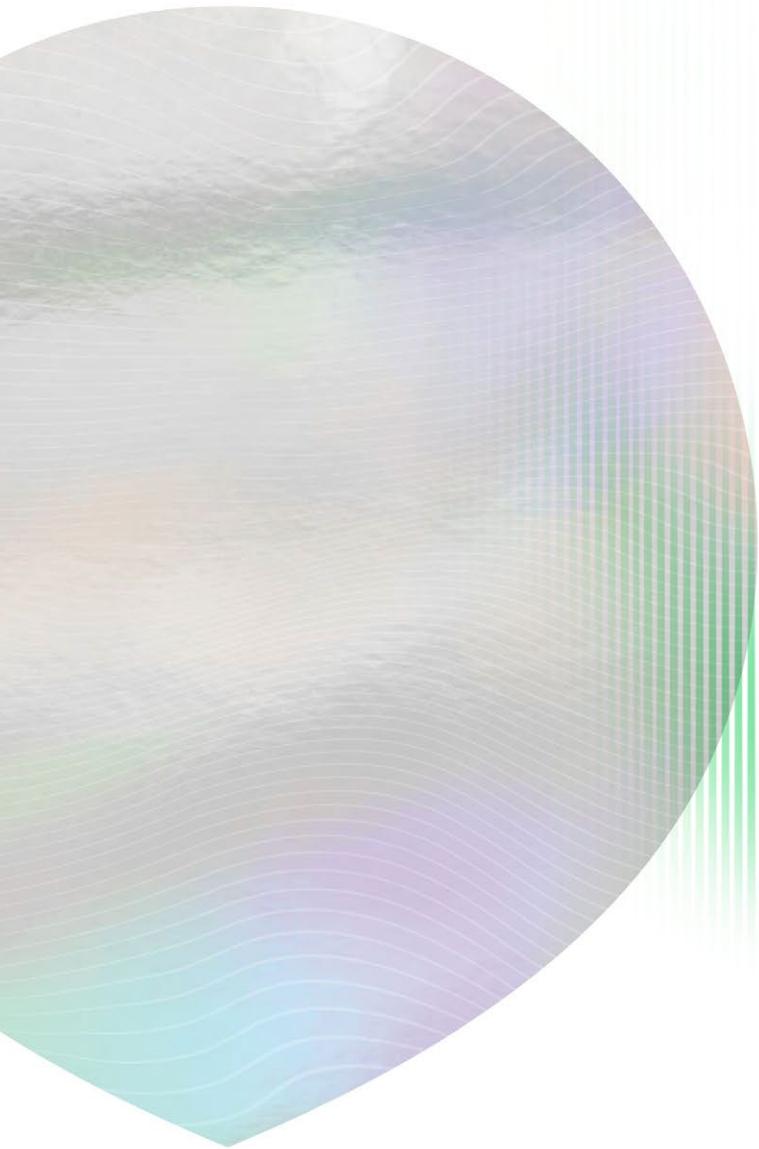


# NAVER 2021 SASB 보고서

Sustainability Accounting Standards Board



## CONTENTS

- 04 회계 지표
  - 운영상의 환경 영향
  - 데이터 프라이버시, 광고 기준 및 표현의 자유
  - 데이터 보안
  - 임직원 고용, 포용성 및 성과
  - 지적재산권 보호 및 경쟁 행위
  
- 19 활동 지표
  - 이용자 활동에 관한 측정

네이버는 2020년도부터 ESG, SASB, TCFD 보고서 3종을 발간하여 네이버의 ESG 경영현황에 대해 다양한 이해관계자들과 효과적으로 소통하고 있습니다. 이에 더해 2021년도부터는 회사의 경영성과와 ESG 추진현황을 보다 포괄적으로 다룬 통합보고서를 발간함으로써 소통을 더욱 강화하였습니다.

