INTEGRATED REPORT

2024

NAVER

ABOUT THIS REPORT

INTERACTIVE PDF
본 보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동과 연관 웹 페이지 바로가기 등의 기능이 포함된 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다.

HOW TO USE

- 목차
- 이전 페이지
- 연관 웹 페이지
- 연관 페이지

보고서 개요

본 보고서는 네이버의 통합보고서(Integrated Report)로서 네이버의 투자자 및 이해관계자에게 연례 재무 및 ESG 성과를 통합적으로 보고하기 위한 목적으로 발간되었습니다.
네이버 이사회는 본 보고서의 발간을 2025년 6월 최종 승인하였습니다.

보고 기간

본 보고서의 보고 기간은 다음과 같습니다.

- 재무 성과는 2024년 12월 31일까지의 성과를 담고 있습니다.
- 사업 성과는 2024년 12월 31일까지의 활동을 담고 있습니다.
- 경영 성과는 2025년 3월 31일까지의 의사결정 사항을 담고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 이전 3개년 이상의 데이터를 제시하여 추이 파악이 가능하도록 하였습니다.
- 시의성 있는 정보 전달을 위해 2025년도 상반기 중의 주요 사업 성과 및 경영 성과 일부를 포함하고 있습니다.

보고 범위

본 보고서의 보고 범위는 다음과 같습니다.

- 재무 및 사업 성과에 관한 보고는 네이버가 운영하고 있는 본사 및 국내외 사업장 전체를 포함하고 있습니다.
- ESG·지속가능성 관련 성과는 네이버 주식회사 개별 기업을 기준으로 작성하였으며, 환경 성과는 네이버의 사옥인 1784와 그린팩토리, 데이터센터인 각 춘천·각 세종, 임직원 연수원 건물인 커넥트원, 파트너 상생의 공간으로 활용되는 네이버 스퀘어와 임차사업장을 포함하고 있습니다.
- 일부 성과의 경우 주요 계열회사의 성과를 포함하고 있으며, 그 경우 해당 계열회사를 명시하였습니다.

작성 기준

본 보고서의 작성 기준은 다음과 같습니다.

- ESG 정보는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 기준, TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosure) 권고안에 따라 작성하였습니다.
- 재무 성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결 기준으로 작성하였습니다.

보고서 검증

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

예측 정보에 관한 사항

본 보고서는 네이버 주식회사 및 자회사의 재정 상황, 경영 성과, 회사 경영진의 계획 및 목표와 관련된 예측 진술을 포함하고 있습니다. 본 보고서의 미래 예측 진술이 시의성 있고 합리적인 정보, 가정 및 믿음에 기반한다고 판단하며, 제3자에 의한 검증을 실시하였으나, 기업 경영을 둘러싼 정치적·경제적 그리고 상황적 불확실성으로 인해, 예측 진술을 통해 기재되거나 암시된 미래 실적과 회사의 실제 실적 간에는 차이가 있을 수 있습니다.

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_naveresgreport@navercorp.com

CONTENTS

INTRODUCTION

5 CEO Letter
6 Overview
7 Leadership
8 Key Milestones

새로운 도약, 변화하는 네이버 'Next, N'

개인화의 혁신 'On-Service AI'
11 탐색으로의 진화 '네이버 검색'
13 AI 기반 상호작용 강화 '네이버 광고'
15 최첨단 공간 지능 '네이버 플레이스'
17 초개인화된 AI '네이버 쇼핑'
19 무한한 가능성과 확장을 이루어 갈 네이버의 여정 'Next, N'

Business Report

Approach to Business
21 Business Highlights
22 Business Model

Business Portfolio
24 Value Creation in Business
41 Building Our Tomorrow

Sustainable Business Practices
46 서치플랫폼
47 커머스
48 핀테크
49 콘텐츠
50 엔터프라이즈

ESG Report

Approach to ESG
52 ESG Highlights
55 ESG Strategies
56 Goal & Progress

ESG Management
58 ESG 추진체계
59 이해관계자 소통
60 이중 중대성 평가

ESG Priorities
63 Topic 1. 개인정보보호
73 Topic 2. 인적 자본 관리
84 Topic 3. 정보보안
97 Topic 4. 온실가스 및 에너지관리

ESG Fundamentals
107 Technology
135 People
166 Planet
175 Principle

APPENDIX

Data Book
195 재무
200 환경
203 인적 자본

Index
205 GRI
207 SASB
208 United Nations

209 온실가스 검증의견서
215 제3자 검증의견서
217 수상 및 가입협회

CEO LETTER

**‘On-Service AI’ 전략을 전 서비스에 구현하며,
이용자 경험을 혁신하고 지속가능한
비즈니스 생태계를 구축해 가고 있습니다.**

존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?
네이버 대표이사 최수연입니다.

2024년 네이버는 글로벌 경기 둔화와 급변하는 경쟁 환경 속에서도 도전과 혁신을 이어가며, 성장을 위한 단단한 기반을 마련해 왔습니다. 대한민국 대표 IT기업으로서 고도화된 AI 기술을 기반으로 네이버 서비스의 비즈니스 혁신을 이끌어가는 ‘On-Service AI’ 전략을 구현해 차별화된 경쟁력을 확보하였습니다. 또한 코어 사업 성장을 위한 투자와 함께 내실 있는 경영 전략으로 급변하는 경기 상황 속에서도 지속가능한 성장을 위한 토대를 마련하였습니다.

네이버는 변화하는 이용자의 정보 탐색 형태에 맞춰 검색 경쟁력을 강화하고 생성형 AI 기술 도입으로 탐색의 경험을 극대화하고 있습니다. 국내 소비 침체에도 개인화 쇼핑 검색이 강화된 네이버플러스 스토어 출시와 일요·당일배송 서비스 확대로 편의성과 매출을 동시에 향상시켰습니다. 핀테크 부문에서는 오프라인 현장결제와 해외 QR결제 확대로 빠르게 성장 중인 한편, 콘텐츠 부문은 웹툰의 강력한 글로벌 창작 생태계를 바탕으로 미국 나스닥 시장에 성공적으로 상장하였습니다. B2B분야에서는 뉴로클라우드와 웍스, 디지털 트윈, 공간 지능 등 연구 개발 성과를 클라우드 상품으로 개발하며 성장을 이어가고 있습니다.

ESG 각 측면에서도 균형 있는 성과를 도출하며, 지속가능경영을 한층 강화해 나갔습니다. ‘2040 Carbon Negative’ 전략 아래, 구체적인 탄소 배출량 감축 로드맵을 수립하고 이를 적극적으로 이행하고 있습니다. 이용자 보호를 위한 다양한 노력을 통해 이용자보호업무 평가에서 부가통신업계 최초 ‘매우 우수’ 등급을 획득하였으며, AI 안전성 관리체계와 연구 성과를 공개해 책임 있는 AI 생태계를 선도하고 있습니다. 또한 팀네이버의 AI 기술과 역량을 기반으로 파트너와 창작자의 성장을 돕고, 사회문제 해결을 위해 6년간 1조 원 규모의 임팩트 펀드를 조성해 지원할 계획입니다.

네이버는 AI와 새로운 기술이 불러올 변화 속에서도 사용자를 중심에 두고 책임 있는 기술 혁신을 실현하고 있습니다. 이제 네이버는 한 걸음 더 나아가 이용자와 서비스, 콘텐츠와 기술을 연결해 더욱 포용적이고 가능성을 확장하는 ‘Next, N’을 만들어 나가겠습니다. 모두에게 더 나은 미래를 만들어갈 네이버의 여정에 여러분의 지속적인 관심과 응원 부탁드립니다.

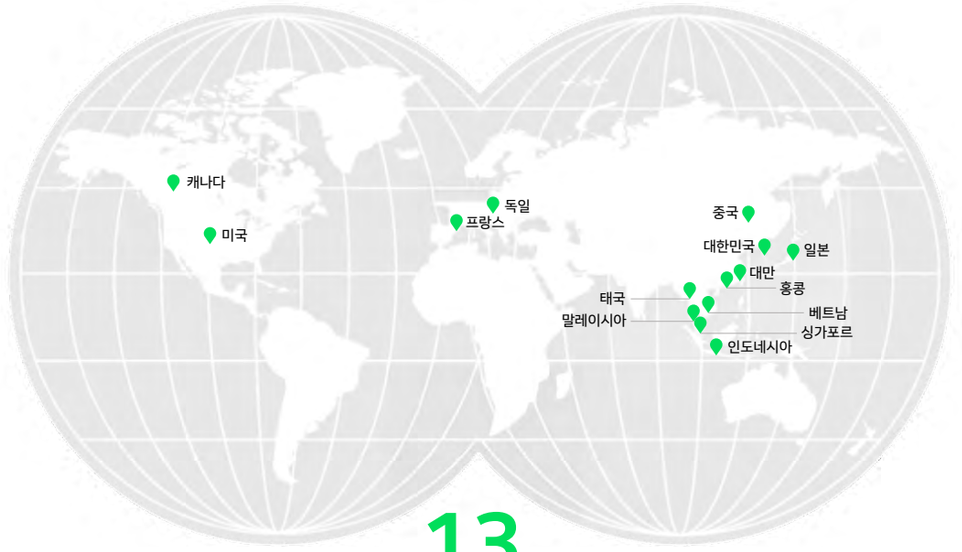
감사합니다.

