 경조사 지원*                              | • 직원 및 가족의 경조사 발생 시 경조사를 원활하게 치를 수 있도록 회사 차원에서 예를 표하고, 상호 부조하는 것을 목적으로 함                                                                                                                                             |
|                              |                                                                                     | 주식매입리워드                                      | • 임원/정규직 대상으로, 자사주 매입 금액의 10%를 지원. 주식매입 후 6개월 간 보유하면 연간 지급한도는 200만 원 내에서 리워드 지급                                                                                                                                      |
|                              |                                                                                     | 스톡그랜트                                        | • 전 직원 대상 연간 1,000만 원 상당의 주식 부여                                                                                                                                                                                      |
| 업무물입 지원                      |  | 업무기기에산제                                      | • 구성원 각자의 상황과 필요에 맞게 업무기기를 자유롭게 선택하여 활용하게 함으로써, 업무 효율성을 향상시킬 수 있도록 지원함                                                                                                                                               |
|                              |                                                                                     | 개인업무지원비*                                     | • 업무상 발생하는 통신비, 도서/콘텐츠 구매비, 외부주차비 등을 지원함                                                                                                                                                                             |
|                              |                                                                                     | 네이버서비스 이용권*                                  | • 네이버에서 제공하는 각종 서비스를 직접 사용해보고 이해도를 높일 수 있도록 매월 무료로 지원함                                                                                                                                                               |
|                              |                                                                                     | 글로벌 어학 지원*                                   | • 업무환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 어학교육을 받을 수 있도록 지원함 (연간 240만 원 한도)                                                                                                                                                        |

\* 모든 구성원 대상 (임원, 정규직, 계약직 포함)



## 프로젝트 꽃

네이버는 프로젝트 꽃을 실현하는 토양으로 다양한 기술과 플랫폼을 제공하고 있습니다. SME와 크리에이터의 가치가 꽃 피울 수 있도록 더 많은 지속가능한 성공들을 지원하겠습니다.

### 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.

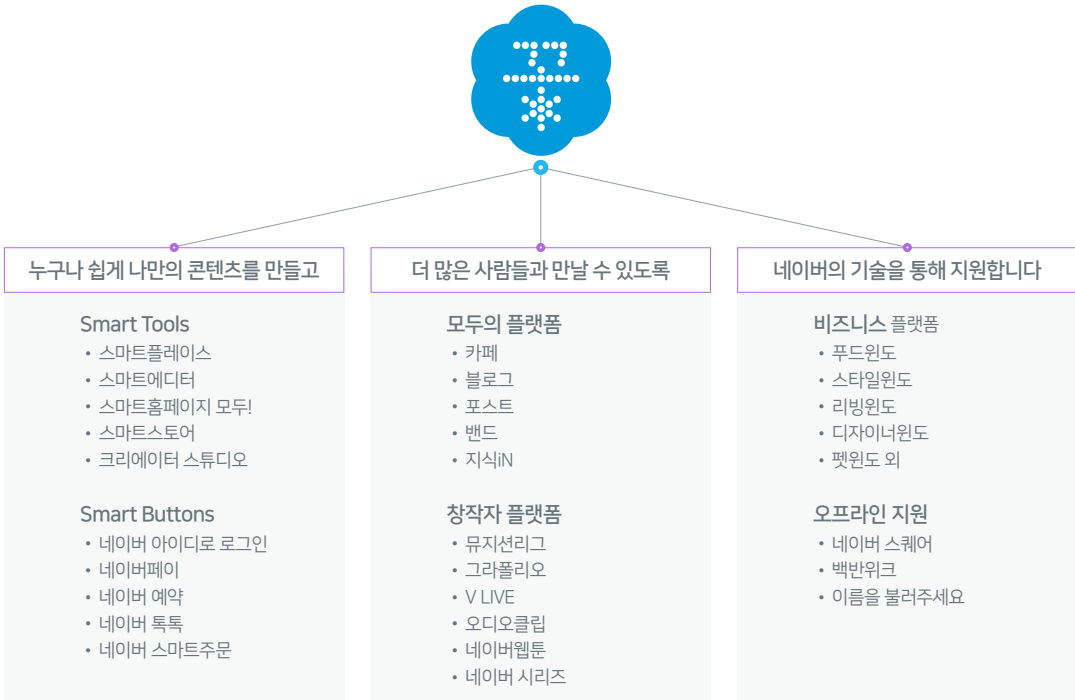
프로젝트 꽃으로 파트너의 성장, 문화예술 창작, 미래세대 디지털 교육, 기부와 같은 공익 활동을 아우르며, 다양한 사회적 가치를 창출하고 있습니다.

사업을 시작하고 성공할 수 있도록 도움을 주는 서비스와 기술 플랫폼, 로컬의 스몰비즈니스를 위한 오프라인 성장 거점 네이버 스퀘어, 스몰비즈니스의 성장과 성공을 함께하는 체계적인 창업 지원 D-커머스 프로그램, 창작자들이 팬과 만나 새로운 가치를 만들 수 있는 다양한 서비스와 창작 플랫폼 등 모두가 프로젝트 꽃입니다. 네이버 분수펀드는 프로젝트 꽃과 기부금 집행 시 필요한 자금 지원을 목적으로 2017년 조성되었으며, 2021년 누적 금액 3,762억 원을 돌파하는 등 국내 최고 수준의 기부금 규모를 유지하며 SME와 크리에이터 및 사회공헌 활동에 기여하고 있습니다.

분수펀드 규모  
(단위: 억 원)



#### 프로젝트 꽃 개요



공익 플랫폼

사업 플랫폼

\* 2021년 12월 말 기준

2021년은 프로젝트 꽃이 시작한지 5년이 되는 해였습니다. 2016년 프로젝트 꽃 시작 당시 네이버는 매년 1만 명의 온라인 창업을 만들어내는 계획을 발표했습니다. 5년이 지난 2021년, 목표치를 크게 상회하여 49만 명의 온라인 창업자들이 네이버의 플랫폼에서 활동하고 있습니다. 네이버는 지난 5년 간 SME와 크리에이터가 각자의 고유한 개성과 매력을 마음껏 드러내고 자신만의 방식에 따라 사업 기회를 만들어나갈 수 있도록, 자유로운 비즈니스 및 창작 활동이 가능한 플랫폼 환경을 조성했습니다. 그리고 2021년, 네이버의 플랫폼에 움튼 작은 성공들이 모여 SME와 크리에이터를 중심으로 한 비즈니스 생태계가 확장되고 있습니다. 네이버는 프로젝트 꽃 5주년을 맞아 교육, 물류, 금융, 마이크로 경영 컨설팅 시스템을 본격화하면서 SME의 독자적인 비즈니스 생태계를 더욱 탄탄하게 만들겠습니다.

### SME의 디지털 확장을 위한 플랫폼

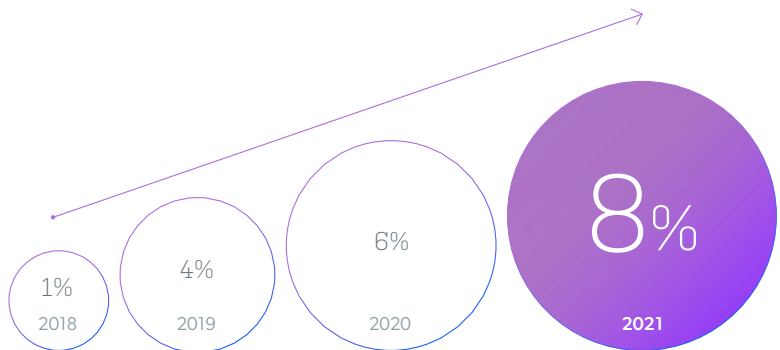
#### 스마트스토어

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 톡톡(쇼핑챗봇)', 고객의 취향을 파악해 작은 쇼핑물의 상품도 보여주는 딥러닝 쇼핑 추천 기술인 'AITEMS(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 강화혜택을 받고 있습니다.

아울러 네이버는 동네시장 장보기, 산지직송, 지역명물, 가구공방, 수제화거리 등 다양한 '쇼핑윈도'를 통해 오프라인 SME의 성공적 온라인 전환과 성장을 고민하면서, 다양한 판매 톨, 서비스, 지원 프로그램 등을 제공하고 있습니다. 오프라인 SME의 디지털 사업 확장과 성장을 위해 노력한 결과, 2021년 10월 말 기준 총 3만 개의 오프라인 판매자가 네이버 쇼핑윈도에 입점해 활동 중입니다. 쇼핑윈도를 비롯해 유명 로컬 식당의 밀키트를 판매하는 공간인 '푸드윈도 지역명물' 등 네이버의 '윈도 시리즈'는 비를 고도화하고 네이버페이 서비스와 연계되며 폭발적으로 성장하고 있습니다.

| 프로젝트 꽃 프로그램      |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 지원 대상            | 지원 내용                                                | 주요 프로그램                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 검색 광고, 쇼핑 입점 SME | 교육/컨설팅/마케팅 비용 지원 및 입점수수료 감면 등을 통한 초기 온라인창업자 자생력 제고   | <ul style="list-style-type: none"> <li>검색광고 공식대행사 전문채용관 운영을 통한 채용 지원</li> <li>검색광고 공식대행사 네이버클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공</li> <li>SME 온라인 판로 지원: 서울산업진흥원 등 9개 지역 별 기관 추천을 받은 SME 대상 교육, 무료 배너광고 노출, 쇼핑 수수료 면제 혜택 제공</li> <li>시작부터 성공까지 성장 단계별 온라인 사업자를 지원하는 'D-커머스' 프로그램 운영: 교육, 수수료 면제, 마케팅 자원, 컨설팅 등 체계적인 성장 프로그램 제공</li> <li>네이버 스퀘어 운영: SME/창작자 온라인 판로 지원과 성장을 위한 다양한 교육을 제공하고, 영상/오디오 스튜디오 및 업무공간 무상 제공</li> <li>네이버 비즈니스 스쿨 online: 온·오프라인 SME와 창작자의 디지털 전환과 성장을 돕는 온라인 교육 전문 서비스 제공</li> </ul> |
|                  |                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>신진 디자이너 판로 지원을 위하여 오프라인 팝업스토어를 운영하는 '디자이너 윈도 팝업 스토어' 행사 진행</li> <li>청년사업자 성장 스토리를 웹툰과 애니툰으로 제작하여 이름을 알리는 '이름을 불러주세요' 캠페인 진행</li> <li>지역 별 소규모식당 지원 프로그램 '백반워크' 진행 (강릉, 서울, 경기, 광주 등)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                  |                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>기술 스타트업 자본투자 및 투자 유치 지원</li> <li>기술 스타트업 대상 업무 공간 및 네이버 클라우드 플랫폼 서비스 무상 제공</li> <li>스타트업 판로 확대를 위한 컨퍼런스, Meet up 행사 등 주최</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                  |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| SME, 크리에이터       | 백반워크, 디자이너윈도, 이름을 불러주세요 등 '프로젝트 꽃'을 통한 SME와 크리에이터 지원 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 스타트업             | 전용 업무공간/개발 인프라 지원 및 투자유치 지원을 통한 기술 스타트업 성장 지원        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

#### 오프라인 SME 전년 대비 고용 성장률



오프라인 SME는 네이버가 제공하는 서비스, 기술 도구들, 지원 프로그램을 통해 경쟁력을 강화하며, COVID-19로 인한 오프라인 매출의 하락을 상쇄하고 더 큰 매출을 올릴 수 있었습니다. 네이버 스마트스토어를 통해 온라인 전환을 한 SME 중 76%가 온오프라인 사업 병행 후 전체 매출이 증가하였고, 2021년 상반기에 전반기 대비 오프라인 매출이 10%, 온라인 매출이 18% 증가하였습니다. 또한, 오프라인 SME가 스마트스토어를 병행 운영한 후 90% 이상이 신규 고객층 유입을 경험했으며, SME의 연도별 고용 성장률이 꾸준히 증가하며 SME의 스케일업을 통해 지역경제에 기여하고 있습니다. 무엇보다도 오프라인 SME들이 스마트스토어를 통해 디지털 사업 확장 후, 연도별 고용 성장률이 2018년 1%, 2019년 4%, 2020년 6%, 2021년 상반기 8% 꾸준히 증가하고 있어, 어려운 시기에도 오프라인 SME들이 네이버 스마트스토어를 만나 더 많은 일자리 창출에 기여하고 있음을 확인했습니다.

### 스마트플레이스/스마트어라운드

네이버의 스마트플레이스는 사업자가 지도 검색에 자신의 업체를 등록할 수 있는 무료 서비스로, 별도 사이트 구축 없이도 네이버 예약, 시 클, 톡톡, 테이블 주문과 같은 네이버 스마트 툴을 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 네이버의 다양한 서비스에 노출될 수 있는 기회가 제공되고, 이용자는 주변 맛집, 카페, 약국, 편의점 등 필요한 정보를 쉽게 검색하여 찾아볼 수 있습니다. 2021년 4월 스마트플레이스를 개설한 오프라인 SME 수가 200만 개를 돌파하며 2008년 대비 20배 이상 성장하였고, 스마트플레이스에 네이버주문을 적용한 사업자는 전년 대비 8.6배 증가했습니다.

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.

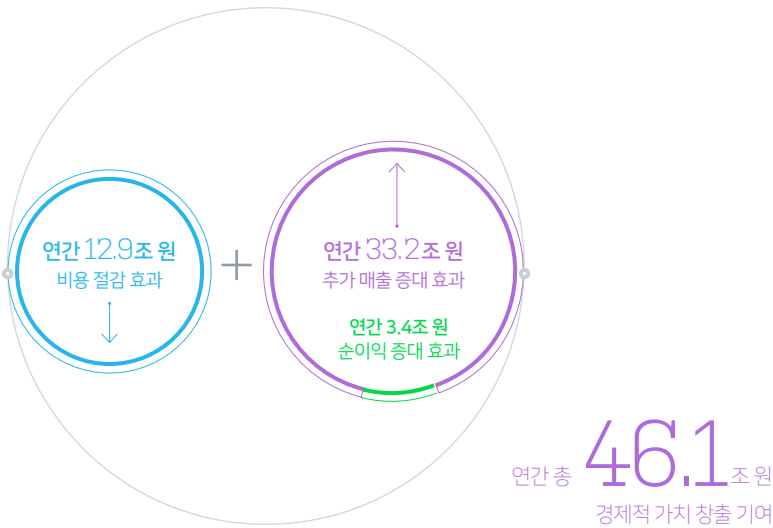
스마트플레이스와 스마트어라운드에 등록된 오프라인 SME들은 네이버의 서비스에 노출되며 이용자와의 디지털 연결을 강화하고 있습니다. 오프라인 SME는 직접 작성 및 관리한 매장 정보를 네이버 검색, 지도, 추천 등에 무료로 노출할 수 있습니다. 스마트플레이스에 등록된 오프라인 SME는 별도 웹사이트 빌딩을 위한 지출 없이 온라인

플랫폼에 홍보 활동을 하고 주문, 예약, 스마트콜 등의 기능을 무상으로 이용하며, 연간 약 12.9조 원의 비용을 절감합니다. 나아가, 스마트플레이스 이용으로 오프라인 SME는 사업자당 연 평균 매출액이 7.9%, 순이익이 5.8% 증가하는 것으로 추정되고 있습니다. 연간 33.2조 원의 매출과 연간 3.4조 원의 순이익 증가가 유발되어, 비용 절감 효과와 추가 매출 증대 효과를 합해 연간 총 46.1조 원의 경제적 가치가 스마트플레이스로 창출되고 있는 것입니다. 스마트플레이스를 통해 앞으로 더 많은 SME들이 온라인 접근성의 제약을 극복하고, 다양한 소비자를 만나 디지털 성장을 경험해 나갈 것으로 기대됩니다.