### 네이버의 지속가능성 공시 토픽 및 회계지표

토픽	회계 지표	코드	보고	페이지
운영상의 배출	(1) 전체 에너지 사용량 (2) 그리드전력 비율 (3) 재생 에너지 비율	TC-IM-130a.1	●	4
	(1) 전체 용수 취수량, (2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율	TC-IM-130a.2	●	5
	데이터센터에 적용된 환경적 고려사항	TC-IM-130a.3	●	6
데이터 프라이버시, 광고 기준 및 표현의 자유	행태 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 보유 정책 및 활동	TC-IM-220a.1	●	8
	원래 목적 범위와 다르게 활용한 개인 정보 건 수	TC-IM-220a.2	●	10
	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총액	TC-IM-220a.3	●	11
	이용자 정보 관련 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 건 수, (3) 공개 비율	TC-IM-220a.4	●	12
	서비스 국가 중 정부의 검열, 차단, 필터링 등이 존재하는 국가 수	TC-IM-220a.5	●	12
	정부의 콘텐츠 삭제 요청 건 수, 요청에 따른 비중	TC-IM-220a.6	-	-
데이터 보안	(1) 데이터 침해 건 수, (2) 개인식별정보 수반 비율(PII), (3) 피해를 입은 고객 수	TC-IM-230a.1	●	13
	제3자 데이터 보안 기준 활용을 포함한 데이터 보안 리스크 식별 및 규명에 대한 경영접근 방식	TC-IM-230a.2	●	13
임직원 고용, 포용성 및 성과	외국인 임직원 비율	TC-IM-330a.1	●	16
	임직원 몰입도 비율	TC-IM-330a.2	●	17
	(1) 경영진, (2) 기술직, (3) 모든 임직원의 성 다양성	TC-IM-330a.3	●	17
지적재산권 보호 및 경쟁 행위	공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총액	TC-IM-520a.1	●	18

활동 지표	코드	보고	페이지
이용자 활동에 관한 측정	TC-IM-000.A	●	19
(1) 데이터 처리 용량, (2) 외주 비율	TC-IM-000.B	-	-
(1) 데이터 저장 용량, (2) 외주 비율	TC-IM-000.C	-	-

# 회계 지표

## 운영상의 환경 영향

(1) 전체 에너지 사용량, (2) 그리드 전력 비율, (3) 재생에너지 비율 [TC-IM-130a.1]

		단위	2018	2019	2020	2021
총 에너지 사용량	합계	TJ	1,495	1,624	1,649	1,646
	그린팩토리		159	152	143	124
	1784		-	-	-	34
	커넥트원		-	-	-	18
	네이버 스퀘어	TJ	-	-	-	14
	임차사업장		-	-	-	8
	데이터센터 각 춘천		1,336	1,472	1,506	1,448
에너지 집약도	합계	TJ/매출 (십억원)	0.27	0.37	0.31	0.24
	그린팩토리		0.03	0.03	0.03	0.02
	1784		-	-	-	0.00
	커넥트원		-	-	-	0.00
	네이버 스퀘어	TJ/매출 (십억원)	-	-	-	0.00
	임차사업장		-	-	-	0.00
	데이터센터 각 춘천		0.24	0.34	0.28	0.21
직접 에너지 사용량	소계	TJ	6.7	5.7	4.5	9.7
	그린팩토리		5.8	4.8	3.9	1.9
	1784		-	-	-	-
	커넥트원	TJ	-	-	-	5.2
	네이버 스퀘어		-	-	-	0.1
LNG	임차사업장		-	-	-	0.1
	데이터센터 각 춘천		0.3	0.4	0.4	0.5
	그린팩토리		-	-	-	1.6
	데이터센터 각 춘천	TJ	0.1	0.1	0.1	0.0
	그린팩토리		0.04	0.01	0.01	-
경유	1784		-	-	-	-
	커넥트원	TJ	-	-	-	0.0
	네이버 스퀘어		-	-	-	0.0
	데이터센터 각 춘천		0.4	0.4	0.1	0.3
간접 에너지 사용량	소계	TJ	1,488	1,618	1,645	1,640
	그린팩토리		143	138	130	113
	1784		-	-	-	32
	커넥트원		-	-	-	14
	네이버 스퀘어	TJ	-	-	-	14
	임차사업장		-	-	-	8
	데이터센터 각 춘천		1,335	1,471	1,506	1,448
스팀	그린팩토리	TJ	10.0	8.8	8.5	8.2
	1784		-	-	-	2.9

		단위	2018	2019	2020	2021
총 에너지 사용량 절감	소계	MWh	37,303	41,689	41,199	37,402
	그린팩토리		138	517	837	1,819
사옥관리를 통한 절감	데이터센터	MWh	511	511	514	512
	그린팩토리		101	101	101	101
지열에너지 도입을 통한 냉난방 전력 절감	1784	MWh	-	-	-	684
	데이터센터	MWh	36,371	40,343	39,534	33,989
자연공조 냉방기 도입을 통한 절감	1784		-	-	-	22
	데이터센터	MWh	182	217	213	213
	커넥트원		-	-	-	62
재생에너지 사용량	소계	MWh	283	318	314	1,082
지열	그린팩토리		101	101	101	101
	1784		-	-	-	684
태양광	1784	MWh	-	-	-	22
	커넥트원		-	-	-	62
	데이터센터 각 춘천		182	217	213	213

\* 1784, 커넥트원, 네이버 스퀘어, 임차사업장은 신규 관리 사업장

(1) 전체 용수 취수량, (2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율 [TC-IM-130a.2]