최수연
네이버 주식회사 대표이사

OVERVIEW

네이버와 네이버의 종속회사들은 검색 서비스를 중심으로 광고, 커머스, 핀테크 등 사업 영역으로 저변을 확대하며 국내 1위 플랫폼으로 자리매김하였습니다. 최근에는 'On-Service AI' 전략을 모든 버티컬 서비스에 적용하며, 온·오프라인의 경계를 허물고 더욱 개인화된 이용자 경험을 제공하고 있습니다. 또한 국내 최대 IDC를 보유한 기업으로서 클라우드, IT 인프라, 기업용 솔루션을 비롯해, AI와 로보틱스 등 미래 핵심 기술 역량을 강화하며 기술 플랫폼의 진화를 선도하고 있습니다. 네이버는 이러한 혁신적인 서비스와 독창적인 콘텐츠를 글로벌 무대로 확장하여 세계 각국의 이용자와 다양한 파트너들이 함께 누리고 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

글로벌 네트워크



전 세계 **13** 개국 진출

(연결 종속회사 소재 국가 기준)

대외 ESG 평가

	2022	2023	2024
한국ESG기준원 (KCGS)	A	A+	A
MSCI (Morgan Stanley Capital International)	AAA	AA	AA
Sustainalytics *소속산업 기준	TOP 12%	TOP 12%	TOP 11%

기업 정보

2024년 12월 기준

사명	설립연도	대표이사	임직원 수
네이버 주식회사	1999년 6월	최수연	4,611명[1]

본사 위치

경기도 성남시 분당구 정자일로 95 네이버 1784

1) 집계기준(파견직 포함 등)의 차이로 사업보고서상 임직원 수(4,583명)와 차이가 있음

LEADERSHIP

경영진

CEO
최수연 _ 1981년생

서울대 공과대학 졸업, Harvard Law School, LL.M
2005 NHN(네이버) 홍보, 마케팅
2012 연세대 법학전문대학원 석사
2012 법무법인(유) 율촌 변호사
2019 네이버 글로벌 사업지원 책임리더
2022.3 네이버 대표이사(CEO) 선임

CFO
김희철 _ 1976년생

연세대 경영학과 졸업
2003 NHN(네이버) 재무기획실
2012 IT/게임업계 재무담당
2017 네이버 재무관리
2018 네이버 재무관리 리더
2019 CV Center 책임리더 (임원 선임)
2025.4 네이버 최고재무책임자(CFO) 선임

COO
김범준 _ 1975년생

KAIST 전산학 석사
2002 티맥스소프트 팀장
2006 엔씨소프트 센터장
2013 SK플래닛 상무
2015 우아한형제들 CTO
2020 우아한형제들 CEO
2024.1 네이버 최고운영책임자(COO) 선임

이사회

사내이사
이해진

네이버 이사회 의장

· 서울대 컴퓨터공학 학사
· 한국과학기술원(KAIST) 대학원 전산학 석사
· 삼성SDS㈜
· 네이버컴 대표이사
· NHN(네이버) 이사회 의장
· 네이버 Global Investment Officer
· (現) 네이버 Founder & 이사회 의장

대표이사
최수연

네이버 대표이사

· 연세대 법학전문대학원 석사
· Harvard Law School, LL.M.
· NHN(네이버) 홍보, 마케팅
· 법무법인(유) 율촌 변호사
· 네이버 글로벌 사업지원 책임리더
· (現) 네이버 CEO

기타비상무이사
변대규

사외이사후보추천위원회 위원장
리더십&보상위원회 위원
ESG위원회 위원

· 서울대 제어계측공학 박사
· 휴맥스 대표이사 사장
· SK텔레콤 사외이사
· 포스코 사외이사
· 한국공학한림원 부회장
· (現) 휴맥스홀딩스 대표이사
· (現) 휴맥스 이사회 의장

사외이사
김이배

감사위원회 위원장
리더십&보상위원회 위원
사외이사후보추천위원회 위원

· 서울대 경영대학 경영학과 경영학사
· 서울대 대학원 경영학과 경영학 석사
· 숭실대 대학원 회계학과 경영학 박사
· 금융위원회 회계제도심의위원회 위원
· 금융위원회 금융발전심의회 위원, 자본시장분과위원장
· 한국정부회계학회 회장
· 한국회계정책학회 회장
· (現) 국민연금 ESG경영위원회 위원
· (現) 한국지속가능성기준위원회 자문위원
· (現) 덕성여대 회계학전공 교수

사외이사
노혁준

리스크관리위원회 위원장
감사위원회 위원
ESG위원회 위원

· 서울대 대학원 법학과 법학박사
· Northwestern Univ. School of Law, LL.M.
· 서울지방법원 남부지방법원 판사
· 법무법인(유) 율촌 변호사
· 단국대 법과대학 조교수
· Harvard Law School 방문연구원
· (現) 서울대 법학전문대학원 교수

사외이사
변재상

ESG위원회 위원장
감사위원회 위원
리스크관리위원회 위원

· 서울대 법과대학 공법학과 학사
· 미래에셋증권 대표이사 전무
· 미래에셋증권 대표이사 사장
· 미래에셋생명 사장
· 미래에셋대우 사장
· 미래에셋생명 대표이사 사장
· (現) 미래에셋생명 고문

사외이사
이사무엘

리더십&보상위원회 위원장
리스크관리위원회 위원
사외이사후보추천위원회 위원

· Royal Holloway, University of London
· Stanford Graduate School of Business & NUS Business School
· Morgan Stanley Investment Management Co. Managing Director & Asia CIO
· Morgan Stanley Investment Management Co. CEO & Chairman of the Board
· Far East Orchard Ltd., Independent Director, Nominating Committee Chair, Remuneration Committee
· (現) Endowus Co Founder, Chairman

KEY MILESTONES

2008-2014

2008

11. 유가증권시장(KOSPI) 이전 상장

2010

05. NHN 문화재단(네이버 문화재단) 설립

2012

01. NHN 재팬, 네이버 재팬, 라이브도어 등 3개 법인 NHN 재팬으로 통합

2013

03. LINE 글로벌 사업 전담 라인플러스(LINE+) 설립
06. 데이터센터 각 춘천 설립
08. NHN 주식회사, '네이버 주식회사'로 사명 변경 및 게임사업 분리

2014

07. 네이버비즈니스 플랫폼 주식회사 광고/플랫폼 사업 부문, 네이버 주식회사로 합병

2015-2019

2015

04. 기업용 협업 서비스 전담 자회사 웍스모바일(Works Mobile) 설립

2016

07. LINE 뉴욕 및 도쿄 증시 동시 상장
08. 스노우 주식회사 설립

2017

01. 네이버랩스 주식회사 설립
05. 네이버웹툰 주식회사 설립
06. AI연구소 제록스리서치센터유럽(XRCE) 인수, 스타트업 인큐베이터 스테이션F에 스페이스 그린 오픈

2018

02. 캠프모바일 합병
04. 홍콩과학기술대학교 (HKUST)와 공동 AI연구소 설립

2019

11. 네이버파이낸셜 설립
12. LINE-Z홀딩스 경영통합 계약 체결

2020-2022

2020

06. 커넥트재단, '네이버 커넥트재단'으로 명칭 변경
10. NBP, '네이버클라우드'로 사명 변경

2021

03. LINE-Z홀딩스 경영통합 완료
05. 글로벌 1위 웹소설 플랫폼 왓패드(Wattpad) 인수, 국내 인터넷 기업 최초 지속가능 해외 채권 발행
10. 서치솔루션 합병

2022

03. 라인 디지털 프론티어, 일본 전자책 플랫폼 이북재팬 인수 완료
08. 국내 인터넷 기업 최초 RE100 가입
10. 국내 인터넷 기업 최초 EV100 가입

2023-2024

2023

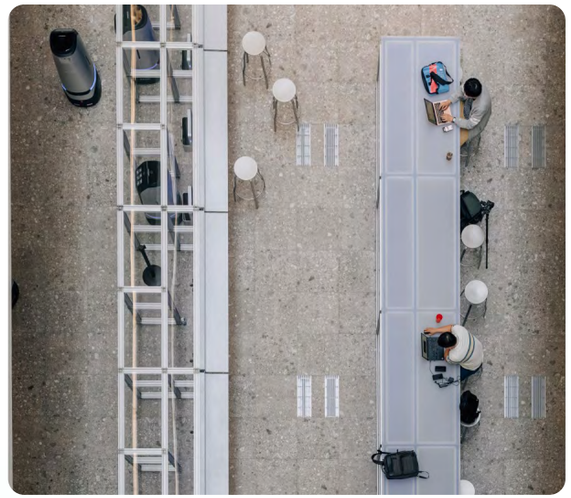
01. 북미 C2C 플랫폼 포쉬마크(Poshmark) 인수
06. 네이버클라우드-웍스모바일 합병 완료
08. 초대규모 AI 언어모델 HyperCLOVA X 발표
10. 글로벌 IT 기업 최초 사무라이본드 발행
11. 제2데이터센터 각 세종 오픈

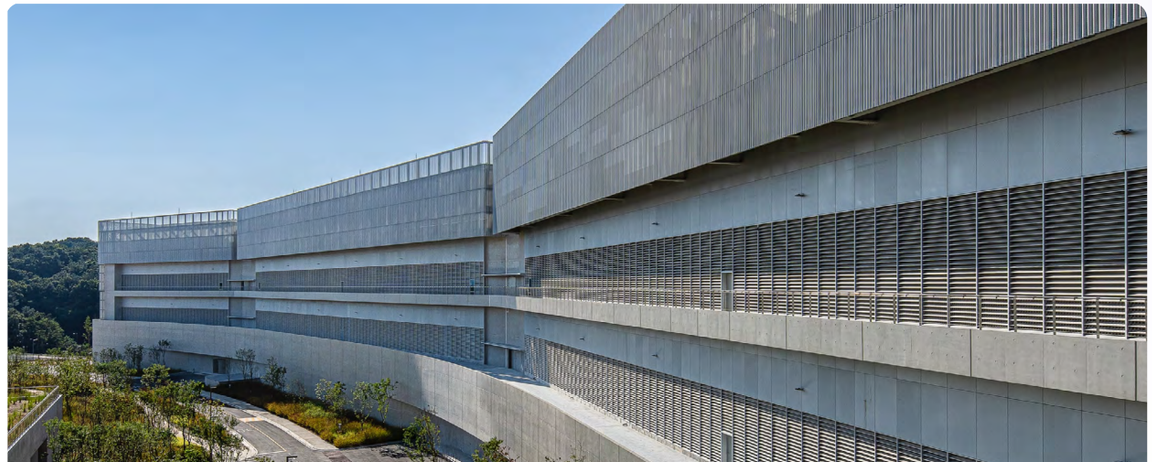
2024

06. WEBTOON ENTERTAINMENT 나스닥 상장
11. 네이버플러스 멤버십 – 넷플릭스 제휴

Next, N

새로운 변화, 도약하는 네이버



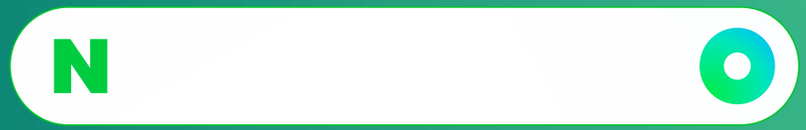


개인화의 혁신 'On-Service AI'

네이버는 2023년 국내 최초로 생성형 AI 모델 'HyperCLOVA X'를 선보이며, 이를 기반으로 이용자에게는 양질의 데이터 기반 검색 경험을, 창작자와 사업자에게는 생산성을 향상시킬 수 있는 맞춤형 도구를 제공할 계획을 발표하였습니다.
이어 2024년에는 'On-Service AI' 전략을 새롭게 제시해 검색, 광고, 쇼핑, 플레이스 등 모든 서비스에 AI 기술력을 적용하여 끊김없는 온·오프라인 경험 연결을 강화하기 시작하였습니다.