### 쇼핑라이브

네이버 쇼핑라이브는 개방형 라이브커머스 플랫폼으로, 빅브랜드 위주였던 라이브 커머스 시장의 진입 장벽을 확연히 낮춰 SME도 스마트폰만 있으면 쇼핑라이브 영상을 송출할 수 있게 했습니다. SME는 자율적으로 쇼핑라이브를 기획하고 프로모션을 진행하며 쉽게 판매 촉진을 할 수 있게 되었고, 네이버에서 비즈니스스쿨을 통한 무료 쇼핑라이브 교육과 네이버 스퀘어 무료 스튜디오 대여를 지원받아 쇼핑라이브의 다양한 기능을 활용할 수 있게 되었습니다. SME가 쇼핑라이브에 도전하며 특히 패션, 생필품, 식료품 등의 분야에서 성공 사례가 늘어나는 추세입니다. 성균관대 김지영 교수 연구팀이 SME의 쇼핑라이브를 분석한 결과, 규모가 작은 스토어에서 쇼핑라이브를 통한 매출 증대 및 고객 확보 효과가 더 컸습니다. 쇼핑라이브 방송 후 SME들의 매출액과 고객 증가율이 비SME의 증가율보다 각각 약 3배 높은 것으로 분석됩니다.

### 스마트플레이스가 오프라인 SME에 미치는 경제적 파급효과



D-플레이스 리포트

### CASE STORY

## 동네시장 장보기

2019년 1월 시작한 네이버의 '동네시장 장보기'는 동네 전통시장의 신선한 식재료, 반찬, 간식 등을 온라인으로 주문받아 2시간 내 또는 당일 배달하는 서비스입니다. 네이버는 스타트업, 지역 배달업체와 협력해 전통시장의 디지털 전환을 지원하고 전통시장의 로컬 푸드가 발굴 및 유통될 수 있도록 하였습니다. 동네시장 장보기에 2021년 11월 기준 총 146개의 전통시장이 입점해 있으며, 입점한 전통시장의 2021년 상반기 거래액은 전년 동기 대비 1,500% 증가했습니다. 네이버는 COVID-19로 변화의 길목에 선 동네시장이 온라인으로 진입하여 로컬 브랜드로서 고유의 경쟁력을 갖출 수 있도록 성장의 사다리가 되었습니다.

## 푸드윈도의 쇼핑라이브



쇼핑라이브가 나오자마자 바로 시작했습니다. 6년 동안 푸드윈도를 운영하면서 생긴 믿음이 있는데 네이버 쇼핑의 모든 기능은 '내 판매를 도와준다', '빨리 쓰면 쓸수록 좋다'라는 것입니다. 한우 발골과 정형 작업을 30분, 먹방을 30분 정도 했는데 3만 명 정도 접속해서 깜짝 놀랐습니다. 1시간 동안 하루 판매량 정도의 매출을 올린 것 같습니다. 네이버쇼핑 한우 부문에서 1등을 여러 번 하고 푸드윈도 명예의전당에 들어간 것도 새로운 시도를 누구보다 빨리 했기 때문인 것 같습니다. 라이브를 통해서 항상 고객 곁에 열려 있는 '온라인 정육점'이 되고 싶습니다.



(마장동 축산물시장 한우맨 조준희 대표 인터뷰)



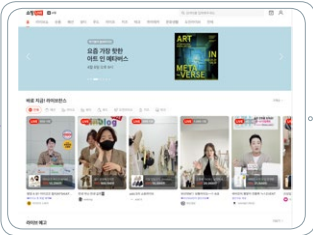
## 네이버파이낸셜, SME와 씬파일러의 금융 사다리

네이버파이낸셜은 금융 사각지대에 있는 온라인 SME도 안정적으로 자금 유통을 받아 자금 걱정 없이 사업 성장에 집중할 수 있도록 비금융 데이터를 활용한 대안신용평가시스템을 활용해 네이버 스마트스토어 사업자들을 위한 신용대출 상품을 지원하고 있습니다. 스마트스토어 대출은 오프라인 매장이 없어 담보로 제공할 부동산이 없거나 매출이 적고 업력이 짧아 은행권 대출이 어려운 온라인 SME를 위한 대출 상품으로, 2020년 12월 미래에셋캐피탈과 제휴를 통해 대안신용평가시스템을 활용한 최초의 온라인 사업자 전용 신용대출 상품을 제공하고, 2021년 7월 우리은행과 제휴를 통해 2금융권에서 1금융권으로 이어지는 신용대출 라인업을 갖추었습니다. 2021년 12월까지 누적 대출액 1,300억 원을 넘어섰으며, 평균대출금액 2,580만 원, 평균금리 연 5.6% 수준으로 제공되고 있습니다. 대출 합산 승인율이 50%를 상회하며, 대출받은 사업자의 24.3%는 스마트스토어 업력이 1년도 안 된 초기 사업자입니다. 무엇보다 대안신용평가시스템을 통해 신용등급이 상승해 더 유리한 조건으로 대출을 받게 된 사업자는 전체의 58.5%로, 이 중 대출이 어려웠지만 승인으로 전환된 비율은 16.7%에 이르러 금융포용성 증대에 기여했다는 평가를 받고 있습니다. 네이버 테크핀 리포트에 따르면, SME 대출을 받은 스마트스토어 사업자는 대출받지 않았을 경우 보다 거래액이 97.9%, 판매상품 수는 261.1% 증가하는 효과가 있었습니다.

### COVID-19 SPECIAL

## 소상공인 판로 지원 라이브 커머스

COVID-19로 인한 언택트 소비 증가 추세에 맞추어 오프라인에서 판매하는 상품을 실시간 영상으로 소개하는 '라이브 커머스' 툴을 네이버 스마트스토어에 도입했습니다. 네이버는 이후 중소벤처기업부, 동반성장위원회에 협력하여 SME와 소상공인의 판로 지원을 위해 라이브 커머스를 진행했습니다. 2021년 6월과 7월에 진행된 대한민국 동행세일과 12월 크리스마켓 행사 시기에 소상공인이 라이브 커머스에서 상품을 홍보할 수 있도록 했으며, 중소기업 쌀가공식품의 기획 라이브 진행 및 라이브 쇼핑 판매를 지원했습니다.



## 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 2021년 연말 기준으로 누적 63만 명에 이릅니다.

D-커머스 프로그램은 창업 초기 단계의 사업자를 대상으로 1년간 매월 500만 원까지 순 결제 금액의 결제수수료와 6개월 간 매출 연동 수수료를 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.

성장포인트는 네이버 검색광고 비즈머니로 활용하거나, 스마트스토어를 이용한 고객에게 포인트로 지급할 수 있어, 스몰비즈니스의 마케팅 수단으로 적극 활용되고 있습니다. 나아가 사업 확장 단계의 사업자를 대상으로 ‘빠른정산’ 서비스를 운영하여 판매 대금 정산 기간을 단축해 현금 유동성을 확보할 수 있게 돕고 있습니다.

2020년에 이어 2021년에는 프로젝트 꽃 ‘스타트 올인원’ 프로그램의 일환으로 소상공인 사업자에게 네이버페이 예약주문관리 수수료를 전액 지원했습니다. 2021년 상반기까지 네이버주문 및 매장방문 결제로 발생하는 네이버페이 예약주문 관리 수수료를 면제했고, 하반기에는 네이버주문 신규 사업자 대상으로 네이버페이를 전액 지급했습니다. 2021년 연말 기준 누적 5만 명의 사업자의 네이버페이 수수료를 지원하며, COVID-19의 여파로 어려움을 겪는 로컬 SME가 디지털 기반의 사업환경을 구축할 수 있도록 했습니다.



D-커머스 리포트

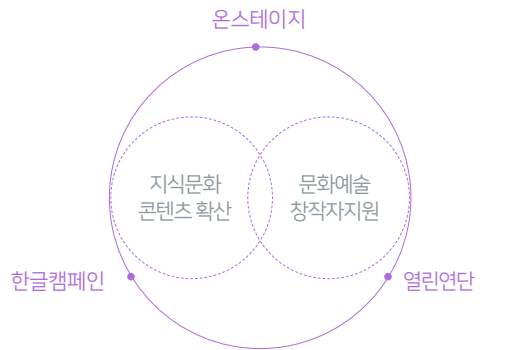
### D-커머스 프로그램 성과



\*2018년 6월 론칭 이후, 2021년 12월 말 기준 누적 성과

## 네이버문화재단

네이버문화재단은 문화 예술 창작자 지원과 지식 문화 콘텐츠 확산을 목적으로 2010년 설립된 비영리 공익 재단입니다. 사회·문화적 의미와 가치가 높으나 잘 알려지지 않은 지식 문화 콘텐츠와 창작자를 발굴하여 이용자의 다양한 문화 경험으로 연결하고 디지털 기록을 통해 미래에 전달합니다. 국내 독보적인 언더그라운드 음악 채널이자 K-Music 지원 사업인 ‘온스테이지’, 이 시대의 석학과 대중이 만나는 강연 프로젝트 ‘열린연단’, 한글의 가치와 소중함을 알리는 한글 캠페인 ‘네이버 한글한글 아름답게’를 진행하고 있습니다.

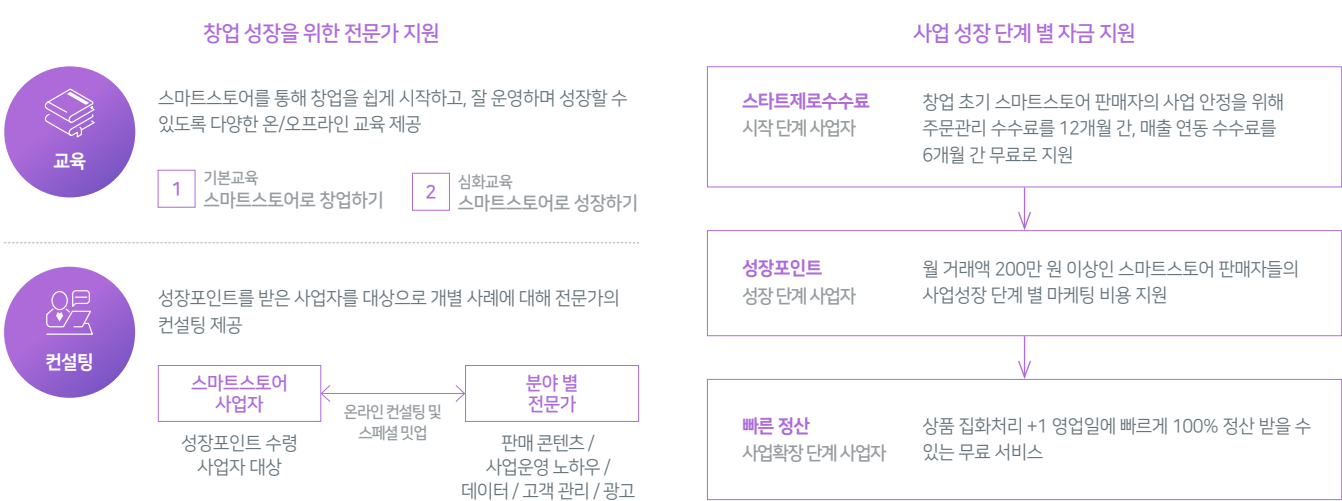


### 온스테이지

‘온스테이지’는 2010년 론칭한 K-Music 지원 사업으로, 매주 고퀄리티 라이브 영상으로 숨은 음악과 뮤지션을 소개하고 뮤지션의 성장을 돕는 국내 독보적인 언더그라운드 음악 채널입니다. 언더그라운드 음악을 보다 잘 즐길 수 있도록 전문가들의 추천 글을 비롯해, 세로형 영상, 라이브 공연 등을 네이버 VIBE, NOW, 네이버 후원 라이브 등 다양한 채널을 통해서서비스하고 있습니다.

2021년에는 이용자와 함께 뮤지션을 선정하는 ‘특별 프로젝트’를 통해 언더그라운드 음악 팬이 모이는 기회를 마련했습니다. 온스테이지 공식 카페를 통해 한 달 여간 총 5,700여 명이 무려 676팀의 인디 뮤지션을 추천했을 뿐만 아니라 게시글 2,600건, 좋아요 8만 건, 조회 27만 회, 댓글 2.1만 개 등 관심과 소통이 끊이지 않았습니다. 선정된 4팀의 NOW 스페셜 라이브는 3만 6천 명의 시청자와 함께 했으며 이번 ‘특별 프로젝트’는 인디 음악팬의 취향과 정보 공유를 이끌어 내고 더 많은 언더그라운드 뮤지션과 이용자가 만나는 기회가 되었습니다.

### D-커머스 프로그램 지원 내용





COVID-19로 인해 중단되었던 온·오프라인 공연도 2년 만에 진행됐습니다. 서울숲 이관 오픈을 앞둔 디뮤지엄과의 공동 기획으로 열린 오프라인 공연은 NOW 온라인 생중계를 통해 총 5.8만 명의 이용자와 함께 하며 호평 받았습니다. 또한, 인디 뮤지션에게 맞는 지속가능한 온라인 수익 공연 모델을 만들어 창작 활동을 이어 가는 데 도움이 되고자 노력하고 있습니다. 첫 번째 공연은 인디신의 상징인 홍대 공연장 2곳과 뮤지션 6팀, 온스테이지 공동 기획으로, 공연 제작 전반을 지원하고 티켓 판매 수익금 전액 환원했습니다. 오프라인 대체재가 아닌 하나의 확장 채널로서 가능성을 타진하며 계속 다양한 모델을 실험해나갈 예정입니다.

### 열린연단

2014년 시작한 ‘열린연단’은 한국의 지성을 대표하는 석학들이 직접 주도하는 문화과학 강연 프로젝트입니다. 우리 사회에 필요한 삶의 여러 문제를 폭넓게 검토하는 지적 담론의 장으로 주목받으며, 고전, 패러다임, 윤리, 근대성, 삶의 지혜, 문화정전 등 매년 다른 강연 주제로 한국 사회 전반에 대한 문화적 화두를 던지고 있습니다.

2021년에는 시즌 8 <교양서20> 강연 시리즈를 통해 미래 세대의 지식 교양을 함께 쌓아 보자는 취지로 플라톤, 칸트, 논어, 맹자 등 우리 삶의 배경이 되는 동서양 기초 교양 도서 20권을 선정하고 깊이 있게 논의하는 시간을 가졌습니다. 또한, 시즌 8 시작과 함께 이용자의 변화된 사용 패턴을 기반으로 편의성과 접근성을 개선한 UX/UI 개편을 완료했습니다. 모바일과 동영상 사용 편의성을 높이고 검색과 큐레이션 영역을 추가함으로써, 지난 8년 간 축적된 넓고 다양한 주제의 약 2,100여 건의 강연 콘텐츠에 보다 쉽고 직관적으로 접근할 기회를 제공했습니다. 개편 후, 가시적인 모바일 이용자 및 영상 구독자 증가와 함께 더 많은 인문학 관심 이용자에게 깊이 있는 인문학 콘텐츠를 제공하고 지식 문화를 확산하는 데 기여하고 있습니다.