		단위	2018	2019	2020	2021
용수 사용량	합계		177,335	176,517	167,213	173,139
	그린팩토리		92,058	101,929	76,438	54,625
	1784	m <sup>3</sup>	-	-	-	5,284
	커넥트원		-	-	-	14,463
상수도	데이터센터 각 춘천		85,277	74,588	90,774	98,767
	그린팩토리		9,812	5,428	7,060	5,739
용수 재사용량	1784	m <sup>3</sup>	-	-	-	1,142
	커넥트원		-	-	-	3,000
용수 재사용률	그린팩토리		11	5	9	11
	1784	%	-	-	-	22
커넥트원		-	-	-	21	

**취수 지역의 수자원 민감도 (22. 3월 말 기준)**

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

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

<sup>1)</sup> World Resources Institution (세계자원연구소)가 제시하는 글로벌 수자원 민감도 분석 결과

<sup>2)</sup> World Wide Fund for Nature (세계자연기금)이 제시하는 글로벌 수자원 민감도 분석 결과

**데이터센터에 적용된 환경적 고려사항 [TC-IM-130a.3]**

**데이터센터 '각 춘천'**

2013년 6월에 오픈한 데이터센터 '각 춘천'은 친환경적으로 서버의 열을 내리기 위해 많은 노력과 기술을 담아 건축되었으며, 국제적인 친환경 건물 인증 제도인 LEED<sup>1)</sup> New Construction(NC) 2009에서 데이터 센터로는 세계 최초로 최고 등급인 'Platinum(플래티넘)' 인증을 획득 하였습니다. 스노우 멜팅<sup>2)</sup>, 태양광 및 태양열 발전<sup>3)</sup>, 외부 공기를 통한 자연 냉각 시스템 등을 활용하고 있으며, 특히 2012년 복관, 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 '춘천'은 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 춘천

<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

**각 춘천 전력효율지수 (PUE)**



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. 이외에도 LED 조명 설치, 전기차 이용 등을 통해 에너지를 효율적으로 사용하고 있으며, 서버를 식히고 뜨거운 공기로 온실 식물을 재배하고, 절수형 위생기구를 사용합니다. 나아가, 오염이 적은 물은 정수해 소변기와 양변기 물로 재사용하며, 빗물을 모아 냉각수나 소방 용수로 사용하는 등 에너지 절감을 실천하고 있습니다.

**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. 10만대 이상의 서버를 갖출 수 있는 총 면적 29만3697㎡ 규모의 데이터센터 '각 세종'은 2023년 준공을 목표로 건설 추진 중입니다. '각 세종'은 '각 춘천'보다 6배 이상 넓은 대규모 데이터센터로, 브레인리스 로봇을 활용한 효율적인 관리체계가 구축될 예정입니다.

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

'각 세종'은 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 활용 합니다. 또한 내부순환도로에는 스노우멜팅 시스템을 적용하는 등 '각 춘천'의 축적된 노하우를 통해 더욱 높은 에너지 효율을 달성할 수 있게끔 설계되었습니다.

또한 '각 세종'은 최근 증가하고 있는 사업장의 생태다양성 보전도 놓치지 않았습니다. '각 세종'은 생태보전 아카이브 구축을 통하여 네이버의 생태다양성 보전을 위한 노력을 진행하고 있습니다. 향후에는 네이버 전사 정책적으로 건축 생태환경 보전 방안에 대해서도 고민할 예정입니다.



네이버는 데이터센터 '각 세종' 부지 선정 및 설계 시 생태다양성 보전을 최우선 가치 중 하나로 고려하였습니다. 이에 개발 부지를 최소화하고, 불가피하게 추가로 개발되는 지역은 최소 개발을 목표로 설계하여 생태 파괴를 최대한 줄이고자 노력할 예정입니다. 특히 '각 세종' 건설 현장에서는 개발 이전의 생태계 현황을 조사하여 원형지 생태계 그대로를 보존하고자 노력하였습니다. 이를 위해 건축설계 진행되기 전 자연상태의 생태를 상세하게 조사하고 기록하였고, 불가피하게 벌목이 필요한 곳에서 자라고 있는 수목은 최대한 이식하여 자연의 훼손을 최소화하면서 건축을 진행하고 있습니다.