'On-Service AI' 전략 하에 기존 '검색'에 개인화된 피드와 콘텐츠 추천이 추가되어 새로운 정보 및 콘텐츠의 발견과 탐색 경험을 확장 제공하고, '광고'는 AI 광고 기술 플랫폼 'AdVoost'의 도입을 통해 광고주들에게 효율적인 광고 관리와 집행을 지원할 계획입니다. '쇼핑'은 플러스 스토어 출시에 이어 AI 기반의 친절한 구매 가이드 제공, 발견/탐색 및 개인 맞춤형 서비스를 제공하는 차별화된 커머스 앱으로 진화하고 있으며, '플레이스'는 네이버만의 첨단 공간 지능 기술을 활용하여 온·오프라인 경험을 연결하고, 네이버 지도는 더욱 생동감 있는 서비스로 재탄생하고 있습니다.

'On-Service AI'는 네이버 생태계의 모든 이용자에게 맞춤형 서비스를 제공해 혁신적인 일상의 편리함을 제공하고 있으며, 이러한 노력은 네이버의 새로운 도약을 이끌어가는 핵심 동력이 될 것입니다.

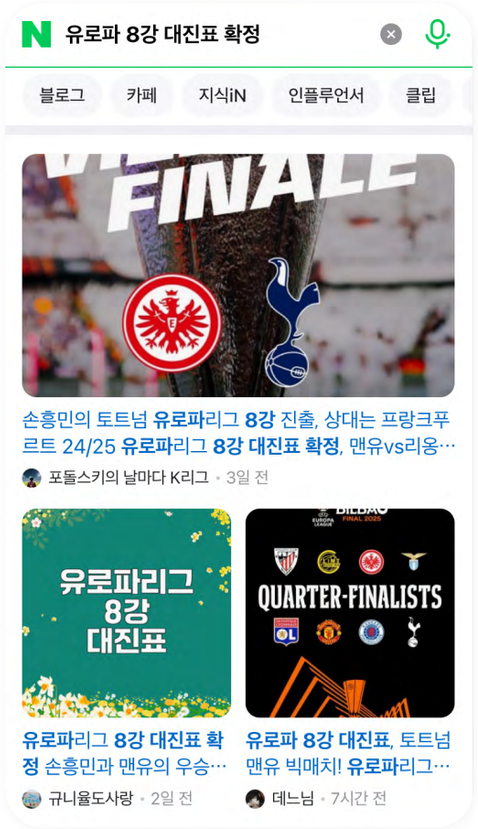


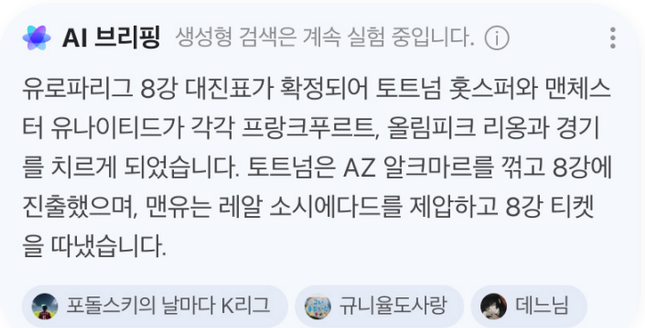
On-Search AI

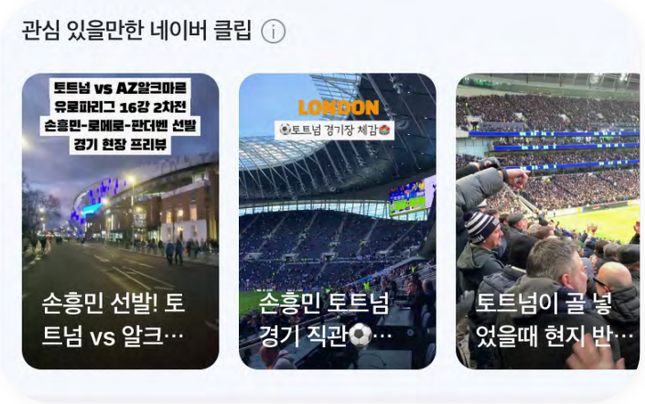
On-Search AI

탐색으로의 진화 '네이버 검색'

네이버는 자체 LLM(Large Language Model)과 기술력을 기반으로 빠르고 정확한 정보를 전달할 뿐 아니라, 개인화된 피드와 콘텐츠 추천을 통해 이용자들이 새로운 정보 및 콘텐츠 소비 경험을 이어갈 수 있도록 진화하고 있습니다. 다양한 맞춤형 콘텐츠가 이용자들에게 발견 또는 탐색될 수 있도록 피드 서비스를 확대 적용하고, 2023년 8월에는 네이버만의 독보적인 콘텐츠 기반의 숏폼 서비스 '클립'을 런칭하였습니다. 클립은 모바일 메인에서의 이용자 체류 시간을 늘리고, 1030 세대들이 꾸준히 콘텐츠를 생산하는 환경을 만드는 선순환 구조를 만들고 있습니다. 네이버는 이처럼 검색의 기능을 넘어 탐색으로 확장되는 과정에서 이용자들을 자연스럽게 쇼핑, 플레이스, 페이를 포함한 다양한 버티컬 서비스로 연결시키고, 다시 새로운 검색으로 이어주는 끊김없는 경험을 제공하고 있습니다.





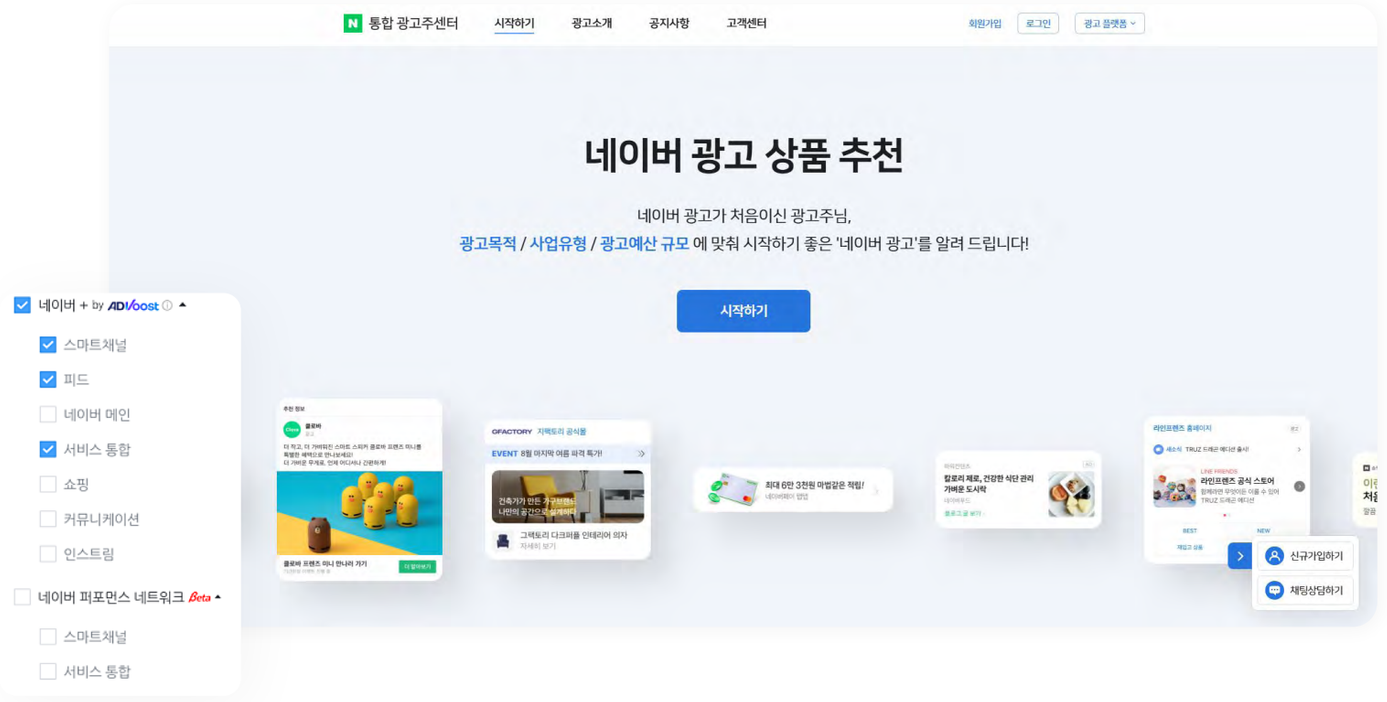


On-Advertising AI

On-Advertising AI

광고주와 이용자를 잘 이어주는 통합 플랫폼 '네이버 광고'

네이버 광고는 광고주와 이용자를 효과적으로 연결하는 통합 플랫폼으로서 광고주들의 다양한 니즈에 맞춰 상품 라인업을 확대하고, 타게팅을 통해 광고 효율성을 높일 수 있도록 상품 개선을 이어가고 있습니다. 2024년 10월에는 광고주 사이트 내 콘텐츠와 연관성이 높은 검색어를 자동으로 생성하여 광고를 노출시키는 '확장 검색'을 출시하여 긍정적인 피드백을 얻고 있습니다.
그중 광고 효과가 높은 피드형 광고는 특히 광고주들로부터 좋은 반응을 얻으며 빠르게 성장하고 있습니다. 네이버 광고는 지속적으로 지면 확대, 상품 개선과 타게팅 강화 등을 통해 광고주들에게는 최적화된 솔루션을 제공하고, 이용자에게는 정보 가치가 높은 광고 경험을 제공해 나가고자 합니다.