### 한글한글 아름답게

2008년 시작한 ‘네이버 한글한글 아름답게’는 한글의 가치와 소중함을 알리기 위한 캠페인으로, 나눔 글꼴 시리즈 무료 배포를 비롯하여 매년 다양한 한글 관련 활동을 진행해 왔습니다. 2018년부터 디지털 환경에서 한글꼴이 나아가야 할 새로운 방향을 담아 ‘마루 프로젝트’를 시작했고 2021년 한글날 ‘마루 부리’ 글꼴 5종을 공개했습니다. ‘마루 부리’는 디지털 화면에 최적화된 화면용 본문 글꼴로, 업계 최초 ‘사용자와 함께 만든 글꼴’입니다. 완성된 글꼴을 배포하는 기존 제작 방식에서 벗어나, 2020년 시험판 공개를 통해 사용자 의견을 수렴하고 최종본에 반영했습니다. 4년 간, 총 6만여 명이 참여하여 총 5,633자 글꼴 가족을 완성했습니다.

2021년 타이포잔치 공식 폰트 지정을 시작으로 아카이빙 전시와 한글날 특집 토크를 통해 마루 부리 제작 과정과 의미를 공유하고 한국기초조형학회 소논문 게재를 비롯해 코리아 디자인 어워드 파이널 진출 등 이용자는 물론 학계, 전문가층에게도 ‘마루 부리’ 글꼴을 알렸습니다.

또한, 네이버 앱, 스마트에디터 ONE, 네이버 메일, 시리즈 앱 노블 뷰어, 네이버웍스 등 주요 서비스를 통해 이미 많은 이용자가 마루 부리를 사용하고 있으며 특히 긴 글, 정서적인 글에서 마루 부리의 가독성과 심미성을 확인할 수 있습니다. 앞으로도 마루 부리는 디지털 화면에서 글꼴 선택의 폭을 넓히고 사용자들이 생각하는 의도와 메시지가 다양하게 전달될 수 있도록 도울 것입니다.

| 온스테이지 성과 |            |           |             |
|----------|------------|-----------|-------------|
| 구분       | 지원 창작자 (팀) | 영상 제작 (건) | 영상 재생 수 (회) |
| 2021년    | 58         | 185       | 4,800만      |
| 누적       | 1,071      | 2,658     | 3.8억        |

\* 2021년 12월 말 기준

| 열린연단  |            |            |          |             |
|-------|------------|------------|----------|-------------|
| 구분    | 콘텐츠 제작 (건) | 강연 토론자 (명) | 사용자수 (명) | 영상 재생 수 (회) |
| 2021년 | 209        | 82         | 60만      | 34만         |
| 누적    | 2,141      | 762        | 542만     | 497만        |

\*2021년 12월 말 기준



네이버 한글한글  
아름답게

## 디지털 활용능력

### 네이버 커넥트재단

네이버 커넥트재단은 네이버의 공익목적 교육사업을 투명하고 전문적으로 시행하기 위해 네이버가 2011년 설립한 독립적 비영리 기관입니다. 누구나 최고의 교육 기회를 갖는 교육 민주화를 실천하고 새로운 교육 모델과 플랫폼을 제공함으로써 교육 혁신을 선도하고자 합니다. 초중고 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 시즌2를 운영하여, 네이버의 AI 기술을 더하고, DATA를 활용할 수 있도록 연계하고 있습니다. 또한, 2020년부터 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. 2021년 세종시와의 지역협력사업으로 진행한 ‘소프트웨어야 놀자@세종’에서 초·중등학생이 데이터 분석과 활용을 통해 소프트웨어 프로그램을 만들고 사회문제를 해결하는 교육을 실시하여 수료생 280명을 배출했습니다. 향후에도 직접 교육과 기관/지자체 연계 교육을 확대하여 지역 사회에 맞는 특색 있는 온·오프라인 소프트웨어 교육을 확산해 나갈 계획입니다.

2021년 주니어 사업이 네이버에서 이관되어 네이버 커넥트재단이 영유아를 위한 안전하고 유익한 콘텐츠 제공을 시작하게 되었습니다. 2021년 9월, 4~7세 유아들이 기초적인 수학 능력과 논리적 사고력을 증진시키게 하는 놀이학습앱 ‘주니어스쿨’을 출시했습니다. 인공지능, 소프트웨어와 함께 살아갈 어린이들이 즐거운 놀이를 통해 스스로 생각하고 성장할 수 있는 힘을 키울 수 있도록 설계했습니다. 100개의 교육 콘텐츠를 시작으로, 아이들의 학습 속도에 맞춰 매월 새로운 콘텐츠를 추가하고 있습니다. 2022년에는 주니어에서 농어촌 저소득 가정 등 취약계층 대상 교육을 제공하여, 영유아부터 시작되는 교육 격차를 해소하는 데 기여하고자 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 영유아를 위한<br>사고력 교육               | 쥬니버                     | <ul style="list-style-type: none"><li>인공지능(AI)과 소프트웨어 이해에 필요한 기초 지식 학습 및 체험</li><li>개월 수에 맞는 맞춤형 콘텐츠와 인터랙티브 문제풀이 제공</li><li>안전하고 유익한 영유아 콘텐츠 제공</li></ul>                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>월평균 이용자 수 85만 명</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 초·중고 학생 및<br>교사를 위한<br>소프트웨어 교육 | 소프트웨어아<br>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>                                                                  | <b>시즌 1 (2014년~2018년 상반기)</b> <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> <b>시즌 2 (2019년 하반기~)</b> <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<ol style="list-style-type: none"><li>AI 기술과 DATA의 기본 개념을 이해하는 학습 동영상, Hello AI World 10개 제공</li><li>교사를 위한 AI&amp;DATA 연수 프로그램 제공</li><li>학부모와 교사를 위한 AI&amp;DATA 학습 교재 제공</li><li>학생을 위한 AI&amp;DATA 온라인 교육 오픈 코스웨어 제공</li><li>소프트웨어 교육 플랫폼 엔트리로 AI&amp;DATA 활용을 해볼 수 있도록 기능 업그레이드</li></ol></li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>수혜 교사 수: 13,800명</li><li>수혜 학생 수: 10,000명</li></ul> |
|                                 |                         | <b>엔트리<br/>(entry)</b> <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>월평균 이용자 수: 100만 명</li><li>회원 가입자 수: 294만 명</li><li>작품 수: 1,540만 개</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                 |                         | <b>부스트코스</b> <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: 89백 명</li><li>수강자 수: 36만 명</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| IT 분야의 커리어<br>역량과 성장을 돕는<br>교육  | 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: 1,043명</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                 |                         | <b>edwith</b> <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: 7천 명</li><li>월평균 이용자 수: 12만 명</li><li>가입자 수: 140만 명</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 모두가 평등하게<br>교육을 받을 수 있는<br>환경   | 칸아카데미<br>(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: 65만 명</li><li>월평균 이용자 수: 15만 명</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

\*2021년 말 기준

## Giving

### 해피빈

해피빈은 더 나은 사회를 꿈꾸는 공익 프로젝트를 한 자리에서 만날 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. 2021년에는 기부자 약 182만 명의 참여로 기부금 251억 원을 마련하였습니다.

재원과 홍보 역량이 상대적으로 부족한 공익단체의 경우, 보다 적은 자원과 노력으로 기부자와의 접점을 마련할 수 있습니다. 아울러, 개별 공익단체에 대한 정보를 한 눈에 살펴볼 수 있는 ‘해피로그’ 플랫폼을 지속적으로 개선함으로써 기부 활동의 신뢰도를 높이는 데 기여하고 있습니다. 네이버 서비스를 통해 해피빈 기부 아이템을 무료로 모을 수 있는 ‘기부콩 받기’, 네티즌이 기부한 만큼 해피빈 및 후원사들이 1:1 매칭 기부를 하는 ‘더블 기부’ 등 다양한 프로모션을 진행하며 일상에서 재미있게 참여할 수 있는 기부문화 조성에 앞장서고 있습니다. 나아가 일시적인 나눔을 넘어 정기 기부 활성화를 위해 정기저금 시스템을 도입하였으며, 기업의 사회공헌활동 방향에 맞는 공익단체 추천하고 기금 배분을 관리하며 전문적인 사회공헌 컨설팅을 제공하고 있습니다.

### 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 2021년 기간 전액 부담하였으며, 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 2021년 총 펀딩 참여 금액은 약 38억 원, 누적 펀딩 참여자 수는 63,000여 명에 달합니다.

#### 해피빈 주요 연혁



#### 해피빈 누적 지원대상 수

| 아동·<br>청소년 | 어르신       | 장애인        | 다문화        | 지구촌        | 가족·<br>여성 | 시민사회       | 동물          | 환경         | 기타        |
|------------|-----------|------------|------------|------------|-----------|------------|-------------|------------|-----------|
| 58<br>만 명  | 36<br>만 명 | 8.3<br>만 명 | 3.5<br>만 명 | 123<br>만 명 | 11<br>만 명 | 9.8<br>만 회 | 3.6<br>만 마리 | 1.4<br>만 회 | 17<br>만 명 |

\*2018년부터 집계, 2021년 말 기준





### 파트너와 함께 성장하는 네이버

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

경영 활동 지원 차원에서는 2021년 10개 파트너사에게 컨설팅을 제공하고 172억 원 규모의 상생펀드를 조성하여 시중보다 낮은 금리로 대출을 지원하였습니다. 이에 더해, 중소 파트너사의 해외 판로 개척을 지원하여, 2021년 17개 중소 파트너사가 총 442억 원의 해외 매출을 확대하는 데 기여하였습니다. 교육 지원 차원에서는 파트너사 구성원을 대상으로 온/오프라인 교육과정을 제공하고 있습니다. 나아가 파트너사 구성원 및 가족의 복리후생 증진을 돕기 위해 건강검진 프로그램 제공, 장례용품 등을 지원하고 있습니다.

이러한 네이버의 적극적인 파트너 상생을 위한 노력은 대외적으로도 인정받아 인터넷 플랫폼 업계 최초로 2016년부터 5년 연속 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받았습니다. 특히 2020년 동반성장지수 평가에서는 거래 파트너 및 SME의 성장 지원, 코로나19 기간 지역사회 안정 위한 기술적 노력을 큰 공로로 인정받았습니다.

이 외에도 네이버의 동반성장 활동은 공정거래위원회 및 동반성장위원회로부터 공정거래 협약 이행 모범사례, 동반성장 우수사례로 선정되었으며, 중소벤처기업부와 동반성장위원회가 주관한 2019년 동반성장주간 기념식에서 '자발적 상생 협력(단체)' 부문 대통령 표창도 수상하였습니다. 네이버는 앞으로도 다양한 파트너, SME가 모두 함께 성장하는 긍정적인 상생문화를 발전시켜갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

#### CASE STORY

### 파트너 동반성장 우수사례 (동반성장위원회 보도)

네이버는 2016년부터 5년 연속으로 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받았습니다. 특히 동반성장위원회는 COVID-19 대응을 위해 정부와 사회구성원에 IT 기술서비스를 적극적으로 제공한 네이버의 노력을 긍정적으로 평가하였습니다. 일례로 네이버는 클로바 더빙 서비스의 무료 사용을 지원하였습니다. 구체적으로 네이버는 COVID-19로 어려움을 겪고 있는 학교, 기관 및 기업들에게 목소리 녹음 없는 동영상 더빙 서비스 'Clova Dubbing' 무료 제공을 확대하였으며, 기업 및 기관의 무료 사용 신청건수는 5.6만 건에 달하였습니다. 이러한 네이버의 노력에 대하여 동반성장위원회는 COVID-19 장기화로 정보성 비대면 콘텐츠 제작이 필요한 중소기업/기관의 제작 효율성 및 안정성이 증대되었음을 긍정적으로 평가하였습니다.

| 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                                                                                                     |

| 파트너 동반성장 활동 |                                                       |                                                                                  |
|-------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 지원대상        | 지원내용                                                  | 주요 프로그램                                                                          |
| 구매<br>공급사   | 상대적으로 영세한<br>구매 공급사의 자생력<br>제고를 위한 경영,<br>교육, 복리후생 지원 | 구매 대금 청구계산서 발행일로부터 10영업일 이내 100% 현금 지급<br>(2021년 기준 휴일 포함 6.6일 소요)               |
|             |                                                       | 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급                                                        |
|             |                                                       | 노무/법률/세무 온라인 상담 무료 제공                                                            |
|             |                                                       | 172억 원 규모의 상생펀드 조성하여 시중가보다 낮은 금리로 자금 대출 지원<br>(2021년 12월 기준 총 37개사에 115억 원 지원 중) |
|             |                                                       | 공정거래 협약사 생산성 혁신을 위해, ESG 혁신을 포함한 전문 경영 컨설팅 제공                                    |
|             |                                                       | 해외서비스 대상 국내 파트너사 소개 및 해외 법인과과의 직접 계약 지원을 통한<br>국내 SME의 해외 판로 지원 활동 전개            |
|             |                                                       | 중소 파트너의 국내 판로 개척 지원을 위해 구매상담회에 참가하며,<br>지자체 및 공공기관과 지역 SME 온라인 지원 협약 체결          |
|             |                                                       | 중소벤처기업부 주관 민간공동기술개발사업 참여<br>(중소파트너사의 기술개발 관련 사업비 지원)                             |
|             |                                                       | 공정거래 협약사 보증보험 수수료 지원                                                             |
|             |                                                       | 공정거래 협약사 기술임치 수수료 지원                                                             |
|             |                                                       | 파트너사 구인활동 지원을 위한 온라인 전용채용관 운영 및 각종 채용박람회 참석지원                                    |
|             |                                                       | 파트너사의 재택/원격 근무환경 구축 지원을 위해 파트너사 대상 비대면 협업<br>솔루션 시중가 대비 할인 제공                    |
| 교육<br>지원    |                                                       | 파트너 구성원을 대상으로 매월 오프라인 교육 및 상시 온라인 교육과정<br>(법정 필수 교육 포함) 제공                       |
|             |                                                       | SME 대상으로 네이버비즈니스스쿨을 통해 디지털 플랫폼 상에서의 경영에 필요한<br>교육 프로그램 제공                        |
|             |                                                       | 네이버 구성원 적용단가와 동일 단가로 이용할 수 있도록 복리후생 프로그램<br>(건강검진, 독감백신, 업무노트세트 등) 지원            |
| 복리후생<br>지원  |                                                       | 조사발생 시 장례물품 지원                                                                   |
|             |                                                       | 자사 사업장 상주 파트너사 구성원 대상 식대 지원                                                      |

# APPENDIX

- 123 재무성과표
- 132 종속기업 현황
- 133 ESG성과표
- 139 GRI Index
- 142 수상
- 143 검증의견서
- 145 온실가스 배출량 검증 증명서
- 146 UN SDGs