**CASE STORY**

**'각 세종'의 생태 다양성 보전 활동**

## 데이터 프라이버시, 광고 기준 및 표현의 자유

### 네이버 개인정보보호 원칙

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



네이버 프라이버시센터



투명성보고서



개인정보보호 리포트



프라이버시 백서



네이버 개인정보보호 블로그



네이버 프라이버시TV

### 행태 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 보유 정책 및 활동 [TC-IM-220a.1]

#### 프라이버시 보호 체계

네이버는 CPO(개인정보보호책임자)가 CISO(정보보호 최고책임자)를 겸직하여 기업의 개인정보 리스크를 전사적으로 관리할 수 있도록 하였으며, 국내외 개인정보보호 및 프라이버시보호 법제 준수를 위해 글로벌 수준에 부합하는 Global Privacy Compliance 규정을 마련하고 그 범위를 확장하고 있습니다. 또한, 네이버는 프라이버시와 관련하여 민감하게 여겨질 수 있는 개인화 서비스 및 네이버페이 서비스에 대해 이용자의 프라이버시 보호에 초점을 맞추어 서비스 안정성과 내부통제 수준을 평가하는 국제 인증 SOC(Service Organization Control) 인증을 받았습니다. 네이버는 2013년 국내 최초로 SOC 2, SOC 3(Sys Trust)을 취득하였고, 서비스에 대한 안전성과 서비스 조직의 신뢰성을 검증받기 위해 보안성(Security), 가용성(Availability), 처리무결성(Process Integrity), 기밀성(Confidentiality), 개인정보 보호(Privacy) 5개 영역에 대해 매년 엄격한 감사를 받으며 SOC 인증을 갱신하고 있습니다.

네이버는 개인정보 및 프라이버시 보호를 하나의 서비스처럼 제공하겠다는 'PaaS(Privacy as a Service)'를 지향하며, 네이버의 프라이버시 보호와 관련하여 이용자와 함께 소통할 수 있는 방법을 끊임없이 고민해왔습니다. 2013년 국내 최초로 '프라이버시 센터'를 오픈하여 네이버 서비스 전반에 적용되는 '개인정보보호 원칙'과 각 서비스 운영 정책을 외부에 투명하게 공개하고 있습니다. 또한, 매년 2회 투명성 보고서를 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. 이 외에도 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈 발생 시 이용자와 함께 논의할 수 있는 공식 블로그/SNS 및 네이버 프라이버시TV를 운영하여 이용자 소통을 확대해 나가고 있습니다.

#### 개인정보보호 시스템

네이버는 이용자 개인정보보호를 위해 'Privacy by Design' 원칙을 엄격히 적용하여 서비스 기획부터 종료 단계까지 서비스의 전체 생애 주기에 걸쳐 이용자의 프라이버시와 데이터를 안전하게 보호하고 있습니다. 사전 통제 절차로는 개인정보 영향평가(PIA: Private Impact Assessment) 및 상시 자문을 위한 개인정보 관리시스템(nPIMS)을 구축하여 운영하고 있습니다. 개인정보 영향평가는 네이버가 제공하는 모든 서비스에 대하여 개인정보보호가 기본으로 자리 잡을 수 있도록 관련 법령 및 내부 규정 준수 여부, 이용자 프라이버시 민감도를 사전에 확인하고 리스크를 관리하는 절차입니다.

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

이 외에도 주기적인 '인사부서 및 재무부서 개인정보보호 현황 점검' 및 주민번호와 같은 고유식별 정보를 처리하는 부서에 대해 '고유식별 정보 안전성 확보 조치 준수 현황 점검'도 별도로 실시하고 있습니다. 현황 점검에는 정보 주체의 사생활 침해에 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.

#### 임직원 개인정보보호 교육

네이버는 임직원들의 개인정보보호 인식 수준 향상을 위해 기본부터 심화 교육까지 필요한 교육을 선택하여 수강할 수 있도록 매년 다양한 주제의 강의를 개설하여 운영하고 있습니다. 2021년 네이버 주요 계열사 25개에서 전체 임직원(정규직 외 계약직, 파견직 직원 모두 포함)을 대상으로 필수 임직원 개인정보보호 교육을 진행하였습니다. 개인정보보호 교육은 수준별(기초-입문-실전)로 나누어서, 직무나 관심에 따라 선택할 수 있도록 다양한 주제로 진행하였으며 개인정보 보호 담당자들이 직접 촬영 및 제작하여 임직원의 업무에 실질적인 도움이 되도록 하였고 특히 2021년부터는 상하반기 교육 과정에 글로벌 개인정보보호 관련 강의를 추가하여 글로벌 프라이버시 컴플라이언스 역량 강화에도 노력하였습니다. 일례로 일본 이커머스 시장에 '마이마트스토어(MySmartStore)' 서비스가 진출하는 것에 대비하여 '일본 개인정보보호법에 대한 이해' 강의를 개설해 임직원들 대상으로 일본 개인정보보호법 내용에 대한 교육을 진행하기도 하였습니다.