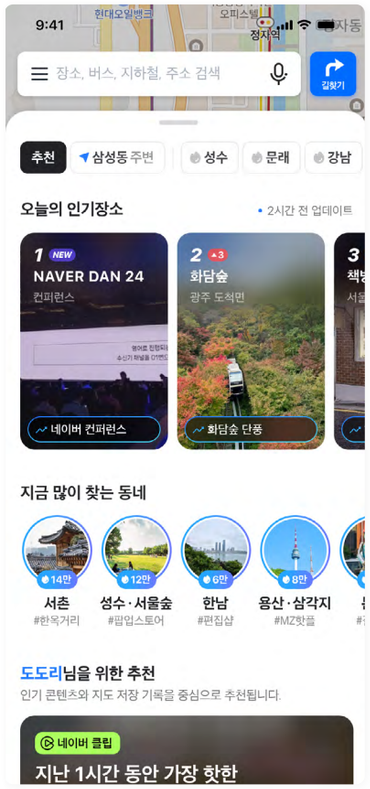


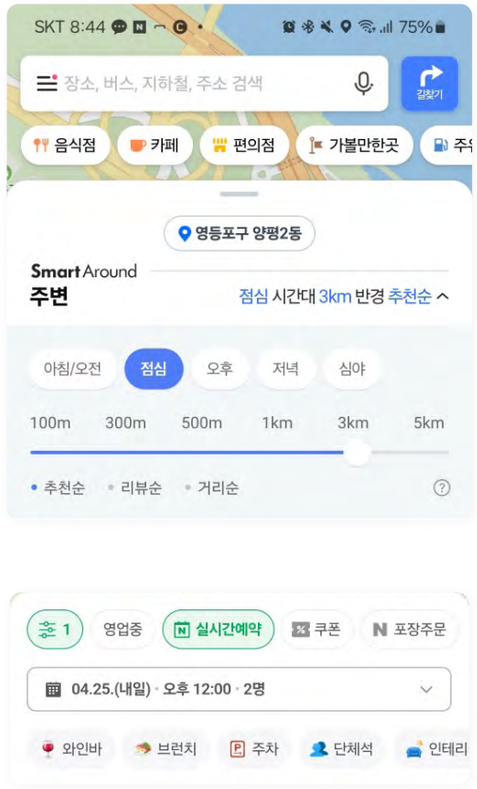
On-Place AI

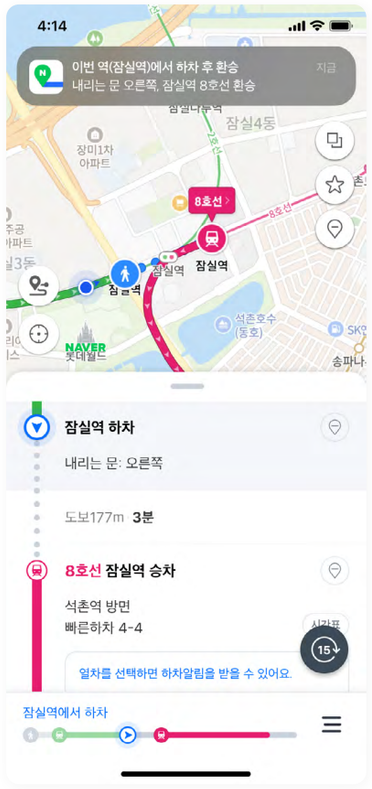
On-Place AI

최첨단 공간 지능 기술이 집약된 '네이버 플레이스'

네이버 플레이스는 공간 지능 기술을 통해 이용자에게 획기적인 경험을 제공하는 국내 최대 로컬 플랫폼입니다. 첨단 공간 지능 기술을 활용해 온·오프라인 경험을 통합할 수 있는 플랫폼을 구축함으로써, 이용자에게는 더욱 몰입감 있는 경험을 제공하고, 다양한 공간에서의 연결성과 활용도를 높여갈 계획입니다.





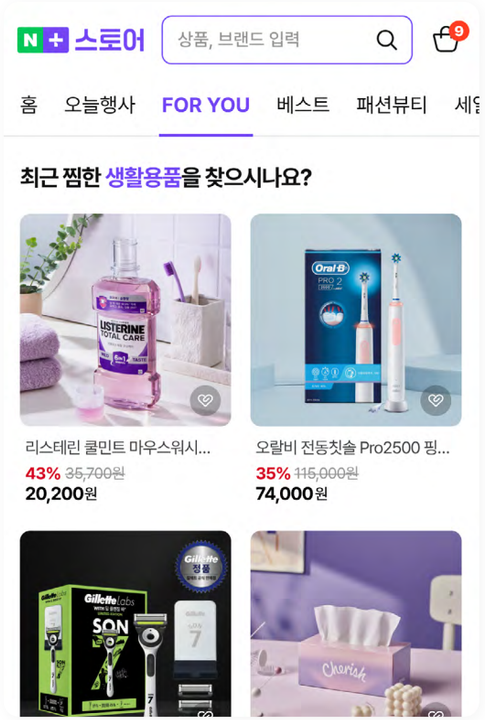


On-Commerce AI

On-Commerce AI

재도약을 위한 새로운 도전 '네이버 쇼핑'

네이버플러스 스토어는 2025년 3월 앱 출시와 함께 탐색과 발견 중심의 쇼핑 가치를 확대하고, 이용자에게 초개인화된 쇼핑 경험을 제공하는 새로운 플랫폼으로 변모해가고 있습니다. AI 기술 기반 이용자의 취향과 구매 이력을 분석하여 맞춤 상품을 추천하고, 다양한 멤버십 혜택을 제공하여 이용자의 만족도를 높이는 동시에, 판매자와 비즈니스 파트너의 성장으로 확대 지원해 나갈 것입니다.



무한한 가능성과 확장을 이루어 갈 네이버의 여정 ‘Next, N’

네이버는 검색, 광고, 플레이스, 쇼핑 등 모든 버티컬 서비스에서 경쟁력을 갖춘 IT기업입니다. 일상을 혁신하고 비즈니스 성과를 극대화하며 지금껏 경험하지 못한 초개인화 서비스를 제공하는 On-Service AI 전략은 다양한 서비스와 기술이 유기적으로 연결되고 이용자와 사회에 긍정적인 가치를 제공하는 ‘NAVER AI Ecosystem’을 만들어 갈 것입니다. 이제 네이버에서 탐색의 주도권은 이용자에게 있습니다. 수많은 개인의 취향 및 관심 콘텐츠 정보를 바탕으로 이용자와 이용자, 서비스와 서비스, 콘텐츠와 기술을 연결하여 시너지를 창출하고 발견의 무한한 가능성과 확장을 이루어 낼 네이버의 새로운 여정, ‘Next, N’을 시작합니다.

Business Report

BUSINESS HIGHLIGHTS

네이버는 2024년 검색과 커머스를 중심으로 다양한 사업 부문에서 견조한 성장을 이뤄, 영업수익은 전년 대비 11.0% 성장한 10조 7,377억 원, 영업이익은 전년 대비 32.9% 증가한 1조 9,793억 원을 달성하였습니다.
서치플랫폼 부문에서는 이용자들의 체류 시간이 증가하고 신규 광고 지면이 확대되었으며, 커머스에서는 네이버플러스 스토어를 출시하고 멤버십 제휴를 확대하는 등 경쟁력 차별화를 통해 거래액 증가와 매출 상승을 견인하였습니다.
핀테크 부문에서는 외부 결제액 비중이 50% 이상을 달성하며 외부 생태계가 지속 확장되었습니다.
콘텐츠 부문에서 웹툰은 2024년 나스닥 상장에 성공하며 지속가능한 성장 가능성을 입증해 나가고 있습니다.
엔터프라이즈 부문에서도 뉴로클라우드와 웍스, 디지털 트윈, 공간 지능 등 다양한 영역에서 국내 최고의 AI 연구진들의 연구 개발 성과를 기반으로 클라우드에서 상품화하며 성장을 이어가고 있습니다. 이러한 성과를 기반으로 네이버는 2025년을 'On-Service AI' 전략의 원년으로 삼아, 모든 서비스에 AI 기술을 본격적으로 접목하여 이용자 경험을 혁신하고 글로벌 시장에서의 경쟁력을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

주요 재무 성과

* 연결재무제표 기준

요약 포괄 손익계산서 (단위: 십억 원)	2022	2023	2024
영업수익	8,220.1	9,670.6	10,737.7
영업비용	6,915.4	8,181.8	8,758.5
영업이익	1,304.7	1,488.8	1,979.3
당기순이익	673.2	985.0	1,932.0

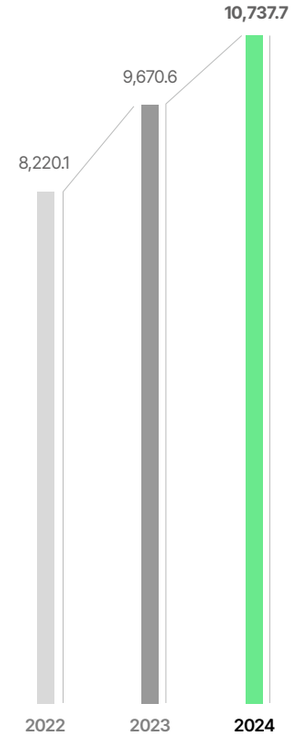
요약 재무상태표 (단위: 십억 원)			
자산총계	33,899.0	35,737.8	38,167.9
부채총계	10,448.7	11,499.8	11,167.0
자본총계	23,450.3	24,238.0	27,000.9

수익성 지표 (단위: %)			
영업이익률	15.9	15.4	18.4
당기순이익률	8.2	10.2	18.0

영업수익

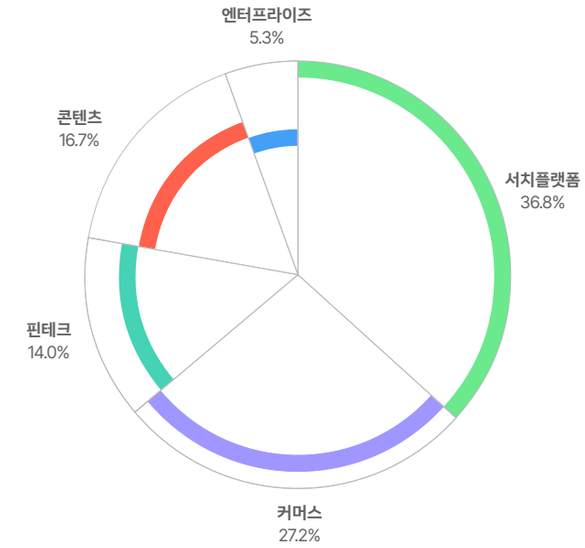
(단위: 십억 원)

11.0% ↑
전년 대비



사업부문별 영업수익 비중

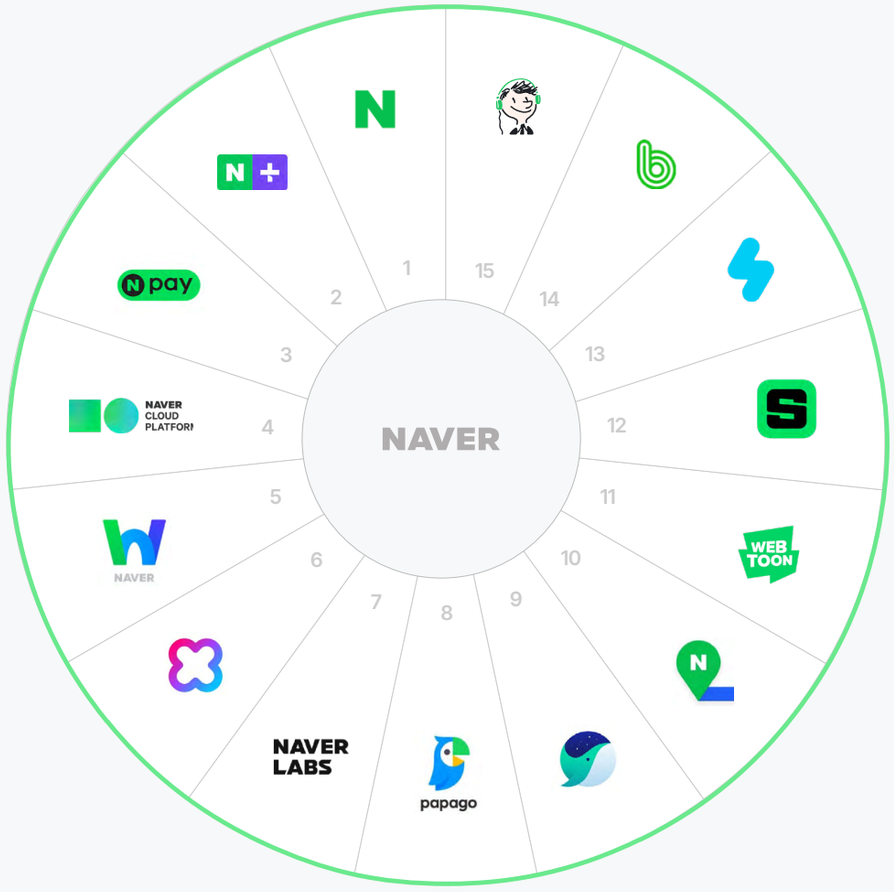
* 2024년 기준



주식정보

주식 동향 (단위: 원)	2022	2023	2024
최고가	376,000	234,500	231,500
최저가	158,500	178,300	155,000
연말 종가	177,500	224,000	198,900
KOSPI지수 (연말 기준)	2,236.40	2,655.28	2,399.49