## 재무성과표

### 연결재무상태표

제 23 기 2021.12.31 현재  
제 22 기 2020.12.31 현재  
제 21 기 2019.12.31 현재

(단위: 원)

|                     | 제 23 기             | 제 22 기             | 제 21 기             |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 자산                  |                    |                    |                    |
| 유동자산                | 5,527,878,425,552  | 10,544,659,200,319 | 5,643,714,459,664  |
| 현금및현금성자산            | 2,781,395,543,827  | 1,600,304,349,922  | 3,740,513,761,418  |
| 단기금융상품              | 673,555,739,311    | 291,292,142,737    | 289,910,618,872    |
| 당기손익-공정가치 측정 금융자산   | 461,932,777,511    | 922,939,095,062    | 12,920,430,454     |
| 매출채권및기타채권           | 1,454,660,666,688  | 986,826,023,076    | 1,211,072,909,858  |
| 기타포괄손익-공정가치금융자산     | 24,254,505,540     |                    | 63,916,531,256     |
| 재고자산                | 6,139,904,767      | 4,344,942,323      | 55,114,731,809     |
| 당기법인세자산             | 1,643,037,279      | 996,472,888        | 12,717,980,739     |
| 기타유동자산              | 124,296,250,629    | 77,702,716,446     | 257,547,495,258    |
| 매각예정자산              | 0                  | 6,660,253,457,865  |                    |
| 비유동자산               | 28,163,128,331,488 | 6,469,579,463,451  | 6,655,812,661,122  |
| 유형자산                | 2,111,261,659,613  | 1,684,563,340,866  | 1,596,271,317,726  |
| 사용권자산               | 290,462,942,745    | 129,537,198,819    | 697,351,304,664    |
| 무형자산                | 932,152,347,274    | 105,136,186,861    | 341,442,833,327    |
| 장기금융상품              | 14,255,722,000     | 14,255,722,000     | 24,034,591,006     |
| 당기손익-공정가치 측정 금융자산   | 2,407,725,020,317  | 1,801,384,240,769  | 1,229,097,428,653  |
| 매출채권및기타채권           | 46,387,217,185     | 28,578,223,832     | 124,821,356,161    |
| 기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 | 2,099,232,986,626  | 1,330,951,990,243  | 675,602,433,315    |
| 관계기업및공동기업 투자        | 20,090,304,016,842 | 1,199,425,686,734  | 1,558,268,184,714  |
| 이연법인세자산             | 98,430,685,422     | 108,572,845,624    | 381,279,417,985    |
| 기타비유동자산             | 72,915,733,464     | 67,174,027,703     | 27,643,793,571     |
| 자산총계                | 33,691,006,757,040 | 17,014,238,663,770 | 12,299,527,120,786 |

제 23 기 2021.12.31 현재  
제 22 기 2020.12.31 현재  
제 21 기 2019.12.31 현재

(단위: 원)

|                     | 제 23 기              | 제 22 기              | 제 21 기              |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 부채                  |                     |                     |                     |
| 유동부채                | 3,923,319,146,652   | 7,911,751,492,331   | 3,773,118,830,740   |
| 매입채무및기타채무           | 992,675,127,701     | 689,280,186,019     | 1,211,070,361,564   |
| 당기손익-공정가치 측정 금융부채   |                     | 17,137,640,886      | 649,038,368         |
| 단기차입금               | 461,321,818,464     | 576,223,326,575     | 559,584,776,483     |
| 당기법인세부채             | 515,246,293,598     | 384,340,634,677     | 313,781,745,056     |
| 충당부채                | 6,657,331,759       | 31,708,383,889      | 3,822,401,193       |
| 리스부채                | 105,615,989,665     | 53,345,709,463      | 168,937,301,210     |
| 기타유동부채              | 1,841,802,585,465   | 1,484,474,330,127   | 1,515,273,206,866   |
| 매각예정부채              |                     | 4,675,241,280,695   |                     |
| 비유동부채               | 5,740,311,261,113   | 847,355,136,226     | 2,022,482,221,466   |
| 매입채무및기타채무           | 118,079,924,927     | 68,448,327,272      | 42,469,680,072      |
| 당기손익-공정가치 측정 금융부채   | 508,994,104,631     | 7,962,264,800       | 8,339,734,792       |
| 장기차입금               | 1,552,014,025,878   | 150,678,259,061     | 50,039,880,125      |
| 사채                  | 1,636,827,463,521   |                     | 752,270,184,693     |
| 순확정급여부채             | 554,264,628,196     | 462,094,245,426     | 473,437,955,422     |
| 충당부채                | 8,918,100,642       | 9,186,175,870       | 59,046,834,258      |
| 리스부채                | 205,661,717,226     | 92,170,749,140      | 555,287,968,236     |
| 이연법인세부채             | 1,155,139,324,751   | 56,519,491,022      | 80,453,751,124      |
| 기타비유동부채             | 411,971,341         | 295,623,635         | 1,136,232,744       |
| 부채총계                | 9,663,630,407,765   | 8,759,106,628,557   | 5,795,601,052,206   |
| 자본                  |                     |                     |                     |
| 지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본 | 23,535,637,694,902  | 7,367,219,163,302   | 5,805,227,623,271   |
| 자본금                 | 16,481,339,500      | 16,481,339,500      | 16,481,339,500      |
| 자본잉여금               | 1,490,214,367,768   | 1,793,273,489,872   | 1,575,307,844,438   |
| 기타자본구성요소            | (1,051,465,837,344) | (1,059,479,508,530) | (1,498,653,013,809) |
| 매각예정자산 관련 기타포괄손익누계액 |                     | (37,870,641,018)    |                     |
| 이익잉여금               | 23,080,407,824,978  | 6,654,814,483,478   | 5,712,091,453,142   |
| 비지배지분               | 491,738,654,373     | 887,912,871,911     | 698,698,445,309     |
| 자본총계                | 24,027,376,349,275  | 8,255,132,035,213   | 6,503,926,068,580   |
| 자본과부채총계             | 33,691,006,757,040  | 17,014,238,663,770  | 12,299,527,120,786  |

## 연결 포괄손익계산서

제 23 기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지  
제 22 기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지  
제 21 기 2019.01.01 부터 2019.12.31 까지

(단위: 원)

|                            | 제 23 기             | 제 22 기            | 제 21 기            |
|----------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| 영업수익                       | 6,817,599,707,250  | 5,304,145,900,386 | 4,356,239,667,491 |
| 영업비용                       | 5,492,121,536,133  | 4,088,803,443,113 | 3,201,214,223,612 |
| 영업이익                       | 1,325,478,171,117  | 1,215,342,457,273 | 1,155,025,443,879 |
| 기타수익                       | 52,722,438,756     | 43,356,685,840    | 49,155,181,402    |
| 기타비용                       | 232,866,247,091    | 118,822,813,655   | 68,575,887,239    |
| 이자수익                       | 20,004,490,256     | 15,997,193,160    | 11,465,169,998    |
| 금융수익                       | 765,693,953,525    | 508,563,848,219   | 333,130,417,324   |
| 금융비용                       | 349,334,091,066    | 146,432,800,279   | 107,368,331,367   |
| 지분법손익                      | 544,701,156,204    | 115,554,340,355   | 18,424,132,130    |
| 법인세비용차감전순이익                | 2,126,399,871,701  | 1,633,558,910,913 | 1,391,256,126,127 |
| 법인세비용                      | 648,668,889,581    | 492,534,781,634   | 470,550,410,267   |
| 계속영업순이익                    | 1,477,730,982,120  | 1,141,024,129,279 | 920,705,715,860   |
| 중단영업순이익(손실)                | 14,999,894,577,525 | (296,027,152,130) | (523,884,653,395) |
| 당기순이익                      | 16,477,625,559,645 | 844,996,977,149   | 396,821,062,465   |
| 당기순이익(손실)의 귀속              |                    |                   |                   |
| 지배기업의 소유주에게 귀속되는 당기순이익(손실) |                    |                   |                   |
| 계속영업이익                     | 1,493,472,246,748  | 1,144,888,651,236 | 934,306,914,911   |
| 중단영업이익(손실)                 | 14,996,377,524,381 | (142,801,884,857) | (351,255,010,262) |
| 비지배지분에 귀속되는 당기순이익(손실)      |                    |                   |                   |
| 계속영업손실                     | (15,741,264,628)   | (3,864,521,957)   | (13,601,199,051)  |
| 중단영업이익(손실)                 | 3,517,053,144      | (153,225,267,273) | (172,629,643,133) |
| 기타포괄손익                     | (252,564,745,906)  | 221,200,846,911   | 138,730,945,419   |
| 후속기간에 당기손익으로 재분류되는 항목      | (190,772,138,482)  | 17,441,573,739    | 145,977,055,953   |
| 기타포괄손익-공정가치 채무상품 평가손익      | (483,039,456)      | (730,019,603)     | 248,538,199       |
| 해외사업환산손익                   | 71,043,967,706     | 76,248,398,266    | 139,029,178,403   |
| 지분법자본변동                    | (261,333,066,732)  | (58,076,804,924)  | 6,699,339,351     |
| 후속기간에 당기손익으로 재분류되지 않는 항목   | (61,792,607,424)   | 203,759,273,172   | (7,246,110,534)   |
| 기타포괄손익-공정가치 지분상품 평가손익      | (90,787,478,622)   | 168,450,037,860   | 50,343,180,326    |
| 기타포괄손익-공정가치 지분상품 처분손익      | 21,602,409,626     | 37,778,484,516    | (4,611,398,596)   |
| 지분법자본변동                    | 9,512,437,761      | (1,084,708,978)   | 14,147,944        |
| 순확정급여부채의 재측정요소             | (2,119,976,189)    | (1,384,540,226)   | (52,992,040,208)  |
| 총포괄이익                      | 16,225,060,813,739 | 1,066,197,824,060 | 535,552,007,884   |



제 23 기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지  
제 22 기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지  
제 21 기 2019.01.01 부터 2019.12.31 까지

(단위: 원)

|             | 제 23 기             | 제 22 기            | 제 21 기            |
|-------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| 총 포괄이익의 귀속  |                    |                   |                   |
| 지배기업 소유주지분  | 16,233,387,235,875 | 1,219,788,331,559 | 659,506,460,173   |
| 비지배지분       | (8,326,422,136)    | (153,590,507,499) | (123,954,452,289) |
| 주당이익        |                    |                   |                   |
| 기본주당순이익     |                    |                   |                   |
| 계속영업순이익     | 9,977              | 7,857             | 6,420             |
| 중단영업순이익(손실) | 100,877            | (980)             | (2,414)           |
| 희석주당순이익     |                    |                   |                   |
| 계속영업순이익     | 9,887              | 7,813             | 6,420             |
| 중단영업순이익(손실) | 99,973             | (980)             | (2,414)           |

## 연결 자본변동표

제 23 기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지  
제 22 기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지  
제 21 기 2019.01.01 부터 2019.12.31 까지

(단위: 원)

|                             | 자본                  |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
|-----------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------|-------------------|
|                             | 지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본 |                   |                     |                   |                        | 비지배지분             | 자본 합계             |
|                             | 자본금                 | 자본잉여금             | 기타자본구성요소            | 이익잉여금             | 지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본 합계 |                   |                   |
| 2019.01.01(기초자본)            | 16,481,339,500      | 1,540,985,517,982 | (1,546,389,664,299) | 5,229,202,813,045 | 5,240,280,006,228      | 708,860,507,065   | 5,949,140,513,293 |
| 회계정책의 변경효과                  |                     |                   |                     | (200,802,631)     | (200,802,631)          | (71,478,344)      | (272,280,975)     |
| 수정후 금액                      | 16,481,339,500      | 1,540,985,517,982 | (1,546,389,664,299) | 5,229,002,010,414 | 5,240,079,203,597      | 708,789,028,721   | 5,948,868,232,318 |
| 당기순이익                       |                     |                   |                     | 583,051,904,649   | 583,051,904,649        | (186,230,842,184) | 396,821,062,465   |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>채무상품 평가손익 |                     |                   | 248,538,199         |                   | 248,538,199            |                   | 248,538,199       |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 평가손익 |                     |                   | 39,580,419,489      |                   | 39,580,419,489         | 10,762,760,837    | 50,343,180,326    |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 처분손익 |                     |                   | (115,033,900)       | (4,496,364,696)   | (4,611,398,596)        |                   | (4,611,398,596)   |
| 해외사업환산손익                    |                     |                   | 87,748,199,609      |                   | 87,748,199,609         | 51,280,978,794    | 139,029,178,403   |
| 지분법자본변동                     |                     |                   | 3,053,460,941       | 14,147,944        | 3,067,608,885          | 3,645,878,410     | 6,713,487,295     |
| 순확정급여부채 재측정요소               |                     |                   |                     | (49,578,754,909)  | (49,578,754,909)       | (3,413,285,299)   | (52,992,040,208)  |
| 현금흐름위험회피 파생상품<br>평가손익       |                     |                   | (57,153)            |                   | (57,153)               | 57,153            |                   |
| 연차배당                        |                     |                   |                     | (45,901,490,260)  | (45,901,490,260)       | (960,046,676)     | (46,861,536,936)  |
| 주식보상비용                      |                     |                   | 10,910,448,495      |                   | 10,910,448,495         | 18,722,674,912    | 29,633,123,407    |
| 주식기준보상거래                    |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 자기주식의 취득                    |                     |                   | (93,689,325,190)    |                   | (93,689,325,190)       |                   | (93,689,325,190)  |
| 자기주식의 소각                    |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 자기주식의 처분                    |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 자기주식거래                      |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 사업결합                        |                     |                   |                     |                   |                        | (474,386,383)     | (474,386,383)     |
| 종속기업의 유상증자                  |                     | 36,319,313,514    |                     |                   | 36,319,313,514         | 142,867,090,522   | 179,186,404,036   |
| 종속기업의 처분                    |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 비지배주주와의 거래                  |                     |                   |                     |                   |                        |                   |                   |
| 기타                          |                     | (1,996,987,058)   |                     |                   | (1,996,987,058)        | (46,291,463,498)  | (48,288,450,556)  |
| 2019.12.31(기말자본)            | 16,481,339,500      | 1,575,307,844,438 | (1,498,653,013,809) | 5,712,091,453,142 | 5,805,227,623,271      | 698,698,445,309   | 6,503,926,068,580 |

제 23 기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지  
제 22 기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지  
제 21 기 2019.01.01 부터 2019.12.31 까지