구성원 개인정보보호 교육 수료 현황	2021년 상반기		2021년 하반기		
	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%	

#### 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 사용자들의 PER 참여를 독려했습니다. 2021년에는 총 41건의 의견이 접수되었으며, 그중 23건에 대하여 사례금을 지급하여 총 169.5만 원 상당의 네이버 페이 포인트 사례를 지급하였습니다.



네이버 맞춤형 광고 안내

**개인정보 자기통제권 보장 극대화**

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 국내 최초로 이용자 행태에 따라 개인 맞춤형으로 제공하고 있습니다. 2020년 7월 이용자가 '개인정보 수집 및 제3자 제공'에 대해 '동의를 날짜'를 추가로 공개하고, 나아가 네이버의 모든 서비스 내에서 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공에 대한 '동의 철회'까지 쉽게 진행할 수 있도록 개인정보 이용 현황 페이지를 개편하여 '개인정보 자기통제권'의 실현 과정을 원스톱으로 제공하고 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 게시하고 있습니다. 이용자 정보 보호를 최우선으로 여기며 이용자에게는 유용한 광고를 보여주고, 광고주에게는 효과 좋은 광고 플랫폼을 제공하기 위해 노력하고 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.

**아동 프라이버시 보호**

아동은 네이버 서비스를 이용하는 주요 고객층입니다. 서비스 이용자로서의 아동은 온라인환경에 친화적이고 적응력도 높으나, 프라이버시 또는 개인정보에 대한 중요성, 새로운 기술이나 서비스의 위험요소에 대한 인지 능력은 성인 대비 상대적으로 취약할 수 있어 서비스 설계 및 활용 안내에 각별한 주의가 필요합니다. 이에 네이버는 2009년부터 주니어네이버 회원을 대상으로 '어린이 개인정보 보호 교실'을 통한 교육을 제공하고, 2015년에는 '소셜 미디어 프라이버시 보호를 위해 학생들이 알아야 할 10가지 수칙'을 작성해 공개한 바 있습니다. 아울러 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 발송하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다. 또한 아동의 온라인 프라이버시 보호 조치를 연구하고 실행해오고 있습니다. 2020년 네이버는 '아동의 온라인 프라이버시 보호'를 주제로 프라이버시 백서를 발간하여 아동을 위한 차별화된 프라이버시 및 개인정보 보호 접근 방향을 모색하였습니다.

또한 유튜브 서비스 내 '어린이용 네이버 프라이버시TV' 채널을 개설하여 어린이 대상 개인정보보호 교육 영상을 제공하는 등 아동의 개인정보보호 관련 권리 강화에도 힘쓰고 있습니다. 2021년 7월 '정보보호의 달'을 맞아 어린이와 어른들의 SNS 이용 시 '아동 개인정보보호를 위해 지켜야 하는 SNS 이용수칙'을 주제로 캠페인과 이벤트를 진행했습니다. 이외에도 어린이들을 위한 밴드 앱 '밴드 for Kids'와 밴드 웹이 PRIVO의 미국 아동 온라인 프라이버시보호법(COPPA, Children Online Privacy Protection Act) 세이프 허버 인증을 획득하며, 글로벌 수준의 아동 개인정보보호 체계를 검증받았습니다.

**원래 목적 범위와 다르게 활용한 개인 정보 건 수 [TC-IM-220a.2]**

네이버는 개인정보 수집 시 안내한 목적 외 다른 목적으로 개인정보를 활용하지 않으며, 이용자의 동의를 받지 않고 제3자에게 개인정보를 제공 또는 판매하지 않습니다.

구분	2018	2019	2020	2021
2차 개인정보 수집 대상자 수	0	0	0	0

**이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총액 [TC-IM-220a.3]**

네이버에서 발생한 유일의 개인정보 유출 사고로 2019년 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건이 있습니다. 이용자에게 연말정산에 필요한 영수증을 메일로 제공하는 과정에서 필요 이상의 데이터가 영수증 파일에 포함된 점이 문제가 되어, 2020년 6월 5일 방송통신위원회로부터 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 상 의무 위반으로 개인정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치를 받아 과태료 1,300만 원, 과징금 2,820만 원이 부과되었습니다.

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, 오전송으로 인한 과도한 데이터 전달 등을 미연에 예방할 수 있는 체계를 갖추었습니다. 아울러, 전사 개발자 및 개인정보취급자 대상 교육을 강화하여 사고 원인을 공유하는 한편 동일한 실수가 반복되지 않도록 주기적인 보안의식강화 활동도 병행하고 있습니다.