BUSINESS MODEL



네이버 [1]

국내 최대 검색 포털 서비스

매일 4천만 명이 넘는 다양한 이용자의 생각과
관심사를 연결하는 국내 최대 검색 플랫폼

네이버쇼핑 [2]

온·오프라인과 SME·브랜드를 아우르는 종합 쇼핑 서비스

AI 기술을 활용한 상품 DB 관리와 검색 고도화를 바탕으로
네이버 생태계 내 간편하고 효율적인 쇼핑 경험을 선사하며,
이용자와 판매자의 만족도를 높여 나가는 서비스

네이버페이 [3]

**간편한 이용자 구매경험과 사업자 매출 증대를
지원하는 핀테크 서비스**

회원가입 없이 네이버 ID 하나로 다양한 가맹점에서
편리하게 쇼핑, 결제, 배송관리를 비롯해, 디지털 콘텐츠까지
손쉬운 결제 경험을 제공하는 혁신적인 금융 서비스

네이버클라우드 [4]

글로벌 클라우드 플랫폼

IaaS와 PaaS, SaaS 등 모든 영역을 아우르는
국내 대표 퍼블릭 클라우드

네이버웍스 [5]

업무용으로 만날 수 있는 네이버만의 다채로운 서비스

모바일 환경에서 메신저를 중심으로 메일, 캘린더, 드라이브,
주소록, 파일 공유, 음성통화·화상회의 등을 통합적으로
제공하는 협업 플랫폼 서비스

클로바 [6]

미래를 위한 새로운 플랫폼

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

네이버랩스 [7]

네이버의 신기술을 책임지는 네이버랩스

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

파파고 [8]

든든한 번역 파트너

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

WHALE [9]

신개념 브라우저

옴니태스킹, 퀵서치, 스페이스 등 차별화된 편리 기능을
갖춘 네이버의 '누구나 쉽게 쓰는 브라우저'

네이버 지도 [10]

**이용자의 여정을 끊임없이 연결하고, 지역 사업자의
비즈니스 기회를 발견하는 생활 밀착형 올인원 플랫폼**

대중교통, 자동차, 자전거, 도보 경로는 물론 내비게이션
기능까지 더해져 원하는 목적지를 한 번에 연결해 주는
지도 서비스

네이버웹툰 [11]

매일 색다른 즐거움

충성도 높은 팬층과 강력한 IP를 바탕으로 출판, 영화,
드라마, 게임 등 국내외 다양한 콘텐츠 산업으로 확장하며
지속적으로 성장 중인 스토리테크 플랫폼

시리즈 [12]

콘텐츠 비즈니스 플랫폼

다양한 취향을 만족시키는 장르 소설과 만화 콘텐츠를
갖춘 프리미엄 콘텐츠 플랫폼

스노우 [13]

일상이 특별해지는 카메라 기반의 AR 플랫폼

10대 이용자의 트렌드를 선도하는 카메라 기반의
AR 플랫폼

밴드 [14]

모바일 커뮤니티 플랫폼

가족, 커플, 친구, 학교, 동호회, 업무, 스터디 등
이용자의 다양한 이용 방식에 따라 여러 형태의
그룹활동을 지원하는 모바일 커뮤니티

오디오클립 [15]

오디오 콘텐츠 플랫폼

강연, 어학, 육아, 웹소설, 오디오 드라마, 오디오북,
ASMR, 창작자의 라이브 등 다양한 콘텐츠를
음성으로 즐길 수 있는 콘텐츠 플랫폼

Business Portfolio

Value Creation in Business

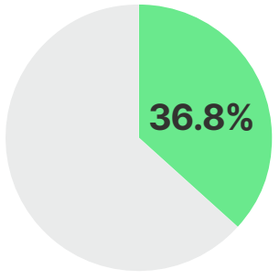
Building Our Tomorrow

Value Creation in Business

SEARCH PLATFORM

Sustainable Business Practice

서치플랫폼 매출 비중



네이버 일평균 방문자

4천 8백만 명

클릭 크리에이터 콘텐츠 생산량

(2024년 기준, 누적)

400 만 개 +

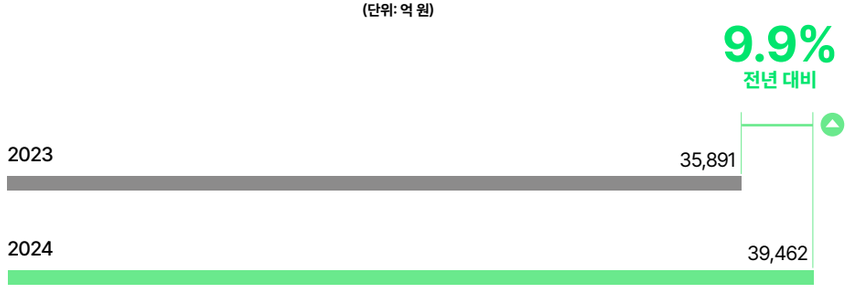
월평균 일간 클릭 재생 수

(2024년 12월 기준)

1억 2천만 회

서치플랫폼 부문 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)



분기별 매출

(단위: 억 원)

39,462

* 2024년 기준

네이버는 국내 대표 포털로서, 이용자에게 원활한 정보 검색은 물론, 새로운 콘텐츠를 발견하는 경험까지 제공하고 있습니다. 검색 기술을 고도화하고, 신뢰도 높은 데이터를 확보하여 검색 품질을 향상시키는 한편, 이용자가 블로그·카페 내 글과 숏폼 플랫폼 '클립'의 동영상까지 앱 내 다양한 피드 지면에서 확인할 수 있도록 지원하고 있습니다. 해당 콘텐츠는 이용자 개개인에게 맞춤형으로 노출되어 이용자들의 개인화된 콘텐츠 탐색 수요에 효과적으로 대응하고 있습니다.

네이버 서치플랫폼은 광고주들에게도 최고의 가치를 제공합니다. 타게팅 피드 광고 도입으로 광고주들은 원하는 이용자들을 대상으로 더 높은 효율을 내며 광고를 집행할 수 있게 되었고, 외부 매체 확장으로 네이버 광고의 외연을 한층 넓혔습니다. 나아가 네이버 광고 플랫폼은 AI 기술을 적극 도입하여 광고 집행 과정을 자동화하고, 광고주 예산을 최적화할 수 있는 광고 기술 플랫폼 'ADVoost'를 일부 도입하여 더욱 매력적인 광고 플랫폼으로 거듭나고 있습니다.

네이버 메인

홈피드

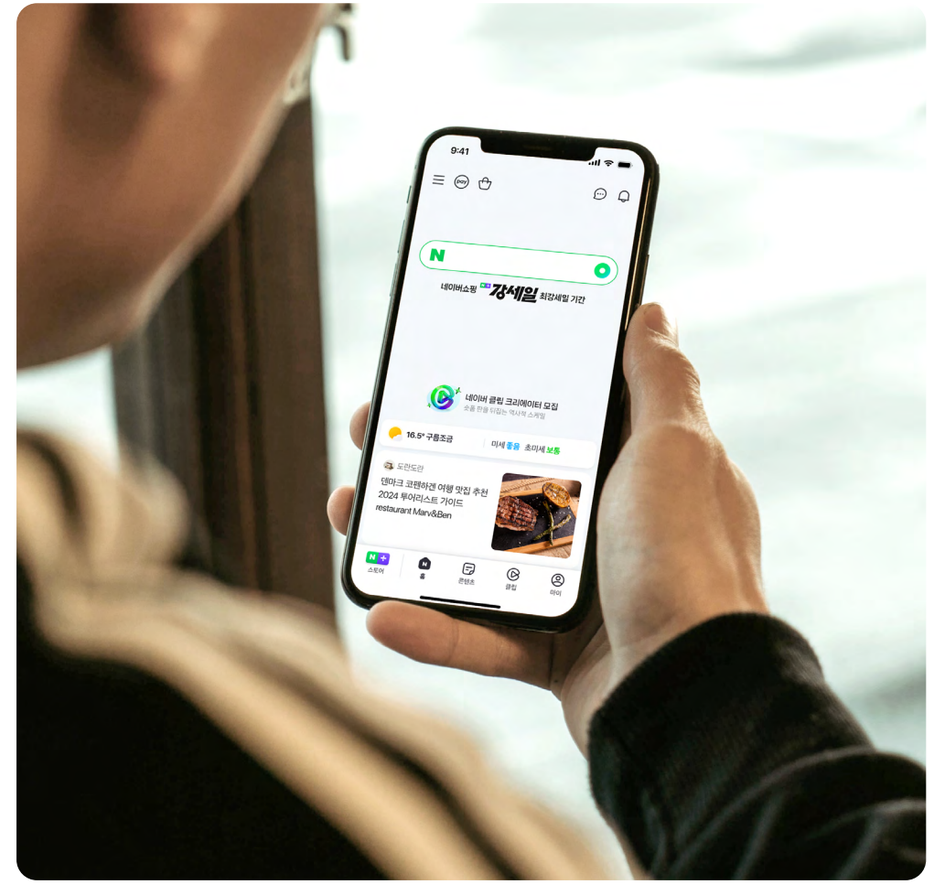
홈피드는 네이버 메인 페이지 하단에 위치해 이용자에게 맞춤형 콘텐츠를 추천하는 피드입니다. 노출되는 콘텐츠는 사용자의 활동과 관심사에 따라 매번 새롭게 구성되며, 이는 블로그, 포스트, 네이버 TV, 클립, 인플루언서, 프리미엄 콘텐츠 등 네이버의 다양한 UGC(User-Generated Content)에서 선별됩니다. 이를 통해 이용자는 끊임없이 새로운 관심사를 발견할 수 있습니다.