(단위: 원)

|                             | 자본                  |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
|-----------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|
|                             | 지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본 |                   |                     |                   |                              | 비지배자본             | 자본 합계             |
|                             | 자본금                 | 자본잉여금             | 기타자본구성요소            | 이익잉여금             | 지배기업의<br>소유주에게 귀속되는<br>자본 합계 |                   |                   |
| 2020.01.01(기초자본)            | 16,481,339,500      | 1,575,307,844,438 | (1,498,653,013,809) | 5,712,091,453,142 | 5,805,227,623,271            | 698,698,445,309   | 6,503,926,068,580 |
| 회계정책의 변경효과                  |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 수정후 금액                      | 16,481,339,500      | 1,575,307,844,438 | (1,498,653,013,809) | 5,712,091,453,142 | 5,805,227,623,271            | 698,698,445,309   | 6,503,926,068,580 |
| 당기순이익                       |                     |                   |                     | 1,002,086,766,379 | 1,002,086,766,379            | (157,089,789,230) | 844,996,977,149   |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>채무상품 평가손익 |                     |                   | (730,019,603)       |                   | (730,019,603)                |                   | (730,019,603)     |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 평가손익 |                     |                   | 158,566,524,618     |                   | 158,566,524,618              | 9,883,513,242     | 168,450,037,860   |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 처분손익 |                     |                   |                     | 37,778,484,516    | 37,778,484,516               |                   | 37,778,484,516    |
| 해외사업환산손익                    |                     |                   | 84,163,969,896      |                   | 84,163,969,896               | (7,915,571,630)   | 76,248,398,266    |
| 지분법자본변동                     |                     |                   | (59,070,748,325)    |                   | (59,070,748,325)             | (90,765,577)      | (59,161,513,902)  |
| 순확정급여부채 재측정요소               |                     |                   |                     | (3,006,645,922)   | (3,006,645,922)              | 1,622,105,696     | (1,384,540,226)   |
| 현금흐름위험회피 파생상품<br>평가손익       |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 연차배당                        |                     |                   |                     | (54,688,370,920)  | (54,688,370,920)             | (261,268,720)     | (54,949,639,640)  |
| 주식보상비용                      |                     |                   | 28,211,760,128      |                   | 28,211,760,128               | 44,667,256,627    | 72,879,016,755    |
| 주식기준보상거래                    |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 자기주식의 취득                    |                     |                   | (15,516,003,480)    |                   | (15,516,003,480)             |                   | (15,516,003,480)  |
| 자기주식의 소각                    |                     |                   | 39,758,492,229      | (39,758,492,229)  | 0                            |                   |                   |
| 자기주식의 처분                    |                     | 328,485,240,566   | 151,388,772,301     |                   | 479,874,012,867              |                   | 479,874,012,867   |
| 자기주식거래                      |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 사업결합                        |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 종속기업의 유상증자                  |                     | 787,962,203,141   |                     |                   | 787,962,203,141              | 290,070,044,722   | 1,078,032,247,863 |
| 종속기업의 처분                    |                     |                   |                     |                   |                              |                   |                   |
| 비지배주주와의 거래                  |                     | (812,763,446,847) | 14,530,116,497      |                   | (798,233,330,350)            | 43,978,130,648    | (754,255,199,702) |
| 기타                          |                     | (85,718,351,426)  |                     | 311,288,512       | (85,407,062,914)             | (35,649,229,176)  | (121,056,292,090) |
| 2020. 12.31(기말자본)           | 16,481,339,500      | 1,793,273,489,872 | (1,097,350,149,548) | 6,654,814,483,478 | 7,367,219,163,302            | 887,912,871,911   | 8,255,132,035,213 |

(단위: 원)

|                             | 자본                  |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|------------------------------|-------------------|--------------------|
|                             | 지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본 |                     |                     |                    |                              | 비지배자본             | 자본 합계              |
|                             | 자본금                 | 자본잉여금               | 기타자본구성요소            | 이익잉여금              | 지배기업의<br>소유주에게 귀속되는<br>자본 합계 |                   |                    |
| 2021.01.01(기초자본)            | 16,481,339,500      | 1,793,273,489,872   | (1,097,350,149,548) | 6,654,814,483,478  | 7,367,219,163,302            | 887,912,871,911   | 8,255,132,035,213  |
| 회계정책의 변경효과                  |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 수정후 금액                      | 16,481,339,500      | 1,793,273,489,872   | (1,097,350,149,548) | 6,654,814,483,478  | 7,367,219,163,302            | 887,912,871,911   | 8,255,132,035,213  |
| 당기순이익                       |                     |                     |                     | 16,489,849,771,129 | 16,489,849,771,129           | (12,224,211,484)  | 16,477,625,559,645 |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>채무상품 평가손익 |                     |                     | (483,039,456)       |                    | (483,039,456)                |                   | (483,039,456)      |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 평가손익 |                     |                     | (89,930,381,735)    |                    | (89,930,381,735)             | (857,096,887)     | (90,787,478,622)   |
| 기타포괄손익-공정가치 측정<br>지분상품 처분손익 |                     |                     |                     | 20,113,624,459     | 20,113,624,459               | 1,488,785,167     | 21,602,409,626     |
| 해외사업환산손익                    |                     |                     | 69,361,969,714      |                    | 69,361,969,714               | 1,681,997,992     | 71,043,967,706     |
| 지분법자본변동                     |                     |                     | (252,386,900,150)   |                    | (252,386,900,150)            | 566,271,179       | (251,820,628,971)  |
| 순확정급여부채 재측정요소               |                     |                     |                     | (3,137,808,086)    | (3,137,808,086)              | 1,017,831,897     | (2,119,976,189)    |
| 현금흐름위험회피 파생상품<br>평가손익       |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 연차배당                        |                     |                     |                     | (59,278,532,070)   | (59,278,532,070)             | (531,574,395)     | (59,810,106,465)   |
| 주식보상비용                      |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 주식기준보상거래                    |                     | 42,100,214,545      | 203,998,585,965     |                    | 246,098,800,510              | 31,193,147,446    | 277,291,947,956    |
| 자기주식의 취득                    |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 자기주식의 소각                    |                     |                     | 15,492,077,217      | (15,492,077,217)   | 0                            |                   |                    |
| 자기주식의 처분                    |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 자기주식거래                      |                     | 332,414,020,979     | 104,643,917,817     |                    | 437,057,938,796              |                   | 437,057,938,796    |
| 사업결합                        |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 종속기업의 유상증자                  |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 종속기업의 처분                    |                     | 363,352,647,014     | (215,252,060)       | (6,461,636,715)    | 356,675,758,239              | (503,245,404,163) | (146,569,645,924)  |
| 비지배주주와의 거래                  |                     | (1,040,926,004,642) | (4,596,665,108)     |                    | (1,045,522,669,750)          | 84,736,035,710    | (960,786,634,040)  |
| 기타                          |                     |                     |                     |                    |                              |                   |                    |
| 2021. 12.31(기말자본)           | 16,481,339,500      | 1,490,214,367,768   | (1,051,465,837,344) | 23,080,407,824,978 | 23,535,637,694,902           | 491,738,654,373   | 24,027,376,349,275 |

## 연결 현금흐름표

제 23 기 2021.01.01 부터 2021.12.31 까지  
제 22 기 2020.01.01 부터 2020.12.31 까지  
제 21 기 2019.01.01 부터 2019.12.31 까지

(단위: 원)

|                            | 제 23 기               | 제 22 기              | 제 21 기              |
|----------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| 영업활동현금흐름                   | 1,379,905,728,836    | 1,447,212,217,640   | 1,356,843,480,419   |
| 영업으로부터 창출된 현금흐름            | 2,070,030,950,700    | 2,041,772,594,491   | 1,835,912,025,978   |
| 이자의 수입                     | 26,262,580,497       | 20,014,015,757      | 17,559,981,761      |
| 이자의 지급                     | (58,256,588,522)     | (71,543,208,626)    | (39,296,364,906)    |
| 배당금의 수취                    | 54,754,937,073       | 30,187,486,156      | 20,742,864,205      |
| 법인세의 납부                    | (712,886,150,912)    | (573,218,670,138)   | (478,075,026,619)   |
| 투자활동현금흐름                   | (13,998,804,731,074) | (2,503,202,276,036) | (1,078,128,842,424) |
| 단기금융상품의 순증감                | (348,046,243,066)    | (25,654,808,271)    | 162,122,479,766     |
| 장기금융상품의 증가                 |                      | (2,560,000,000)     |                     |
| 장기금융상품의 감소                 |                      | 21,200,000,000      |                     |
| 당기손익-공정가치 측정 금융자산의 취득      | (6,449,235,633,165)  | (5,243,104,789,547) | (362,880,751,518)   |
| 당기손익-공정가치 측정 금융자산의 처분      | 6,505,643,614,364    | 3,894,138,692,719   | 192,427,912,981     |
| 유형자산의 취득                   | (753,942,606,877)    | (759,403,180,962)   | (435,908,502,083)   |
| 유형자산의 처분                   | 6,695,944,177        | 8,987,856,807       | 6,743,736,986       |
| 리스채권의 회수                   | 3,773,243,178        | 1,417,837,269       | 257,941,120         |
| 무형자산의 취득                   | (51,876,515,767)     | (106,290,121,972)   | (75,729,758,448)    |
| 무형자산의 처분                   | 167,684,511          | 3,304,588,760       | 4,766,029,881       |
| 기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득    | (509,090,098,200)    | (50,971,937,342)    | (40,967,500,755)    |
| 기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분    | 229,335,330,042      | 232,310,319,161     | 97,789,083,542      |
| 관계기업및공동기업투자주식의 취득          | (1,005,949,593,054)  | (504,730,950,380)   | (621,718,974,099)   |
| 관계기업및공동기업투자주식의 처분          | 440,573,420,629      | 104,952,900,033     | 18,714,872,614      |
| 사업결합으로 인한 현금의 순증감          | (692,206,904,793)    | 2,260,617,141       | (4,991,454,614)     |
| 중속기업의 관계기업 전환 등으로 인한 순현금흐름 | (11,244,715,159,430) | (20,383,308,053)    | 9,787,731,685       |
| 단기대여금의 순증감                 | (115,777,475,728)    | (35,244,144,863)    | 3,807,864,455       |
| 장기대여금의 순증감                 | (40,000,000)         | (11,864,566,845)    | 90,000,000          |
| 기타투자활동으로 인한 현금의 유출입액       | (14,113,737,895)     | (11,567,279,691)    | (32,439,553,937)    |

(단위: 원)

|                          | 제 23 기              | 제 22 기              | 제 21 기            |
|--------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| 재무활동현금흐름                 | 11,642,326,424,402  | 1,192,133,678,978   | 52,336,566,385    |
| 단기차입금의 차입                | 260,601,900,208     | 2,116,540,667,363   | 220,649,373,194   |
| 단기차입금의 상환                | (529,251,392,248)   | (915,187,873,624)   | (76,172,581,572)  |
| 장기차입금의 차입                | 1,598,040,294,214   | 886,562,480,808     |                   |
| 사채의 발행                   | 9,403,866,052,933   | 5,960,669,395       |                   |
| 사채의 상환                   |                     | (789,055,599,548)   |                   |
| 리스부채의 상환                 | (114,274,687,061)   | (174,107,173,293)   | (138,021,891,444) |
| 당기손익-공정가치금융부채의 증가        | 386,482,769,394     |                     |                   |
| 자기주식의 취득                 |                     | (15,516,003,480)    | (93,689,325,190)  |
| 자기주식의 처분                 | 176,145,173,981     |                     |                   |
| 배당금지급                    | (59,784,555,522)    | (54,949,639,640)    | (46,861,536,936)  |
| 중속기업의 유상증자               |                     | 1,023,167,174,015   | 179,186,404,036   |
| 주식선택권행사                  | 39,796,328,200      |                     |                   |
| 비지배자분과의 거래로 인한 현금유입      | 114,530,208,868     | 46,060,159,984      | 13,072,761,459    |
| 비지배자분과의 거래로 인한 현금유출      | (350,963,263,102)   | (945,751,987,650)   | (5,921,420,442)   |
| 기타재무활동으로 인한 현금유입액        | 1,070,216,109,602   | 23,806,129,662      | 344,186,027       |
| 기타재무활동으로 인한 현금유출액        | (353,078,515,065)   | (15,395,325,014)    | (249,402,747)     |
| 현금및현금성자산의 환율변동효과         | (87,699,641,884)    | (30,989,618,453)    | 86,578,454,471    |
| 현금및현금성자산의순증감             | (1,064,272,219,720) | 105,154,002,129     | 417,629,658,851   |
| 기초현금및현금성자산               | 3,845,667,763,547   | 3,740,513,761,418   | 3,322,884,102,567 |
| 기초 매각예정자산으로 분류된 현금및현금성자산 | 2,245,363,413,625   |                     |                   |
| 기초 재무상태표상 현금및현금성자산       | 1,600,304,349,922   | 3,740,513,761,418   | 3,322,884,102,567 |
| 기말현금및현금성자산               | 2,781,395,543,827   | 3,845,667,763,547   | 3,740,513,761,418 |
| 매각예정자산으로 분류된 현금및현금성자산    |                     | (2,245,363,413,625) |                   |
| 기말 재무상태표상 현금및현금성자산       | 2,781,395,543,827   | 1,600,304,349,922   | 3,740,513,761,418 |



종속기업 현황

| 구분                | 회사명                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 주요 사업            | 지분율 (%) | 자산규모 (십억 원) |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
| 주요 종속기업<br>(17개사) | 네이버파이낸셜                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 전자금융업            | 89.21%  | 2,748       |
|                   | NAVER J.Hub                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 글로벌 사업지원         | 100.00% | 2,253       |
|                   | 네이버 클라우드                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 클라우드 개발 및 운영     | 100.00% | 1,150       |
|                   | WEBTOON Entertainment                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 웹툰 서비스 개발 및 운영   | 67.88%  | 806         |
|                   | 네이버웹툰(유)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 웹툰 서비스 개발 및 운영   | 100.00% | 699         |
|                   | NAVER France                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 유럽 AI 연구소        | 100.00% | 331         |
|                   | LINE Digital Frontier                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 일본 웹툰 서비스        | 100.00% | 304         |
|                   | 스노우                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 카메라 및 콘텐츠 사업     | 80.55%  | 269         |
|                   | 네이버제트                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 모바일 서비스 개발 및 운영  | 70.51%  | 239         |
|                   | 웍스모바일                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 그룹웨어 개발 및 운영     | 89.41%  | 204         |
|                   | 에스비넥스트미디어이노베이션펀드                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 간접투자             | 96.30%  | 189         |
|                   | 크림                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 스니커즈 거래 플랫폼 운영   | 53.13%  | 129         |
|                   | 티비티 글로벌 성장 제1호 투자조합                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 간접투자             | 89.91%  | 125         |
|                   | C-Fund sub fund 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 간접투자             | 99.75%  | 87          |
|                   | 네이버랩스                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 신기술 개발 및 연구      | 100.00% | 81          |
|                   | 에스브이에이소다 사모투자                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 간접투자             | 99.52%  | 80          |
|                   | Works Mobile Japan Corporation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 그룹웨어 서비스 운영 및 유통 | 100.00% | 76          |
|                   | 에스브이에이콘텐츠미디어이호사모투자, NAVER Cloud Asia Pacific, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제1호, NAVER VIETNAM, C-Fund, 엔테크서비스, 네이버아이앤에스, Wattpad Corp., 스튜디오엔, 스프링캠프 초기 전문 투자조합 제2호, 그린웹서비스, 인컴즈, 플레이리스트, NAVER-KTB 오디오콘텐츠 전문투자조합, 네이 버웹툰컴퍼니, NAVER China, NAVER Cloud Japan, 스마트스프링 펀드, NAVER U.Hub (구, V Live), Watong Entertainment, SNOW China, C-Fund sub fund 4, NAVER Cloud Europe, NAVER Cloud America, 스프링캠프, 엔아이티서비스, C-Fund sub fund2, 컴파트너스, Yiruike Information Technology (Beijing), 네 이버-퀀텀콘텐츠1호펀드, 어뮤즈, NAVER BAND, SNOW China (Beijing), 케이크, 리코, 오디언소리, Broccoli Entertainment, SNOW Japan, 엔비전스, Dongman Entertainment, NAVER WP I, L.P, Do Ventures Annex Fund LP, 세미콜론스튜디오, NAVER Z USA, SNOW Vietnam, 네이버한즈, 나매인, YLAB Japn, Wattpad Inc., 엔에프보험서비스, 비닷두, WP Technology (UK) , SNOW Inc., Wattpad Studios (Cell Phone Swap), Wattpad Studios, Wattsub , NAVER WP II, LLC, WP Technology |                  |         |             |
| 기타 종속기업<br>(58개사) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |         |             |
|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |         |             |