네이버는 2021년 5월 26일 개인정보보호위원회로부터 개인정보보호 법률 상 의무 위반으로 인해 개인정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정 조치를 받았습니다. 이용자 개인정보 유출은 발생하지 않았으며, 개인정보보호위원회의 개인정보 취급, 운영 실태 및 개인정보보호법 위반 여부 조사에 따른 시정 조치입니다. 개인정보보호위원회는 스마트스토어 센터를 이용하는 판매자 회원을 네이버의 '개인정보취급자'로 판단하여 개인정보취급자가 외부에서 판매자 시스템을 아이디와 비밀번호로만 접근할 수 있고, 추가적인 인증수단은 적용하지 않은 것에 대해 개인정보보호법 제29조를 위반한 것으로 판단하여 시정조치 명령 및 과태료 840만 원을 부과하였습니다.

이후 네이버는 사업자 회원의 개인정보보호 인식을 강화하기 위해 사업자 대상 개인정보보호 안내 및 교육을 강화하였습니다. 2021년 사업자 회원 대상으로 '우리 고객의 개인정보보호를 위한 기본 수칙', '사례를 통해 알아보는 개인정보 유출 노출 사고 예방법'을 주제로 한 개인정보보호 안내 메일을 발송하였습니다. 또한, 네이버 CPO가 스마트스토어를 이용하는 네이버의 소상공인 사업자를 대상으로 온라인 개인정보보호 교육 '소상공인이 알아야 할 개인정보 A to Z'를 진행하여, 소상공인 사업자가 주지해야 하는 개인정보 및 개인정보 처리할 때의 주의사항을 설명했습니다.

구분	2018	2019	2020	2021
이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실	만 원	-	4,020	840

이용자 정보 관련 (1) 법적 열람 요청 건수, (2) 정보가 요청된 건수, (3) 공개 비율 [TC-IM-220a.4]

네이버는 투명성 보고서를 통해 특정 기간 동안 정부 및 사법 당국에서 요청한 이용자 정보 관련 통계를 공개함으로써 이용자 정보가 제공된 방식과 횟수를 보고하고 있습니다. 네이버는 2015년 1월 국내 기업 최초로 수사기관의 이용자 정보 제공 요청에 대한 통계를 'NAVER 개인정보보호리포트'를 통해 공개하였던 것을 시작으로, 연 2회 단위로 투명성 보고서를 공개하고 있습니다. 투명성 보고서는 네이버의 프라이버시 센터에서 상시 확인이 가능하게 하여, 이용자에게 개인정보 처리 현황을 투명하게 공유하고 있습니다.

투명성 보고서 통계 상의 '요청' 및 '처리'는 수사기관이 네이버에 접속하여 처리된 문서의 건 수 의미합니다. 또한, '제공' 정보는 실제 제공된 이용자의 정보의 개수를 의미합니다. 1개의 문서를 통해 여러 이용자의 정보가 제공 요청될 수 있습니다.

네이버는 지난 2012년 10월 통신자료 제공에 관한 사업자의 실체적 심사의무 존재여부 확인 및 영장주의 위배 우려 등과 관련한 법원의 판결을 존중하여 통신자료의 제공을 중단하였습니다. 이에 통신자료 요청 건에 대해서는 2012년 10월 이후로 제공하고 있지 않습니다.

투명성 보고서 통계

	구분	단위	2018	2019	2020	2021
압수영장	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
통신제한 조치	요청		17	18	6	5
	처리	건	17	18	6	5
	제공		71	82	76	94
	처리율	%	100	100	100	100
통신사실 확인자료	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
	처리율	%	85	87	83	87
통신자료	요청		311	119	49	33
	처리	건	0	0	0	0
	제공		0	0	0	0
	처리율	%	0	0	0	0

\* 압수영장의 경우, 이용자 식별 정보가 아닌 로그기록만 제공된 경우 각 로그를 1건으로 집계

\* 가입자 인적사항 요청 시, 탈퇴 등으로 탈퇴일 외 제공 정보가 없는 경우 0건으로 처리

서비스 국가 중 정부의 검열, 차단, 필터링 등이 존재하는 국가 수 [TC-IM-220a.5]

네이버는 전 세계 13개 국가에 진출하여 서비스를 제공하고 있으며, 각 국가의 게시물 정책 관리 기준을 준수하여 운영하고 있습니다.

데이터 보안

(1) 데이터 침해 건 수, (2) 개인식별정보 수반 비율(PII), (3) 피해를 입은 고객 수 [TC-IM-230a.1]

네이버의 개인정보 유출 사고는 2019년 4월 29일-30일에 발생한 애드포스트 영수증 메일 오발송 사건이 유일하며, 이는 이용자에게 연말정산에 필요한 영수증을 메일로 제공하는 과정에서 필요 이상의 데이터가 영수증 파일에 포함된 점이 문제가 되었습니다.