콘텐츠

콘텐츠 섹션에서는 최신 뉴스를 비롯해 스포츠·연예, 경제 등 다양한 주제의 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 그중 스포츠·연예 분야는 피드 형식으로 구성되어 이용자가 개인의 취향과 관심에 맞는 콘텐츠를 더욱 손쉽게 발견할 수 있습니다.

클립

네이버의 숏폼 서비스 클립은 개인화된 맞춤형 동영상을 제공하고 있습니다. 3기 클립 크리에이터를 모집해 13만 개 이상의 콘텐츠를 추가 확보하였으며, 누적 콘텐츠 수는 2024년 기준 400만 개를 넘어섰습니다. 이를 통해 2024년 12월 기준 월평균 일간 클립 재생 수는 1억 2천만 회를 돌파하였습니다. 또한 네이버의 타 서비스와 연계되는 스티커 기능이 더해져 이용자가 콘텐츠를 시청한 후 자연스럽게 플레이스나 커머스로 이동하여 네이버페이로 예약 및 주문까지 완료할 수 있는 선순환 구조를 형성하였습니다.



이용자의 관심사와 취향에 맞게 맞춤형 결과를 제공하는 네이버 검색은 뉴스, 지도, 카페, 블로그, 이미지, 동영상, 사전 등을 포괄하는 다층적 검색 결과를 제공합니다.

네이버 검색 기술

검색 기술 고도화

네이버의 생성형 AI RRA(Re-Ranking Ability)는 이용자의 검색 의도와 맥락을 정확하게 분석하여 적합한 순서에 따라 문서의 랭킹을 재조정(Re-ranking)하는 기술입니다. 해당 기술을 통해 블로그, 카페, 영상 등 다양한 출처의 콘텐츠를 적합도에 따라 정렬하기 때문에, 이용자는 검색 결과 페이지 내 흩어진 정보를 높은 적합도에 따라 빠르게 확인할 수 있습니다. 특히 길고 복잡한 검색어의 경우 단어 간 맥락을 정확히 파악하여 더욱 정교한 검색 랭킹 결과를 제공하고 있습니다. 네이버는 검색 기술의 지속적인 고도화를 위해 '정답형 검색의 대응 범위'를 확장하고, 웹과 멀티미디어 검색의 품질 향상(이미지 색인 품질 개선 및 영상 검색 강화)에도 집중하고 있습니다.

데이터 관리 강화

네이버는 데이터베이스 색인 문서 수를 50% 확대하며 신뢰도를 높이고 있습니다. 2024년 3분기에는 공공기관 등 공신력 있는 데이터를 추가 색인하여 검색 품질을 더욱 개선하였으며, 이를 통해 이용자는 보다 신뢰할 수 있는 검색 결과를 제공받을 수 있습니다. 뿐만 아니라, 네이버 전반의 서비스와 이용자 행동 데이터를 일원화하기 위해 표준 식별자 유통체계 및 통합 분석 환경을 구축하였습니다. 이를 통해 일관성 있는 데이터 환경을 조성하고, 네이버 서비스 전반에서 데이터가 효율적으로 활용될 수 있도록 지원할 계획입니다.

검색엔진의 혁신

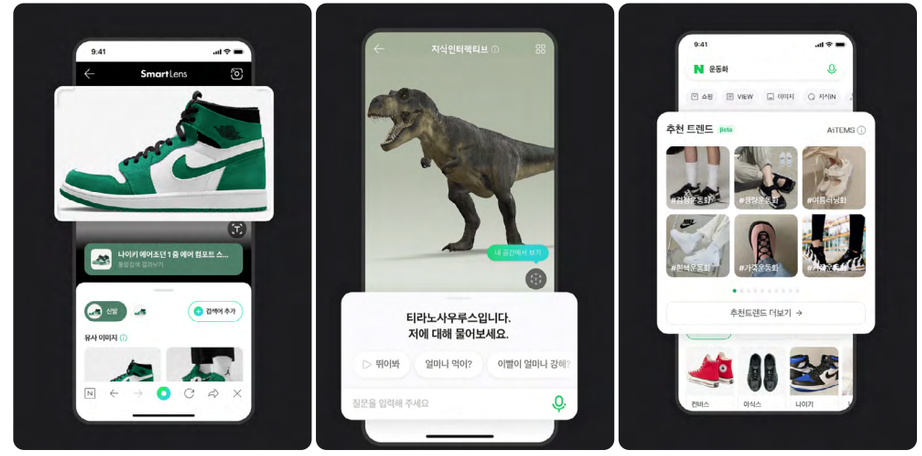
기존 검색엔진이 높은 적합도와 신뢰도를 갖춘 정답 제공에 초점을 맞췄다면, 이제는 단순한 답변을 넘어 연관 콘텐츠까지 탐색할 수 있는 확장된 검색 경험이 중요해지고 있습니다. 이에 따라, 네이버는 검색 결과로부터 자연스럽게 새로운 주제, 트렌드, 개인 취향 기반의 탐색으로 이어질 수 있는 기능을 강화하고 있습니다. 나아가 추천 기술을 고도화하여 UGC, 쇼핑블록, 이미지, 로컬 등 다양한 콘텐츠를 비롯해, 네이버의 다른 서비스와의 연계로 확장 지원하는 검색과 탐색의 선순환 구조를 구축하였습니다.

서치피드는 이용자가 특정 키워드를 검색하면 해당 키워드와 연관된 다양한 주제의 콘텐츠를 제공하여 탐색으로 확장할 수 있도록 지원하는 기능입니다. 네이버 내 여러 피드 영역에서 좋은 반응을 얻고 있는 최신 인기 콘텐츠와 트렌드 정보를 제공해 이용자 경험을 향상시키고 있습니다. 특히 통합검색 결과에서는 정보량을 최적화하여 검색 품질과 만족도를 유지하면서도, 원하는 정보를 충분히 얻은 이용자가 서치피드로 자연스럽게 유입되는 비율이 증가하고 있습니다.

숏텐츠는 특정 키워드와 관련된 콘텐츠를 한눈에 확인할 수 있도록 제공하는 검색 서비스입니다. LLM 분석을 활용하여 인기 콘텐츠를 자동 추출하고 요약하는 기능을 갖추고 있으며, 이를 통해 연예, 스포츠, 인테리어 등 다양한 주제의 최신 콘텐츠를 효과적으로 탐색할 수 있습니다.

또한 개인화된 카테고리 추천 기능을 통해 이용자는 관심사에 따라 최적화된 콘텐츠를 제공받을 수 있습니다. 현재 기존의 스포츠·연예 카테고리에서 플레이스, 패션, 뷰티 등 세부 영역까지 확장되어 보다 정교한 탐색이 가능해졌습니다. 네이버는 이러한 콘텐츠를 핵심적으로 요약하고 이미지 등과 결합해 가시성을 높이는 방식으로 이용자가 화제성과 대중성 기반의 최신 트렌드를 신속하게 파악할 수 있도록 지원하고 있습니다.

이는 단순한 정답형 탐색이 아닌, 원하는 주제와 관심사를 탐색할 수 있는 '발견형'으로서 기존 검색어와 관련된 다양한 숏텐츠를 제공해 연속적인 검색 경험을 강화하는 선순환 구조를 형성하고 있습니다.



네이버 광고

검색 확장과 디스플레이 타게팅 기술 고도화

네이버는 검색광고와 디스플레이 광고 등을 통해 광고주의 다양한 니즈를 충족시키고 있습니다. 특히 네이버페이, 지도, 커머스 등 네이버의 다양한 버티컬 서비스와 연계하여, 이용자와 광고주를 효과적으로 연결하는 강력한 광고 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다.

피드 광고 타게팅 최적화

네이버는 홈피드, 스포츠·연예 등 다양한 서비스 피드 전환에 맞춰 피드 지면에 적합한 광고를 지속적으로 확대하고 있습니다. 특히 정교한 타게팅 기술을 적용한 맞춤형 광고를 선보이며, 기존 배너 광고 대비 4배 높은 CTR을 기록하는 등 우수한 광고 성과를 기록하였습니다.

AI 기반 광고 집행 자동화·예산 최적화 기술 플랫폼 'ADVoost' 및 광고 지면 확장

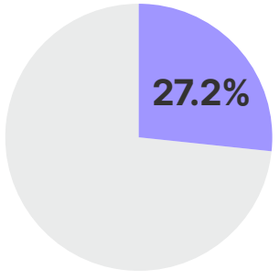
네이버는 광고주가 더욱 쉽고 효율적으로 광고를 운영할 수 있도록, 광고 집행의 모든 과정을 자동화해 광고주의 예산 활용을 최적화하는 기술 플랫폼 'ADVoost'를 도입하고 있습니다. 이에 더해 네이버 자체 플랫폼뿐만 아니라 외부 플랫폼에서도 네이버 광고가 노출될 수 있도록 외부 매체 확장을 통해 광고의 외연을 넓히고 있습니다.

Value Creation in Business

COMMERCE

Sustainable Business Practice

커머스 매출 비중



네이버쇼핑 주간 방문자
(2024년 10월 기준)

2천 2백만 명

커머스 거래액

50.3 조원

스마트 스토어 수

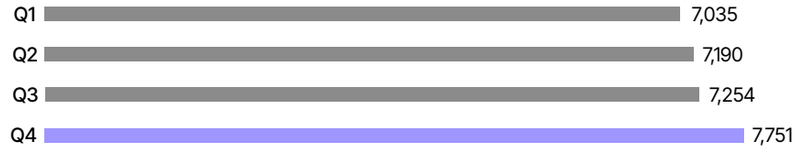
70만 개+

커머스 부문 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)

분기별 매출

(단위: 억 원)



29,230

* 2024년 기준

네이버는 2001년 '네이버 쇼핑' 서비스를 시작으로 이커머스 시장에 진출하였으며, 2012년에는 '지식쇼핑'(현 네이버쇼핑)의 모바일 웹 출시를 통해 이커머스의 모바일 전환을 성공적으로 이끌었습니다. 이후 스마트스토어를 통해 다양한 판매자, 특히 SME들이 손쉽게 온라인 쇼핑몰을 운영할 수 있도록 지원하며 동반성장을 기반으로 빠르게 성장해 왔습니다.

최근 커머스 시장은 상품 카테고리의 확장뿐 아니라 판매, 광고, 결제, CRM, 물류 등 긴밀히 연결된 복합적인 산업으로 변화하고 있습니다. 이러한 흐름에 발맞춰 네이버는 스마트스토어를 필두로 브랜드스토어, 쇼핑라이브, C2C 플랫폼(KREAM, SODA, Poshmark) 등 새로운 버티컬 커머스 서비스를 강화하고 있습니다. 또한 여행(항공, 호텔, 투어) 및 네이버플레이스 내 예약·주문 서비스까지 확대하며 사업 영역을 지속적으로 확장하고 있습니다.