ESG성과표

환경

|                        |            | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   |
|------------------------|------------|--------|--------|--------|--------|
| 환경                     |            |        |        |        |        |
| 온실가스 배출 현황             |            |        |        |        |        |
| 온실가스 총 배출량             | 합계         | 72,416 | 78,712 | 79,907 | 78,872 |
|                        | 그린팩토리      | 7,510  | 7,178  | 6,731  | 5,888  |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 1,636  |
|                        | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 923    |
|                        | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 693    |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 403    |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 64,909 | 71,534 | 73,176 | 69,329 |
|                        | 그린팩토리      | 295    | 244    | 197    | 204    |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 0      |
|                        | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 265    |
| 온실가스 배출량               | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 8      |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 4      |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 49     | 52     | 33     | 44     |
|                        | 그린팩토리      | 7,215  | 6,934  | 6,534  | 5,684  |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 1,636  |
|                        | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 658    |
|                        | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 685    |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 399    |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 64,858 | 71,483 | 73,143 | 69,286 |
|                        | 합계         | 12.96  | 18.07  | 15.07  | 11.57  |
| 온실가스 집약도 <sup>1)</sup> | 그린팩토리      | 1.34   | 1.65   | 1.27   | 0.86   |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 0.24   |
|                        | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 0.14   |
|                        | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 0.10   |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 0.06   |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 11.62  | 16.42  | 13.80  | 10.17  |
| 에너지 사용 현황              |            |        |        |        |        |
| 총 에너지 사용량              | 합계         | 1,495  | 1,624  | 1,649  | 1,646  |
|                        | 그린팩토리      | 159    | 152    | 143    | 124    |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 34     |
|                        | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 18     |
|                        | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 14     |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 8      |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 1,336  | 1,472  | 1,506  | 1,448  |
|                        | 합계         | 0.27   | 0.37   | 0.31   | 0.24   |
|                        | 그린팩토리      | 0.03   | 0.03   | 0.03   | 0.02   |
|                        | 1784       | -      | -      | -      | 0.00   |
| 에너지 집약도 <sup>1)</sup>  | 커넥트윈       | -      | -      | -      | 0.00   |
|                        | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 0.00   |
|                        | 임차사업장      | -      | -      | -      | 0.00   |
|                        | 데이터센터 각 춘천 | 0.24   | 0.34   | 0.28   | 0.21   |
|                        |            |        |        |        |        |
|                        |            |        |        |        |        |

<sup>1)</sup> 2019년 이후부터 온실가스/에너지 집약도 산정 시 중단영업(LINE 계열) 반영

|                        |            |     | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    |
|------------------------|------------|-----|---------|---------|---------|---------|
| 직접 에너지 사용량             | 합계         |     | 6.7     | 5.7     | 4.5     | 9.7     |
| LNG                    | 그린팩토리      | TJ  | 5.8     | 4.8     | 3.9     | 1.9     |
|                        | 1784       |     | -       | -       | -       | 0.0     |
|                        | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 5.2     |
|                        | 네이버 스퀘어    |     | -       | -       | -       | 0.1     |
|                        | 임차사업장      |     | -       | -       | -       | 0.1     |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 0.3     | 0.4     | 0.4     | 0.5     |
|                        |            |     |         |         |         |         |
| 이동연소                   | 그린팩토리      | TJ  | -       | -       | -       | 1.6     |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 0.1     | 0.1     | 0.1     | 0.0     |
| 경유                     | 그린팩토리      | TJ  | 0.0     | 0.0     | 0.0     | 0.0     |
|                        | 1784       |     | -       | -       | -       | 0.0     |
|                        | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 0.0     |
|                        | 네이버 스퀘어    |     | -       | -       | -       | 0.0     |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 0.4     | 0.4     | 0.1     | 0.3     |
| 간접 에너지 사용량             | 합계         |     | 1,488   | 1,618   | 1,645   | 1,640.2 |
| 전력                     | 그린팩토리      | TJ  | 143     | 138     | 130     | 112.8   |
|                        | 1784       |     | -       | -       | -       | 32.1    |
|                        | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 13.8    |
|                        | 네이버 스퀘어    |     | -       | -       | -       | 14.3    |
|                        | 임차사업장      |     | -       | -       | -       | 8.3     |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 1,335   | 1,471   | 1,506   | 1,447.8 |
| 스팀                     | 그린팩토리      | TJ  | 10.0    | 8.8     | 8.5     | 8.2     |
|                        | 1784       |     | -       | -       | -       | 2.9     |
| 총 에너지 사용량 절감           | 합계         |     | 37,303  | 41,689  | 41,199  | 37,402  |
| 사옥관리를 통한 절감            |            |     | 138     | 517     | 837     | 1,819   |
| 지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감 | 그린팩토리      | MWh | 101     | 101     | 101     | 101     |
| 지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감 |            |     | -       | -       | -       | 22      |
| 재생에너지 전력 생산을 통한 절감     | 1784       |     | -       | -       | -       | 684     |
| 재생에너지 전력 생산을 통한 절감     | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 62      |
| 사옥관리를 통한 절감            |            |     | 511     | 511     | 514     | 512     |
| 자연공조냉방기 도입을 통한 절감      | 데이터센터 각 춘천 |     | 36,371  | 40,343  | 39,534  | 33,989  |
| 재생에너지 전력 생산을 통한 절감     |            |     | 182     | 217     | 213     | 213     |
| 재생에너지 사용량              | 합계         | MWh | 283     | 318     | 314     | 1,082   |
| 지열                     | 그린팩토리      | MWh | 101     | 101     | 101     | 101     |
|                        |            |     | -       | -       | -       | 684     |
| 태양광                    | 1784       |     | -       | -       | -       | 22      |
|                        | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 62      |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 182     | 217     | 213     | 213     |
| 용수 사용 현황               |            |     |         |         |         |         |
| 총 용수 사용량               | 합계         |     | 177,335 | 176,517 | 167,212 | 173,139 |
| 상수도                    | 그린팩토리      | ㎥   | 92,058  | 101,929 | 76,438  | 54,625  |
|                        | 1784       |     | -       | -       | -       | 5,284   |
|                        | 커넥트원       |     | -       | -       | -       | 14,463  |
|                        | 데이터센터 각 춘천 |     | 85,277  | 74,588  | 90,774  | 98,767  |

|                 |            |            | 2018   | 2019   | 2020   | 2021  |    |
|-----------------|------------|------------|--------|--------|--------|-------|----|
| 용수 재사용량         | 그린팩토리      | ㎡          | 9,812  | 5,428  | 7,060  | 5,739 |    |
|                 | 1784       |            | -      | -      | -      | 1,142 |    |
|                 | 커넥트원       |            | -      | -      | -      | 3,000 |    |
| 용수 재사용률         | 그린팩토리      | %          | 11     | 5      | 9      | 11    |    |
|                 | 1784       |            | -      | -      | -      | 22    |    |
|                 | 커넥트원       |            | -      | -      | -      | 21    |    |
| 폐기물 및 재활용 현황    |            |            |        |        |        |       |    |
| 폐기물 배출량         | 합계         |            | 318.17 | 317.63 | 233.45 | 145   |    |
| 생활 폐기물          | 그린팩토리      |            | 225    | 243    | 170    | 84    |    |
| 재활용 폐기물         |            |            | 71     | 64     | 56     | 33    |    |
| 생활 폐기물          | 커넥트원       |            | -      | -      | -      | 8.3   |    |
| 재활용 폐기물         |            |            | -      | -      | -      | 1.6   |    |
| 생활 폐기물          | 네이버 스퀘어    |            | -      | -      | -      | 9.5   |    |
| 재활용 폐기물         |            |            | -      | -      | -      | 0.35  |    |
| 생활 폐기물          | 데이터센터 각 춘천 | Ton        | 22.57  | 10.93  | 7.45   | 8.16  |    |
| 위탁처리량           | 소각/매립      | 그린팩토리      | 225    | 243    | 170    | 84    |    |
|                 | 재활용        |            | 71     | 64     | 56     | 33    |    |
|                 | 소각/매립      | 커넥트원       | -      | -      | -      | 8.3   |    |
|                 | 재활용        |            | -      | -      | -      | 1.6   |    |
|                 | 소각/매립      | 네이버 스퀘어    | -      | -      | -      | 9.5   |    |
|                 | 재활용        |            | -      | -      | -      | 0.35  |    |
|                 | 소각/매립      | 데이터센터 각 춘천 | 22.57  | 10.93  | 7.45   | 8.16  |    |
|                 | 재활용률       | 그린팩토리      | %      | 24     | 21     | 25    | 28 |
|                 | 커넥트원       | -          |        | -      | -      | 16    |    |
|                 | 네이버 스퀘어    | -          |        | -      | -      | 4     |    |
| 전력효율지수(PUE)     |            |            |        |        |        |       |    |
| 전력효율지수(PUE)     | 데이터센터 각 춘천 |            | 1.11   | 1.09   | 1.09   | 1.10  |    |
| 환경법규 위반에 따른 과징금 |            |            |        |        |        |       |    |
| 환경법규 위반에 따른 과징금 | 건수         | 그린팩토리      | 건      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 건수         | 1784       | 건      | -      | -      | -     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | -      | -      | -     | 0  |
|                 | 건수         | 커넥트원       | 건      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 건수         | 네이버 스퀘어    | 건      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 건수         | 임차사업장      | 건      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 건수         | 데이터센터 각 춘천 | 건      | 0      | 0      | 0     | 0  |
|                 | 금액         |            | 원      | 0      | 0      | 0     | 0  |

사회

|              |                        | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|--------------|------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 사회 / 인력 현황   |                        |       |       |       |       |
| 총 고용         |                        |       |       |       |       |
| 총 직원 수       |                        | 3,611 | 3,523 | 4,103 | 4,696 |
| 고용 형태별       | 정규직                    | 3,523 | 3,376 | 3,904 | 4,403 |
|              | - 남성                   | 2,259 | 2,163 | 2,503 | 2,811 |
|              | - 여성                   | 1,264 | 1,213 | 1,401 | 1,592 |
|              | 비정규직 <sup>1)</sup>     | 88    | 147   | 199   | 293   |
|              | - 남성                   | 50    | 99    | 136   | 156   |
|              | - 여성                   | 38    | 48    | 63    | 137   |
|              |                        |       |       |       |       |
| 직군별          | 사무직                    | 1,573 | 1,540 | 1,717 | 1,949 |
|              | - 남성                   | 629   | 628   | 697   | 750   |
|              | - 여성                   | 944   | 912   | 1,020 | 1,199 |
|              | 기술직                    | 2,038 | 1,983 | 2,386 | 2,747 |
|              | - 남성                   | 1,680 | 1,634 | 1,942 | 2,217 |
|              | - 여성                   | 358   | 349   | 444   | 530   |
|              |                        |       |       |       |       |
| 성별           | 남성                     | 2,309 | 2,262 | 2,639 | 2,967 |
|              | 여성                     | 1,302 | 1,261 | 1,464 | 1,729 |
| 연령별          | 30대 미만                 | 926   | 799   | 1,109 | 1,354 |
|              | 30세 이상 40세 미만          | 1,930 | 1,861 | 1,946 | 2,116 |
|              | 40세 이상 50세 미만          | 739   | 839   | 1,015 | 1,161 |
|              | 50세 이상                 | 16    | 24    | 33    | 65    |
|              |                        |       |       |       |       |
| 국적별          | 외국인 수                  | 34    | 25    | 32    | 35    |
|              |                        |       |       |       |       |
| 해외사업장 고용     | 해외 파견자 수               | 13    | 16    | 13    | 15    |
|              | 현지인 고용자 수              | 846   | 836   | 905   | 847   |
|              | 해외사업장 총 근무자 수          | 859   | 852   | 918   | 862   |
|              | 해외사업장 총 관리자 수          | 7     | 6     | 6     | 6     |
| 다양성 존중       |                        |       |       |       |       |
| 여성 인재        | 여성 비율                  | 36.1  | 35.8  | 35.7  | 36.8  |
|              | 여성 관리자 (리더직급) 비율       | 23.3  | 24.6  | 24.6  | 26.9  |
|              | C-level 고위 경영진 중 여성 비율 | -     | -     | 30.0  | 16.0  |
| 특별고용 및 마이너리티 | 장애인 고용                 | 8     | 6     | 8     | 11    |
|              | 국가보훈자 고용               | 27    | 25    | 23    | 25    |

|                                               |         | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          |               |
|-----------------------------------------------|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 채용 및 이직                                       |         |               |               |               |               |               |
| 신규                                            | 총 신규 채용 |               | 593           | 248           | 700           | 838           |
|                                               | 성별      | 남성            | 409           | 172           | 482           | 562           |
|                                               |         | 여성            | 184           | 76            | 218           | 276           |
|                                               | 연령별     | 30세 미만        | 303           | 159           | 484           | 528           |
|                                               |         | 30세 이상 40세 미만 | 260           | 79            | 180           | 280           |
|                                               |         | 40세 이상 50세 미만 | 29            | 10            | 35            | 29            |
|                                               |         | 50세 이상        | 1             | 0             | 1             | 1             |
| 이직                                            | 총 이직자   |               | 99            | 135           | 133           | 247           |
|                                               | 성별      | 남성            | 70            | 104           | 105           | 171           |
|                                               |         | 여성            | 29            | 31            | 28            | 76            |
|                                               | 연령별     | 30세 미만        | 15            | 26            | 34            | 54            |
|                                               |         | 30세 이상 40세 미만 | 74            | 78            | 77            | 135           |
|                                               |         | 40세 이상 50세 미만 | 9             | 30            | 21            | 56            |
|                                               |         | 50세 이상        | 1             | 1             | 1             | 2             |
| 이직률 <sup>2)</sup>                             | %       | 3.0           | 3.9           | 3.7           | 4.4           |               |
| 출산휴가 및 육아휴직                                   |         |               |               |               |               |               |
| 출산휴가 사용자 수                                    |         |               | 148           | 170           | 152           | 44            |
| 성별                                            | 남성      | 명             | 103           | 123           | 108           | 0             |
|                                               | 여성      |               | 45            | 47            | 44            | 44            |
| 출산 후 복귀율                                      |         | %             | 98            | 100           | 100           | 100           |
| 육아휴직 사용자 수                                    |         |               | 103           | 101           | 138           | 109           |
| 성별                                            | 남성      | 명             | 17            | 15            | 32            | 21            |
|                                               | 여성      |               | 86            | 86            | 106           | 88            |
| 육아휴직 사용 후 복귀율                                 |         | %             | 99.0          | 99.0          | 99.0          | 100           |
| 복귀 후 12개월 이상 근속 비율                            |         |               | 94.2          | 95.0          | 98.2          | 91.7          |
| 성과평가 및 보상                                     |         |               |               |               |               |               |
| 구성원 성과 평가 비율                                  |         | %             | 98.1          | 98.8          | 92.4          | 93.6          |
| 구성원 스톡옵션 부여 비율                                |         |               | -             | 81.0          | 87.2          | 82.5          |
| 구성원 교육훈련                                      |         |               |               |               |               |               |
| 교육훈련 비용 총합계                                   |         | 원             | 1,688,883,025 | 3,053,391,419 | 1,215,895,523 | 1,815,881,978 |
| 연간 교육 참가자 수                                   |         | 명             | 1,820         | 2,402         | 2,053         | 2,500         |
| 인당 교육훈련비(실제 교육 참여 인원)                         |         | 원             | 927,958       | 1,271,187     | 592,253       | 726,353       |
| 전체 구성원 중 직무 관련 교육 (법정 필수 교육 제외) 참가 비율         |         | %             | 69            | 68            | 54            | 53            |
| 인당 연평균 교육 시간 (계약직, 파견직, 임원, 인턴 포함 총 구성원 수 기준) |         | 시간            | 19.1          | 17.9          | 10.1          | 10.3          |