유출된 개인정보로 영향을 받은 이용자 수는 2,331명이며, 발송된 영수증 개수는 1,940,768개입니다. 이에 네이버는 2020년 6월 5일 방송통신위원회로부터 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 상 의무 위반으로 인해 개인정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치를 받았습니다.

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

	구분	단위	2018	2019	2020	2021
이용자 정보 유출 건수		건	0	1	0	0
개인식별정보 수반 비율(PII)		%	0	100	0	0

\* PII는 유출된 개인정보로 영향받은 이용자 수를 기준으로 하여 PII가 유출된 이용자 수의 비율을 집계

제3자 데이터 보안 기준 활용을 포함한 데이터 보안 리스크 식별 및 규명에 대한 경영접근 방식 [TC-IM-230a.2]

정보보호 추진체계

네이버의 환경과 문화에 맞는 정보보호 규정 체계를 확보하고 있으며, 전사 공통, 서비스 단계별, 글로벌 진출, 보안/인프라 등의 영역으로 구분하여 네이버와 네이버 관계사의 정보보호 관리체계에 통일성을 기하고 있습니다. 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 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.

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 개인정보보호 위원회'를 통해 전문적인 연구활동 수행 및 외부 자문을 이어 나가고 있습니다.

네이버 정보보호 인증

ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701 	국제 정보보호 관리체계 인증	ISO(국제표준화기구) 및 IEC(국제전기기술위원회)에서 제정한 정보보호 관리체계 국제규격 인증으로, 네이버는 메일, 클라우드와 같은 개인화 서비스, 카페, 블로그 및 네이버페이 등 전자 서비스를 대상으로 인증을 유지해오고 있습니다.
ISMS-P 	정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증	ISMS-P 인증은 정보보호 및 개인정보보호를 위한 일련의 조치와 활동이 인증 기준에 적합함을 인증기관 KISA(한국인터넷진흥원)에서 인증하는 제도로, 네이버는 정보통신망의 안정성 확보 및 개인정보 보호를 위해 조직이 수립한 일련의 조치와 활동이 인증기준에 적합함을 인증 받았습니다.
ISMS 	정보보호 관리체계 인증	네이버는 네이버 데이터센터(각) 운영에 대해 정보통신망법에 따라 지속적이고 적절한 정보보호 활동을 수행하고 있음을 로부터 검증 받았습니다.
SOC 	서비스 제공 및 운영 신뢰성 인증	SOC 인증은 IAASB(국제감사인증 기준위원회)가 제정한 국제인증업무기준에 따라 서비스의 안정성 및 관련 내부통제 수준을 평가하는 제도입니다. 네이버는 2013년 국내 최초로 SOC 2, SOC 3 인증을 동시에 취득하였습니다.

보안 위협 요소의 효율적이고 투명한 관리

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

아무리 기획, 설계, 개발이 잘 준비된다 하더라도 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 국내 기업 중 모범적인 케이스로 평가받고 있습니다. 네이버 버그바운티는 2021년 기준으로 162명이 참가하여 291건이 제보되었으며, 채택된 보안버그 제보자에 대해 총 1.1억 원의 포상금 지급이 이루어졌습니다.

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

보안 개선사항

구분	단위	2018	2019	2020	2021
보안 개선사항 발견 수	건	1,128	1,344	1,158	1,062
완화조치 수	건	1,126	1,282	1,022	973
완화비율	%	99.82	95.38	88.25	91.62
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

버그 바운티 통계

구분	단위	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	단위	2018	2019	2020	2021
CVE 명명 건 수 (Common Vulnerabilities and Exposures)	건	4	2	3	3

임직원 고용, 포용성 및 성과

외국인 임직원 비율 [TC-IM-330a.1]

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

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 Works 채팅방을 통하여 서로 직장 생활 및 한국 생활에서 궁금한 사항이나 노하우, 경험을 공유할 수 있도록 장려하고 있습니다.