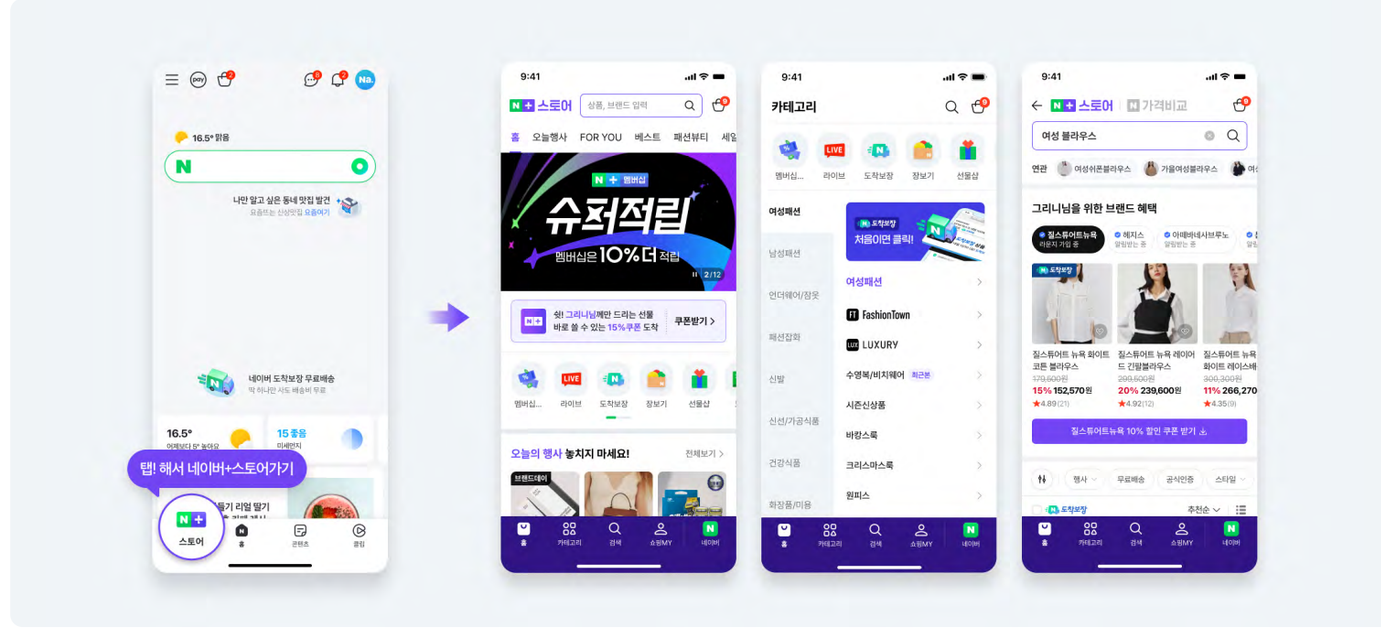
네이버는 CJ 대한통운 및 물류 스타트업과 협력하여 'NFA(온라인 풀필먼트 데이터 플랫폼)'와 'N배송' 서비스를 도입하여 배송 시스템을 혁신적으로 개선하고 있습니다. 멤버십 혜택 또한 네이버 생태계 내외부 혜택을 고르게 강화하여 네이버 쇼핑뿐 아니라 전반적인 네이버 생태계의 경쟁력을 높이는 데 주력하고 있습니다.

2024년 10월, 네이버는 네이버플러스 스토어를 출시하여 탐색 및 발견 중심의 쇼핑 가치를 강화하고, 스마트스토어 기반의 개인화 검색 기능 및 사용자 혜택을 확대하였습니다. 이후 네이버플러스 스토어는 사용자들에게 스마트스토어 전용 공간으로서 퀄리티 높은 상품을 쉽게 발견할 수 있는 공간으로 자리 잡고 있으며, 로열티 높은 고객층의 이용률이 증가하면서 개편 의도에 맞는 사용자 패턴의 변화가 나타나고 있습니다. 이는 또한 앞으로 전반적인 네이버 생태계에 긍정적으로 작용할 것이라 기대되고 있습니다.

이 같은 노력으로 2024년 네이버 커머스 거래액은 약 50조 원을 돌파, 제휴몰을 제외한 On-platform 거래액은 전년 대비 9.4% 증가하며 국내 온라인 쇼핑 플랫폼으로서의 입지를 더욱 확고히 다졌습니다.

N+ 스토어

네이버플러스 스토어는 브랜드스토어와 스마트스토어에 기반하여 개별 사용자 니즈에 맞는 상품 추천과 개인화된 혜택 경험을 직관적이고 사용자 친화적인 서비스로 제공합니다.



네이버쇼핑

AI 개인화 추천 기능으로 쇼핑의 경험을 혁신

네이버 쇼핑은 약 70만 개 이상의 스토어와 방대한 상품 데이터를 바탕으로 검색, 추천, 가격비교, 결제 등 쇼핑에 필수적인 서비스를 제공하며 국내 이커머스 시장을 선도하고 있습니다. 스마트스토어를 통해 SME들이 손쉽고 효율적으로 온라인 비즈니스를 운영할 수 있도록 지원하는 한편, 브랜드와 소비자를 연결하는 브랜드스토어를 출시하여 강력한 커머스 플랫폼으로 자리 잡았습니다.

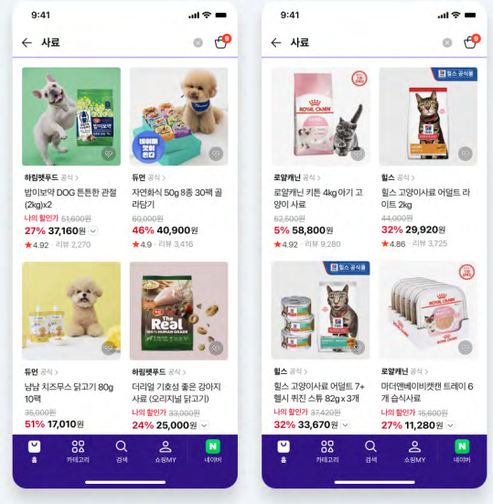
최근 네이버는 쇼핑 이용자 경험을 더욱 혁신하기 위해, 탐색과 발견 중심의 쇼핑 경험을 한층 강화하고 AI 기반의 개인화 추천 기능 고도화에 집중하고 있습니다. 대표적으로 이용자가 취향에 맞는 상품을 더욱 쉽게 발견할 수 있도록 네이버플러스 스토어를 출시하여, 최적의 쇼핑 환경을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

초개인화 쇼핑 플랫폼 '네이버플러스 스토어'

2024년 10월, 네이버 쇼핑은 상품의 탐색과 발견, 그리고 초개인화 경험을 한층 강화한 '네이버플러스 스토어'를 출시한 데 이어, 2025년 3월에는 전용 앱을 추가로 선보이며 커머스 플랫폼의 혁신을 이어가고 있습니다.

네이버플러스 스토어는 한 단계 더 발전된 AI 기술을 기반으로 사용자에게 의도를 동반한 쇼핑 검색뿐 아니라, 선호하는 상품을 쉽게 발견하고, AI 구매 가이드 등을 통해 맞춤형 추천을 제공하는 직관적이고 사용자 친화적인 플랫폼으로 진화하고 있습니다.

또한 판매자에게는 네이버만의 데이터와 솔루션을 활용한 브랜드 분석, 마케팅, 고객 관리, 가격 관리 등 편의성을 제공하여 신규, 단골 및 잠재 고객들을 확보하고 쉽게 다가갈 수 있는 관계형 커머스 플랫폼으로 확장해 나가고 있습니다. 이처럼 거듭된 발전으로 2024년 네이버 쇼핑 커머스 매출은 역대 최고치인 2.9조 원을 달성하였으며, 지속적으로 사용자와 판매자 모두가 만족할 수 있는 새로운 커머스 패러다임을 제시해 나갈 계획입니다.



강아지를 키우는 유저 고양이를 키우는 유저

네이버플러스 멤버십

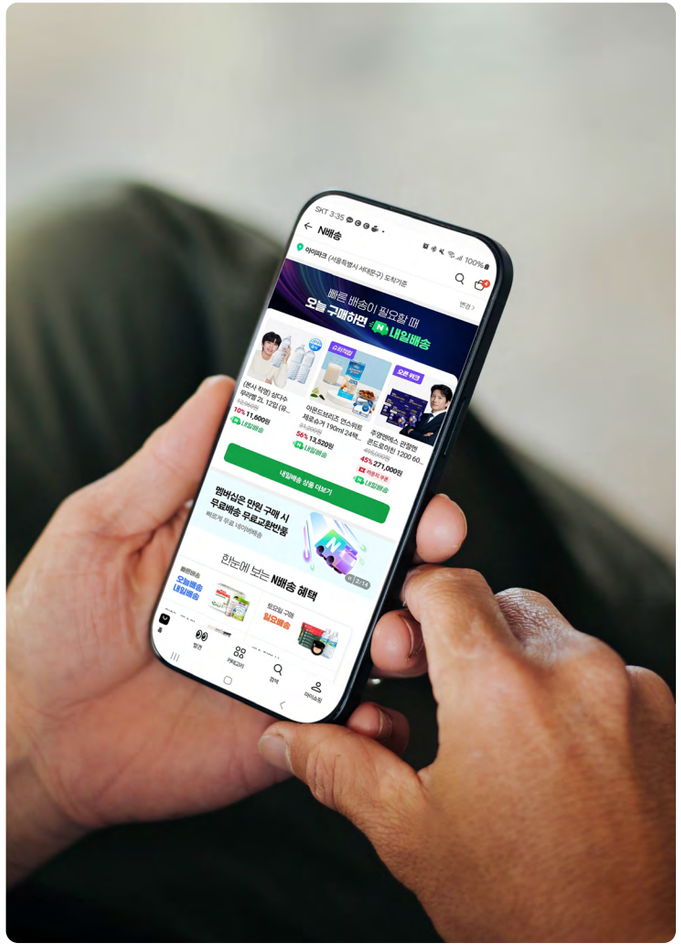
이용자 가치 극대화를 위한 혁신 강화

네이버는 이용자들에게 더 많은 혜택을 제공하기 위해 구독형 서비스인 '네이버플러스 멤버십'을 운영 중입니다. 쇼핑과 예약 결제 금액의 최대 5% 적립과 함께 다양한 디지털 콘텐츠 혜택을 제공하며 이용자의 만족도를 높이고 있습니다.