<sup>1)</sup> 계약직, 파견직, 임원, 인턴 포함  
<sup>2)</sup> 자발적 퇴직 5.96%(245명) / 비자발적 퇴직 0.05%(2명)



## GRI INDEX

| GRI Standards               | No.  | 보고사항                                  | 보고위치                                                                          |
|-----------------------------|------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| UNIVERSAL STANDARDS         |      |                                       |                                                                               |
| General Disclosures<br>2021 | 2-1  | 조직 상세                                 | 회사 개요<br>p.12                                                                 |
|                             | 2-2  | 지속가능성 보고에 포함된 기업체                     | About this report<br>중속기업 현황<br>p.2<br>p.132                                  |
|                             | 2-3  | 보고기간, 주기, 연락처                         | About This Report<br>p.2                                                      |
|                             | 2-4  | 정보의 재기술                               | 중대한 변화 없음                                                                     |
|                             | 2-5  | 외부 검증                                 | About This Report<br>검증 의견서<br>p.2<br>p.143                                   |
|                             | 2-6  | 활동, 가치사슬, 기타 사업관계                     | 비즈니스 모델<br>네이버 비즈니스<br>p.10<br>p.18-30                                        |
|                             | 2-7  | 임직원                                   | ESG성과표 - 총 고용<br>SASB 보고서 - 구성원 고용, 포용성 및 성과<br>p.136<br>-                    |
|                             | 2-8  | 피고용자가 아닌 근로자                          | ESG성과표 - 총 고용<br>p.136                                                        |
|                             | 2-9  | 거버넌스 구조 및 구성                          | 이사회 - 이사회 구성 및 독립성, 이사회 운영<br>ESG 추진 전략 - ESG 관리 체계<br>p.38-43<br>p.56-57     |
|                             | 2-10 | 최고 거버넌스 기구의 추천 및 선임                   | 이사회 - 이사회 구성 및 독립성, 이사의 선임과 이해상충 방지<br>p.38-40                                |
|                             | 2-11 | 최고 거버넌스 기구의 의장                        | 이사회 - 이사회 구성 및 독립성<br>p.39                                                    |
|                             | 2-12 | 경영에 미치는 영향을 감속하기 위한<br>최고 거버넌스 기구의 역할 | 이사회 - 이사회 운영<br>ESG 추진 전략 - ESG 관리 체계<br>p.38-43<br>p.56-57                   |
|                             | 2-13 | 경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임                 | ESG 추진 전략 - ESG 관리 체계<br>p.56-57                                              |
|                             | 2-14 | 지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스<br>기구의 역할        | ESG 추진 전략 - ESG 관리 체계<br>p.56-57                                              |
|                             | 2-15 | 이해관계 상충                               | 이사회 - 이사회 특징, 사외이사 주요 결격사유, 이사의 선임과 이해상충 방지<br>p.38-40                        |
|                             | 2-16 | 중요 사항 보고                              | 이사회 - 이사회 운영<br>리스크 및 기회 - 전사적 리스크 관리체계<br>p.38-43<br>p.44-45                 |
|                             | 2-17 | 최고 거버넌스 기구의 총체적 지식                    | 이사회 - 이사회 운영<br>p.38-43                                                       |
|                             | 2-18 | 최고 거버넌스 기구의 활동 평가                     | 이사회 - 이사회 운영<br>ESG 추진 전략 - ESG 관리 체계<br>p.38-43<br>p.56-57                   |
|                             | 2-19 | 보수 정책                                 | 이사회 - 이사회 성과평가 및 보상<br>p.42-43                                                |
|                             | 2-20 | 보수 결정 절차                              | 경영진 - 경영진 성과평가 및 보상<br>이사회 - 이사회 내 위원회 구성현황, 이사회 성과평가 및 보상<br>p.37<br>p.42-43 |
|                             | 2-21 | 연간 총 보상의 비율                           | 경영진 - CEO-임직원 보수 비율<br>p.37                                                   |
|                             | 2-22 | 지속가능경영 전략 성명서                         | Letter to Stakeholders<br>p.6-7                                               |
|                             | 2-23 | 정책 약속                                 | 사람 중심 경영<br>p.78-83                                                           |
|                             | 2-24 | 정책 약속 내재                              | 사람 중심 경영<br>p.78-83                                                           |
|                             | 2-25 | 부정적 영향 복원 프로세스                        | 리스크 및 기회<br>p.44-47                                                           |
|                             | 2-26 | 우려사항 조언 및 제기 메커니즘                     | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 기업윤리 상담 및 신고<br>p.48-51                                    |
|                             | 2-27 | 법·규제에 대한 컴플라이언스                       | 사업보고서 - 제재 등과 관련된 사항<br>p.354-355                                             |
|                             | 2-28 | 가입 협회                                 | N/A<br>별도 관리하지 않음                                                             |
|                             | 2-29 | 이해관계자 참여에 대한 접근                       | 이해관계자 참여 및 소통<br>p.58-59                                                      |
|                             | 2-30 | 단체 협약                                 | N/A<br>노동조합가입 구성원<br>비율은대외공개하지<br>않음                                          |

|             |                                  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|-------------|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 사회 / 안전보건   |                                  |       |       |       |       |
| 산업재해 인원     | 명                                | 6     | 3     | 4     | 1     |
| 산업재해율       | %                                | 0.16  | 0.08  | 0.09  | 0.02  |
| 사회 / 파트너 관리 |                                  |       |       |       |       |
| 동반성장 협력회사   | 공정거래협약 체결                        | 146   | 146   | 151   | 159   |
|             | 총 신규 등록                          | 565   | 470   | 1,546 | 1,780 |
| 사회 / 정보보안   |                                  |       |       |       |       |
| 이용자 신고통계    | 악성코드 게시물 확인 요청                   | 26    | 25    | 29    | 29    |
|             | 악성코드 확인 필요                       | 0     | 0     | 0     | 0     |
|             | 네이버 홈 접속 오류                      | 52    | 82    | 47    | 30    |
|             | 유해프로그램 배포 - 애드웨어                 | 16    | 5     | 0     | 0     |
| 이용자 정보 보호   | 이용자 정보 유출 건수                     | 0     | 1     | 0     | 0     |
|             | 이용자 정보보호 관련 법규 위반으로<br>인한 금전적 손실 | 0     | 0     | 4,020 | 840   |
| 보안 개선사항     | 보안 개선사항 발견 수                     | 1,128 | 1,344 | 1,158 | 1,062 |
|             | 완화조치 수                           | 1,126 | 1,282 | 1,022 | 973   |
|             | 미조치 수                            | 2     | 62    | 136   | 89    |
|             | 발견된 보안 개선사항에 대한<br>완화조치 완료 비율    | 99.8  | 95.4  | 88.3  | 91.6  |
|             | 완화조치 - 기간 이내 조치완료 수              | 728   | 744   | 694   | 650   |
|             | 완화조치 - 기간 이후 조치완료 수              | 370   | 513   | 293   | 270   |
|             | 완화조치 - 기간 미신청                    | 28    | 25    | 35    | 53    |

|                     |     | 2021년 상반기 |       | 2021년 하반기 |       |
|---------------------|-----|-----------|-------|-----------|-------|
| 구성원 개인정보보호 교육 수료 현황 |     | 대상자 수     | 수료율   | 대상자 수     | 수료율   |
| 고용형태                | 정규직 | 3,866     | 98.3% | 2,065     | 99.7% |
|                     | 임원  | 117       | 100%  | 122       | 100%  |
|                     | 계약직 | 21        | 100%  | 19        | 100%  |
|                     | 파견직 | 23        | 100%  | 1         | 100%  |
|                     | 인턴  | 69        | 94.2% | 1         | 100%  |
| 전체                  |     | 4,096     | 98.3% | 2,208     | 99.7% |

## 거버넌스

|                              |   | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|---|------|------|------|------|
| 거버넌스 / 윤리규정 위반               |   |      |      |      |      |
| 총 내부 윤리규정 위반 건수              |   | 13   | 9    | 12   | 6    |
| 내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 - 감봉    |   | 2    | 4    | 2    | 2    |
| 내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 - 면책    | 건 | 0    | 0    | 0    | 0    |
| 내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 - 해임    |   | 0    | 0    | 0    | 1    |
| 내부 윤리규정 위반에 대한 조치 건수 - 기타 징계 |   | 11   | 5    | 10   | 3    |

| GRI Standards                | No.   | 보고사항                                    | 보고위치                                                       |                      |
|------------------------------|-------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------|
| Material Topics<br>2021      | 3-1   | 중요 토픽 결정 절차                             | 2021 NAVER 중요이슈<br>p.60-62                                 |                      |
|                              | 3-2   | 중요 토픽 목록                                | 2021 NAVER 중요이슈<br>p.60-62                                 |                      |
|                              | 3-3   | 중요 토픽의 관리                               | 리스크 및 관리 - 주요 리스크 관리 현황<br>이해관계자 참여 및 소통                   | p.44-47<br>p.60-62   |
|                              |       | - 정보보안 및 프라이버시                          | 데이터 보안 & 프라이버시                                             | p.64-77              |
|                              |       | - 이용자 보호 및 서비스 책임                       | 이용자 보호 및 사회적 역할 수행                                         | p.64-77              |
|                              |       | - 글로벌 경쟁력 강화                            | 네이버 비즈니스                                                   | p.16-29              |
|                              |       | - 윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁                     | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계                                           | p.48-51              |
|                              |       | - 건전한 기업 지배구조                           | Governance                                                 | p.32-43              |
| TOPIC STANDARDS              |       |                                         |                                                            |                      |
| ECONOMY                      |       |                                         |                                                            |                      |
| Economic<br>Performance      | 201-1 | 직접적인 경제가치 발생과 분배                        | 이해관계자 참여 및 소통 - 이해관계자 가치 분배<br>재무성과표                       | p.58-59<br>p.123-132 |
|                              | 201-2 | 기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향<br>및 기타 위험과 기회 | TCFD 보고서                                                   | -                    |
| Indirect Economic<br>Impacts | 203-1 | 사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및<br>영향           | 프로젝트 꽃 - SME의 디지털 확장을 위한 플랫폼, D-커머스 프로그램,<br>Giving        | p.106-116            |
|                              | 203-2 | 영향 규모 등 중요한 간접 경제효과                     | 프로젝트 꽃 - SME의 디지털 확장을 위한 플랫폼, D-커머스 프로그램,<br>디지털 활용능력      | p.106-116            |
| Anti-corruption              | 205-2 | 반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련                  | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 네이버의 윤리 경영                              | p.48-51              |
|                              | 205-3 | 확인된 부패 사례와 이에 대한 조치                     | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 네이버의 윤리 경영                              | p.48-51              |
| Tax                          | 207-1 | 조세 접근법 및 규제 준수                          | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 적절한 세무관리                                | p.48-51              |
|                              | 207-2 | 조세 거버넌스, 통제 및 리스크 관리 체계                 | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 적절한 세무관리                                | p.48-51              |
|                              | 207-3 | 조세 관련 이해관계자 참여 및 고충 처리 절차               | 기업윤리 및 컴플라이언스 체계 - 적절한 세무관리                                | p.48-51              |
| ENVIRONMENT                  |       |                                         |                                                            |                      |
| Energy                       | 302-1 | 조직 내부 에너지소비                             | ESG성과표 - 에너지 사용 현황                                         | p.133-134            |
|                              | 302-2 | 조직 외부 에너지 소비                            | ESG성과표 - 에너지 사용 현황                                         | p.133-134            |
|                              | 302-3 | 에너지 집약도                                 | ESG성과표 - 에너지 사용 현황                                         | p.133-134            |
|                              | 302-4 | 에너지소비 감축                                | ESG성과표 - 에너지 사용 현황<br>환경영향 관리 - 2040 Carbon Negative 추진전략  | p.133-134<br>p.85-86 |
| Water and<br>Effluents       | 303-3 | 용수 취수량                                  | ESG성과표 - 용수 사용 현황                                          | p.134-135            |
|                              | 303-5 | 용수 사용량                                  | ESG성과표 - 용수 사용 현황                                          | p.134-135            |
| Emissions                    | 305-1 | 직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)               | ESG성과표 - 온실가스 배출 현황                                        | p.133-134            |
|                              | 305-2 | 에너지 간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)           | ESG성과표 - 온실가스 배출 현황                                        | p.133-134            |
|                              | 305-5 | 온실가스(GHG) 배출 감축                         | ESG성과표 - 온실가스 배출 현황<br>환경영향 관리 - 2040 Carbon Negative 추진전략 | p.133-134<br>p.85-86 |
| Waste                        | 306-3 | 폐기물 발생량 및 종류                            | ESG성과표 - 폐기물 및 재활용 현황                                      | p.135                |
|                              | 306-4 | 폐기 단계에서의 재활용                            | ESG성과표 - 폐기물 및 재활용 현황<br>환경영향 관리 - 친환경 건축 성과               | p.135<br>p.87-90     |

| GRI Standards                      | No.   | 보고사항                                             | 보고위치                                                                       |
|------------------------------------|-------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| SOCIAL                             |       |                                                  |                                                                            |
| Employment                         | 401-1 | 신규 채용 임직원과 이직 임직원                                | ESG성과표 - 신규채용, 이직<br>p.136                                                 |
|                                    | 401-2 | 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지<br>않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생 | 구성원 가치 증진 - 일/가정 양립을 돕는 네이버의 다양한 지원 프로그램<br>p.106-107                      |
|                                    | 401-3 | 육아휴직                                             | ESG성과표 - 육아휴직<br>p.136                                                     |
| Labor/<br>Management<br>Relations  | 402-1 | 경영상 변동에 관한 최소 통지기간                               | 경영상 변동 발생 최소 30일 전 통지<br>-                                                 |
| Occupational<br>Health and Safety  | 403-3 | 산업보건 서비스                                         | 구성원 가치 증진 - 구성원 보건안전과 웰빙<br>p.105-107                                      |
|                                    | 403-4 | 사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여,<br>상담, 커뮤니케이션             | 구성원 가치 증진 - 구성원 보건안전과 웰빙<br>p.105-107                                      |
|                                    | 403-6 | 근로자 건강 증진                                        | 구성원 가치 증진 - 구성원 보건안전과 웰빙<br>p.105-107                                      |
| Training and<br>Education          | 404-1 | 임직원 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간                          | 구성원 가치 증진 - 구성원 역량 개발과 인재 육성<br>ESG성과표 - 인당 연평균 교육 시간<br>p.99-102<br>p.137 |
|                                    | 404-2 | 임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램                            | 구성원 가치 증진 - 구성원 역량 개발과 인재 육성<br>p.99-102                                   |
|                                    | 404-3 | 업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를<br>받은 근로자 비율            | 구성원 가치 증진 - 구성원 성과평가와 보상<br>p.99-102                                       |
| Diversity and<br>Equal Opportunity | 405-1 | 범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황                         | 이사회 - 이사회 구성 및 독립성<br>ESG성과표 - 총 고용<br>p.39<br>p.99-102                    |
|                                    | 405-2 | 남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율                           | 구성원 가치 증진 - 구성원 다양성<br>p.104-105                                           |
| Human Rights<br>Assessment         | 412-2 | 인권 정책 및 절차에 관한 임직원 훈련                            | 주요 인권이슈 개선 방안<br>p.83                                                      |
| Local<br>Communities               | 413-1 | 지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발<br>프로그램을 수행하는 사업장           | 프로젝트 꽃 - D-커머스 프로그램<br>p.106-116                                           |
| Marketing and<br>Labeling          | 417-2 | 제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한<br>컴플라이언스 위반 사례             | 사업보고서<br>p.354                                                             |
| Customer Privacy                   | 418-1 | 고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실<br>사실이 입증된 불만 건            | ESG성과표 - 이용자 신고 통계<br>p.138                                                |