국적별 임직원 수

국가	단위	2018	2019	2020	2021
뉴질랜드	명	1	2	2	2
대만	명	0	0	1	1
독일	명	1	1	1	0
미국	명	6	6	8	10
스웨덴	명	1	1	1	2
스위스	명	1	1	1	1
아르헨티나	명	1	1	1	1
아제르바이잔	명	1	1	0	0
영국	명	2	1	1	1
오스트리아	명	1	1	1	1
인도	명	3	0	0	0
일본	명	1	2	3	2
중국	명	4	4	4	6
카자흐스탄	명	1	1	1	1
캐나다	명	6	3	2	4
키르기스탄	명	2	0	0	0
타지크공화국	명	0	1	1	1
태국	명	2	0	0	0
투르크메니스탄	명	1	0	0	0
프랑스	명	0	1	2	2
호주	명	1	0	1	0

<sup>1</sup> 긍정응답률: 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> 정규직 기준

임직원 몰입도 [TC-IM-330a.2]

요소	긍정적인 응답 비율 <sup>1</sup>
조직문화	68%
'자발적 몰입도'	68%
'실행환경 조성도'	67%

2021년 네이버는 보다 건강한 조직문화를 만들어가기 위해, 외부 전문기관과 협력해 내부 조직문화 진단을 시행하였습니다. 금번 진단에는 전체 임직원의 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.

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.

(1) 경영진, (2) 기술직, (3) 모든 임직원의 성 다양성 [TC-IM-330a.3]

네이버의 남녀 구성원 비율은 2021년 말 기준으로 63:37<sup>3</sup>이며, 여성리더 직급은 매해 상승하여 전체 리더 직급 중 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.

임직원 고용현황

항목	단위	2018	2019	2020	2021
총 직원 수	명	3,611	3,523	4,103	4,696
성별	남성	2,309	2,262	2,639	2,967
	여성	1,302	1,261	1,464	1,729
	합계	1,573	1,540	1,717	1,949
	사무직	남성	629	628	697
직군별	여성	944	912	1,020	1,199
	합계	2,038	1,983	2,386	2,747
기술직	남성	1,680	1,634	1,942	2,217
	여성	358	349	444	530
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 고위경영진 중 여성 비율	-	-	30.0	16.0

지적재산권 보호 및 경쟁 행위

공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총액 [TC-IM-520a.1]

네이버는 2021년 1월 쇼핑 등 3개 사업과 관련하여 공정거래법 제3조의2 시장지배적사업자의 지위남용 및 동법 제23조 불공정거래행위 위반의 이유로 과태료를 납부하였습니다. 공정거래위원회는 네이버가 검색 알고리즘을 조작하여 당사 쇼핑과 동영상 서비스를 우선 노출하였다는 것에 시정명령을 요구하였으나, 이는 네이버가 다양성 원칙에 입각하여 추진한 쇼핑 검색 알고리즘 개선활동의 일환으로, 특정 업체로의 검색 결과 쓸림을 막아 검색 결과의 다양성을 유지하면서 소상공인들에게 상품 노출의 기회를 제공하기 위한 것을 목적으로 하고 있습니다. 사용자들이 네이버 쇼핑을 이용하는 가장 큰 이유는 여러 물에서 판매상품을 한 번에 비교 구매할 수 있는 편의성 때문인 바, 특정 오픈마켓 상품으로 검색결과가 도배되고, 다양하고 특색 있는 개인 중소상인들의 소호물 상품들은 보이지 않는 현상을 개선하고자 네이버는 검색결과 다양성을 위해 2013년 동일 쇼핑물의 상품이 3개 이상 연속 노출되는 것을 제한하는 로직을 도입하였습니다. 2013년 9월 스마트스토어의 노출 개수도 8개로 제한하였으나, 이후 스마트스토어 판매자에게 너무 불리하다는 판단에 이를 10개로 완화한 바 있습니다.

이에 따른 공정거래위원회의 부과 금액은 279억원이나(쇼핑 266억원, 부동산 10억원, 동영상 3억원), 동영상 부문은 현재 집행정지가 인용되어 납부하지 않은 상태로 포함하지 않았습니다.

구분	2018	2019	2020	2021
불공정 거래에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실	0	0	0	27,667

활동 지표

이용자 활동에 관한 측정

이용자 활동에 관한 측정 [TC-IM-100.A0]

네이버는 대한민국 최고의 인터넷 검색 포털입니다. 네이버는 활발한 콘텐츠 창작을 지원하고 AI 기술을 도입하며 검색 품질을 향상하고 있습니다. 커머스 플랫폼 확장과 핀테크 서비스 고도화로 사업 역량을 강화해 나가고 있으며, 이러한 노력으로 연결에서 비롯되는 기쁨과 즐거움이 네이버를 통해 수많은 이용자들에게 확산되고 있습니다. 네이버는 파트너와 네이버 플랫폼이 함께하는 시간들이, 파트너들의 큰 성장으로 이어질 수 있도록 기술 플랫폼으로의 발전을 지속할 예정입니다.

구분	이용자 활동 성과
네이버 앱	Daily Active User 3,400만 명
네이버 웹툰	Monthly Active User 1.7억 명
제페토	Monthly Active User 2,000만 명

\*2021년 12월 기준

**NAVER**