## 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 플렌즈 등 6종 프로젝트 수상 (IDEA)<br>• 포춘 선정 '미래유망기업(The Future 50)' 6위에 선정 (FORTUNE)                              |
| 11.      | • 네이버·네이버랩스, CES2019 이노베이션 어워드 4개 프로젝트 수상<br>• 네이버 비즈니스 플랫폼, '그랜드 클라우드 컨퍼런스' 장관상 수상 (과학기술정보통신부)<br>(클라우드 산업발전유공장관 표창)            |
| 2019.02. | • 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 6개 서비스 수상 (iF Design Award)<br>• V Live 오리지널 라이브 포맷, 미디어 엑셀런스 어워드 '음악' 부문 수상 (Media Excellence Awards)      |
| 06.      | • 동반성장지수 평가 3년 연속 최우수, 인터넷 플랫폼 업종 최초 '최우수 명예 기업' 선정 (동반성장위원회)                                                                    |
| 09.      | • 네이버, '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정 (고용노동부)                                                                                                |
| 10.      | • 네이버, '2019 대한민국 소상공인대회' 감사패 수상<br>• 네이버웍스, 클로바 클락 등 6개 제품, 일본 '굿디자인 어워드' 수상 (Good Design Award)                                |
| 11.      | • 네이버, 동반성장주간 기념식 자발적 상생협력 부문 대통령 표창 수상 (중소벤처기업부, 동반성장위원회)                                                                       |
| 12.      | • 네이버, 대한민국 동반성장 시상식 3년 연속 '동반성장지수평가 최우수 기업상' 수상 (동반성장위원회)                                                                       |
| 2020.02. | • 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award)                                                                                 |
| 08.      | • LACP 2019 비전어워드 금상 수상                                                                                                          |
| 09.      | • 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상<br>• 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)                                                          |
| 11.      | • 2020 포브스 선정 The World's Best Employers 2020 37위<br>• 포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위                                                    |
| 12.      | • 정책소통 유공 장관 표창 수상 (행정안전부)<br>• 클로바 램프, CES 혁신상 수상                                                                               |
| 2021.09. | • 동반성장지수 평가 5년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)<br>• LACP 2021 비전어워드 대상 수상<br>• 2021 ARC 특별 연차보고서 부문 대상 수상<br>• 클로바 램프, 미국 IDEA 디자인 어워드 금상 수상 |
| 10.      | • 네이버클라우드 라인웍스, 일본 2021 굿디자인어워드 수상                                                                                               |
| 11.      | • 한국표준협회 지속가능성보고서 최초발간 부문 수상                                                                                                     |
| 12.      | • 동반성장지수 평가 최우수기업상 수상 (동반성장위원회)                                                                                                  |

## 검증 의견서

주식회사 디엔브이비즈니스어슈어런스코리아 (이하, “DNV”)는 네이버 주식회사 (이하, “네이버”)의 ‘2021 통합보고서’ (이하 “보고서”)에 대해 독립적인 제 3 자 검증을 수행하도록 요청받았습니다.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 검증 의견: 검증을 수행한 결과, DNV는 아래 기술된 검증 원칙 측면에서 네이버의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 성과 데이터의 신뢰성 측면에서, 보고된 데이터가 네이버의 운영 과정에서 관리되는 실무 데이터와 적절히 대조되지 않았거나 적용된 가정이 부적절하다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. DNV는 본 보고서가 GRI Standards 에 따라(reporting in accordance with the GRI Standards) 작성되었다고 판단합니다. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

DNV는 네이버로부터 생성된 2021년도 비재무 데이터 및 지속가능경영 관련 데이터를 토대로 AA1000 AP(2018)에서 제시하고 있는 4 대 원칙의 적용 정도에 대한 평가를 실시하였습니다. 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요 주제에 연결된 GRI Standards 의 특정 세부 지표(Topic Standards)는 다음과 같음을 확인하였습니다.

| No. | 중요 주제             | Topic Standard |
|-----|-------------------|----------------|
| 1   | 정보보안 및 프라이버시      | 418-1          |
| 2   | 이용자 보호 및 서비스 책임   | 417-2          |
| 3   | 글로벌 경쟁력 강화        | 201-1          |
| 4   | 윤리, 컴플라이언스 및 공정경쟁 | 205-3          |
| 5   | 건전한 기업 지배구조       | 405-1          |

검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서, DNV의 관찰 의견은 아래와 같습니다:

**포괄성 원칙 (The Principle of Inclusivity)**    네이버는 이해관계자를 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 정의하고, 각 그룹별 주요 관심사 그리고 이와 관련된 네이버의 활동을 보고하고 있습니다. 이해관계자의 정의와 참여 방식은 보고서에 소개되어 있으며, 이해관계자로부터 수렴된 주요 관심사항은 중대성 평가 프로세스에 반영되었습니다. 네이버는 중대성 평가 과정에서 네이버 주식 0.1% 이상을 소유한 주주를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였으며, 이러한 내용은 보고 콘텐츠 구성 및 경영 활동 개선에 활용되고 있음을 확인하였습니다.

**중대성 원칙 (The Principle of Materiality)**    네이버는 보고서 작성을 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 도출된 이슈 풀을 바탕으로 이해관계자 중요도 분석, 비즈니스 중요도 분석을 통해 총 19 개의 보고 주제를 선정하였으며, 이 가운데 상위 5 개의 주제를 Tier 1 핵심 이슈로 선정하여 구체적으로 보고하고 있습니다. 네이버는 중대성 평가 시 다양한 출처로부터 각 이슈들의 중요도를 식별하였으며 최신 ESG 트렌드를 반영한 새로운 이슈들이 적절히 검토되었고 이는 보고서에 반영되어 있습니다. DNV는 중대성 평가를 통해 선정된 핵심 이슈 및 보고 주제들이 네이버의 통합보고서에 반영되어 있음을 확인하였습니다.

**대응성 원칙 (The Principle of Responsiveness)**    네이버는 기업가치 제고를 위한 7 대 ESG 전략 과제를 수립하고 이에 대한 회사의 성과, 이행 현황, 향후 방향성, 세부 활동에 대해 구체적으로 보고하고 있습니다. 전략 과제의 효과적인 달성을 위해 ESG 거버넌스 체계를 구축하였습니다. 사업 활동으로 인한 잠재적 영향을 이해하고 평가 및 관리하기 위해 네이버는 각각의 주제별 RM(Risk Mgt.) 전담부서를 지정하고 리스크관리 워킹그룹을 통해 이사회 내 리스크관리 위원회로 보고되는 통합 리스크 관리 체계를 구축하고 있습니다. 이와 관련된 정보는 보고서를 통해 공개되어 있습니다. 특히 DNV는 네이버가 전년 대비 인권 존중, 데이터 보안 및 프라이버시 등 이해관계자의 관심도가 높고, 개선이 요구되는 영역에 대한 보고를 강화함으로써 보고의 투명성과 균형성을 적절히 확보하였다고 판단합니다.

**영향성 원칙 (The Principle of Impact)**    네이버는 이해관계자들의 관심도 및 기대사항이 반영된 중요 주제들에 대한 이슈 선정 배경 및 이행 현황을 구체적으로 공개하고 있습니다. ESG 전략 과제별 영향(impact)을 관리하기 위한 전략적 KPI 를 구체적으로 설정하고 이에 대한 성과, 향후 계획과 관련된 정보를 정량화하여 구체적으로 제시할 것이 권고됩니다. 검증팀은 중대성 평가를 통해 선정된 중요 주제들이 물리적, 시간적 보고 경계에 따라 완전하게 반영되었음을 확인하였습니다.

**특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성 (Reliability of Specific sustainability performance information)**    DNV는 네이버의 보고서가 AA1000 AP(2018)의 원칙을 따르고 있는지에 대한 평가 (Type 1 검증)에 더해, 특정 지속가능성 성과 정보로서 여성 리더 비율, 에너지 사용 절감량, 기업윤리 상담 및 신고 정보에 한하여 Type 2 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하여 데이터 처리 프로세스에 대한 설명을 들었으며, 샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였습니다. 검증 결과로 판단하였을 때, 보고서에 기재된 지속가능성 성과 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 발견되지 않았습니다. 네이버는 신뢰할 수 있는 방식과 데이터로 지속가능성 성과의 출처와 의미를 설명할 수 있으며, 관련 데이터의 식별과 추적이 가능하였습니다. 네이버는 지난 3 개년의 지속가능성 성과를 보고하여 시간의 흐름에 따른 비교가 가능하도록 하였으며, 검증 과정 중 발견된 오류들이나 명확하지 않은 표현들은 최종 보고서 발간 전에 수정되었습니다.



### 검증 범위 및 방법

검증 활동은 국제인증업무기준 (“ISAE 3000”), GRI 지속가능성 보고 표준 (“GRI Standards”) 등 국제 규격을 반영한 DNV의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™과 AA1000AS v3 에 따라 Type1 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 진행되었으며, 상기에 기술된 바와 같이 일부 특정 성과 정보에 대해서는 Type 2 방법을 적용하였습니다.

보고서에 명시된 보고 경계 외의 자회사, 관련 회사, 협력사 및 제 3 자의 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 네이버의 재무제표 및 금융감독원의 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr)에 공시된 자료, 그리고 홈페이지(www.navercorp.com)에 게시된 자료는 검증 범위에 포함되지 않습니다.

DNV는 검증 의견을 제공함에 있어 근거가 된다고 판단되는 정보를 수집하기 위해 작업을 계획하고 수행하였습니다. 데이터 검증은 네이버에서 수집한 데이터에 대해 질의 및 분석, 그리고 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 환경 및 사회 데이터의 경우 조직 차원에서 취합된 데이터를 확인하는 형태로 검증을 진행하였습니다.

### 의견 판단 기준

검증은 2022 년 3 월부터 4 월까지 실시되었습니다. DNV는 검증 프로세스의 일환으로 아래의 활동을 수행하였습니다.

- 보고서 문구, 주장에 대한 확인, 보고서 작성에 활용된 데이터 관리 시스템, 정보의 흐름 및 통제의 견고성 평가
- 지속가능성 데이터 및 지속가능 전략의 이행을 위한 관리 체계 및 관련 프로세스 검토를 위해 네이버 본사 방문 (대한민국 성남)
- 주요 부서 담당자들과의 대면 인터뷰
- 문서 검토, 데이터 샘플링, 보고서 작성에 활용된 데이터 베이스, 전산 관리 시스템 등의 테스트
- 중대성 평가 결과 및 프로세스 검토

**네이버 관리자 및 DNV 의 책임** 네이버는 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있습니다. 당사의 성명은 독립적 의견으로 간주되어야 하며, 관련된 모든 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 작성되었습니다. DNV는 본 성명서를 제외하고 보고서 작성에 관련된 업무를 수행하지 않았습니다. 검증은 DNV에 제공된 네이버의 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며 사실이라는 가정을 기반으로 실시되었습니다. DNV는 본 성명서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 단체에 대한 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

**적격성 및 독립성** DNV가 수립하고 있는 정책 및 절차는 DNV 및 그 임직원, 그리고 해당되는 경우 다른 모든 인원 (DNV의 타법인 임직원 포함)에게 독립성 요건을 적용하고, 관련 윤리적 요구사항에 따라 독립성을 유지하도록 설계되어 있습니다. 본 검증 활동은 지속가능성 전문가들로 구성된 독립적인 검증팀에 의해 실시되었습니다.

**DNV - Business Assurance** DNV그룹의 일원인 DNV Business Assurance Korea 는 인증, 검증, 평가 및 교육 서비스를 제공하는 글로벌 기업으로, 고객이 지속가능한 비즈니스 성과를 달성할 수 있도록 지원합니다.  
www.dnv.co.kr/assurance

(주)디엔브이비즈니스어슈어런스코리아  
대한민국 서울  
2022년 4월 13일



## 온실가스 배출량 검증 성명서

네이버 주식회사

### 검증 범위

한국표준협회는 네이버 주식회사의 온실가스·에너지 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출 (Scope2)에 대한 합리적 검증을 실시하였습니다.

### 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 온실가스 에너지 목표관리제 및 배출권거래제 관련 지침
- KS Q ISO 14064-1,2,3 : 2006
- IPCC Guideline : 2006

### 검증 결론

검증팀 검증결과 명세서에 중대한 오류 사항이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

### 2021년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

| (단위 : tCO <sub>2</sub> eq) |     |        |        |
|----------------------------|-----|--------|--------|
| 연도                         | 직접  | 간접     | 총량     |
| 2021                       | 525 | 78,350 | 78,872 |

※ 참고 : 온실가스 배출량은 소수점단위 이하를 절사하여 표기함.

2022년 04월 13일



UN SDGS

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

| 유엔 지속가능발전목표(UN SDGs)                                                                                                                                                    |       |                                                                                                     | 네이버 대응 활동                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <div><div>4</div><div>QUALITY EDUCATION</div><div></div></div>                         | 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<br>• 사내 여성 리더십 비율은 꾸준히 증가 중              |
| <div><div>7</div><div>AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</div><div></div></div>               | 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                                                    |
| <div><div>8</div><div>DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</div><div></div></div>           | 8.3   | 생산 활동, 양질의 일자리 창출, 기업이 정산, 창의성과 혁신을 지원하고, 금융서비스에 대한 접근을 포함한 소상공인 및 중소기업의 형성과 성장을 장려하는 개발지향 정책을 촉진한다 | • SME의 디지털 전환과 금융 지원<br>• 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<br>• 성별에 따른 임금 차별 금지                   |
| <div><div>12</div><div>RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</div><div></div></div> | 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                                            |
| <div><div>13</div><div>CLIMATE ACTION</div><div></div></div>                         | 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                           |
| <div><div>16</div><div>PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</div><div></div></div> | 16.5  | 모든 형태의 부정부패와 뇌물수수를 대폭 줄인다                                                                           | • 기업윤리규범 운영 및 구성원 윤리서약 실천<br>• 부정위험평가 시행 및 셀프 체크 모니터링 장려<br>• 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                                      |

**NAVER**