네이버플러스 멤버십은 이에 그치지 않고 멤버들을 대상으로 생태계 내에서 혜택을 지속적으로 강화하는 동시에, 생태계 외부에서도 혜택이 확장될 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 생태계 내에서는 도착보장 상품의 무료배송, 무료교환 및 반품 서비스를 비롯해 멤버십 고객만 누릴 수 있는 슈퍼적립, 특가 라인업 등 추가 혜택을 제공하고 있습니다. 또한 생태계 외부에서는 넷플릭스와 같은 강력한 콘텐츠를 무료로 제공하고 백화점, 편의점, 공항, 영화관 등 다양한 오프라인 공간에서도 끝없이 펼쳐지는 혜택을 제공받을 수 있도록 확장해 나갈 예정입니다. 이러한 혜택은 이용자의 락인(Lock-in) 효과와 함께 이용자들의 인당 결제 금액과 활동성도 지속적으로 향상시키고 있습니다.

실제로 멤버십 회원의 네이버페이 인당 거래액은 일반 회원보다 약 2배 이상 높으며, 쇼핑·페이·콘텐츠를 더욱 적극적으로 이용하는 효과를 확인하였습니다. 네이버는 앞으로도 이와 같은 전략을 통해 멤버십 서비스를 플랫폼 내의 핵심 성장 동력으로 발전시키며, 이용자와 파트너 모두에게 차별화된 가치를 지속적으로 제공해 나갈 계획입니다.

네이버배송(N배송)



더 빨라지고 정확한 배송 예측으로 신뢰를 더한 쇼핑 경험

2022년 12월 네이버는 지정일 배송 서비스 '도착보장'을 선보이며, 기존 NFA(Naver Fulfillment Alliance) 파트너사들과 협업하여 제공하던 빠른 배송 서비스를 한층 더 고도화 하였습니다. 도착보장은 네이버가 구축한 물류데이터 플랫폼을 통해 네이버쇼핑, 풀필먼트 운영사(물류사), 배송 운영사(택배사), 그리고 이용자의 데이터를 연동하여 물류 프로세스를 중앙에서 연결하고, 연동된 데이터로 계산된 정확한 배송 도착일자를 이용자에게 보여주는 구조로 되어있습니다. 이를 통해 네이버는 도착일을 보장하고, 도착 완료일이 예정일보다 늦은 상품에 대해서는 네이버가 구매자에게 지연 보상금을 지급하여 구매자는 판매자를 신뢰할 수 있고, 판매자는 질 좋은 제품의 생산과 판매에 집중함과 동시에 빠른 배송을 통해 더 많은 고객을 확보할 수 있도록 지원하고 있습니다.

배송 경쟁력 강화를 위한 지속적인 혁신

네이버는 쇼핑 경쟁력의 핵심 요소 중 하나인 배송 경쟁력 강화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 2024년부터 일요배송, 당일배송 서비스를 도입하고, 멤버십 멤버를 대상으로 도착보장 상품에 무료교환 및 반품 서비스를 추가하여 이용자 만족도를 높이고 있으며, 도착보장 서비스 도입이 어려운 판매자들을 위해서는 창고에서 직접 도착보장 서비스를 이용할 수 있도록 지원하고 계약 절차를 간소화하는 등 편의성 개선에 집중한 결과 다양한 카테고리에서 도착보장 이용률이 높아지고 있습니다.

2025년 3월에는 네이버플러스 스토어 출시와 발맞추어 기존 '도착보장' 서비스를 'N배송'으로 리브랜딩하고 도착 예정일 세분화, 멤버십 무료배송 및 무료반품 혜택도 함께 강화하였습니다. N배송은 오늘배송, 내일배송, 일요배송, 희망배송 등 다양한 선택지를 제공하여 사용자는 배송현황을 따로 확인하지 않더라도 상품 구매 시 안내된 날짜에 정확하고 신속하게 받아볼 수 있게 되었습니다.

네이버는 향후에도 배송 경쟁력 강화를 위해 판매자가 더 쉽게 도착보장을 사용할 수 있도록 중개형 모델에서 직계약 모델로 점진적으로 발전시켜 나가는 등 사용자와 판매자가 모두 만족할 수 있는 최적의 배송 환경을 구축할 계획입니다.

Poshmark

커뮤니티 기반 북미 최대 C2C 커머스 플랫폼

네이버는 2023년 1월, 북미 최대 C2C 패션 플랫폼 'Poshmark'를 인수하며 글로벌 C2C 시장에 본격적으로 진출하였습니다. Poshmark는 MZ 세대가 활발히 사용하는 커뮤니티와 소셜 기능이 결합된 독보적인 사업 모델을 바탕으로, 네이버와의 협력을 통한 시너지를 창출하며 지속적인 성장을 이어가고 있습니다.

특히 2023년부터 본격적으로 도입된 1P 광고가 긍정적인 반응과 함께 빠르게 성장하고 있으며, 네이버의 이미지 검색 기술을 적용한 'Posh Lens'를 통해 이용자가 원하는 상품을 더욱 쉽게 찾을 수 있게 지원하고 있습니다. 또한 Posh Lens를 활용하여 상품 등록 프로세스를 간소화해 주는 'Smart AI List'도 제공하며 이용자 생태계가 더욱 활성화될 수 있도록 돕고 있습니다. 이러한 다양한 시도와 기술 도입으로 쉽지 않은 북미 시장 환경 속에서도 Poshmark는 안정적인 성과를 유지하며 견고한 성장세를 보이고 있습니다.

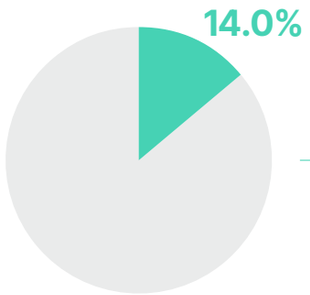
네이버는 앞으로도 국내외 C2C 생태계 구축을 통해 다양한 지역과 카테고리에서 C2C 플랫폼으로서의 영향력을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

Value Creation in Business

FINTECH

Sustainable Business Practice

핀테크 매출 비중



네이버페이 결제액

72.2조 원

네이버페이 결제액 중 외부 결제액 비중

50%+

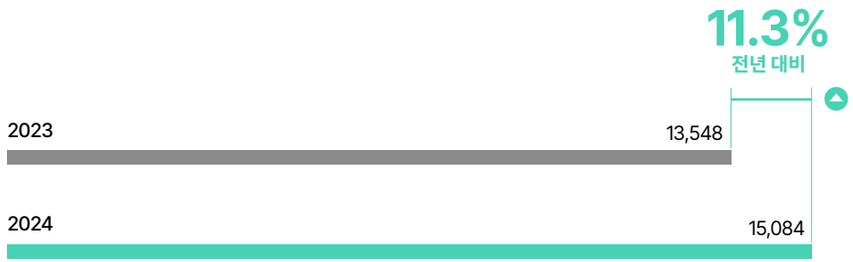
빠른정산 지급 금액

(2024년 7월 기준, 누적)

40조 원

핀테크 부문 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)



분기별 매출

(단위: 억 원)

15,084

* 2024년 기준

네이버페이

이용자의 현명한 소비·금융·투자 생활을 돕는 네이버페이는 간편결제와 금융상품 검색·비교, 증권·부동산 정보 탐색 서비스를 제공하는 종합 금융 플랫폼입니다. 결제사업은 국내 1위 간편결제 서비스로서 내부 커머스 성장과 외부 생태계 확장으로 빠르게 성장 중이며, 특히 오프라인 현장결제, 해외 QR결제 확대, 페이스사인 결제, 모바일 교통 카드 출시 등 결제 수단 다각화가 지속되며 포인트 생태계가 확장되고 있습니다. 한편, 플랫폼 사업에서는 국내 최대 증권·부동산 커뮤니티 외에도 빠른정산 서비스, 스마트스토어 판매자 대출을 비롯한 대출·보험 비교 서비스를 SME와 이용자에게 제공하고 있습니다. 앞으로도 네이버의 기술과 데이터를 기반으로 네이버 생태계 내의 SME, 씬파일러, 그리고 이용자를 위한 금융 서비스를 강화하고, 새로운 기회를 발굴해 나갈 계획입니다.

핀테크 사업은 전년 대비 11.3% 성장한 1조 5,084억 원의 매출을 기록하였습니다. 네이버페이 결제액은 2024년 72.2조 원으로 21.2% 증가하였는데, 이는 외부 결제액 증가에 따른 페이 생태계의 지속적 확장과 현장결제 확대 및 예약·주문 분야의 지속성장에 따른 결과입니다.

결제·대출·보험·카드·증권·부동산까지, 금융을 넓히는 기술

네이버페이는 검색에서 시작해 상품 및 서비스의 발견과 구매까지 연결하는 간편결제 서비스를 기반으로 강력한 포인트 생태계를 구축하고, 빠른정산·후불결제·반품안심케어 등 상생을 추구하는 서비스들을 지속적으로 선보이며 국내 핀테크 시장을 선도해 왔습니다. 이제 네이버페이는 간편결제를 넘어 종합 금융 플랫폼으로 거듭나고 있습니다. 대안 신용평가 모델을 활용한 온라인 사업자 대출, 국내 주요 금융사와의 협업을 통한 제휴통장 출시, 부동산 및 자동차 등 실물 자산까지 연계 가능한 마이데이터 서비스 등 네이버가 지금까지 축적해 온 방대한 데이터와 기술력을 바탕으로 혁신적인 금융 서비스를 지속적으로 확장해 나가고 있습니다.

사용자의 현명한 소비·금융·투자 생활을 돕는 네이버페이는 간편결제에 더해 금융상품 검색·비교, 증권 · 부동산 정보 탐색 서비스를 제공하는 종합 금융 플랫폼입니다.

2024

12월 중국 Weixin Pay(위챗페이) 가맹점 해외 QR결제 서비스 확대 (with 유니온페이)

11월 일본 Paypay 230만 전체 가맹점 결제 서비스 확대 (with 알리페이플러스)
네이버페이 펫보험 비교·추천 서비스 시작

10월 태국 등 동남아 국가 해외 QR결제 서비스 확대 (with GLN)
네이버페이 증권 공모주 서비스 시작
CU Npay 카드 출시

9월 스마트플레이스 소상공인 마이너스 통장대출 출시 (with 전북은행, SGI서울보증)
네이버페이 페이펫 키우기 서비스 오픈 및
네이버페이앱 혜택 탭 개편
빌라·오피스텔 주택담보대출 갈아타기 서비스 시작

8월 네이버페이 부동산 VR투어 서비스 시작
네이버페이 월렛 베타 출시

7월 네이버페이 마이비즈 서비스 시작
네이버페이 해외여행보험 비교·추천 서비스 시작

6월 네이버페이 저축보험 비교·추천 서비스 시작

5월 네이버페이 전월세대출 새로받기 서비스 시작
네이버페이 모바일 교통카드 출시
네이버페이 패밀리결제 서비스 시작

4월 네이버페이 QR송금 서비스 시작

3월 네이버페이 스코어(대안신용평가모형) 개발 (with NICE평가정보)
네이버페이 페이스사인 결제 경희대학교 서울캠퍼스 첫 상용화

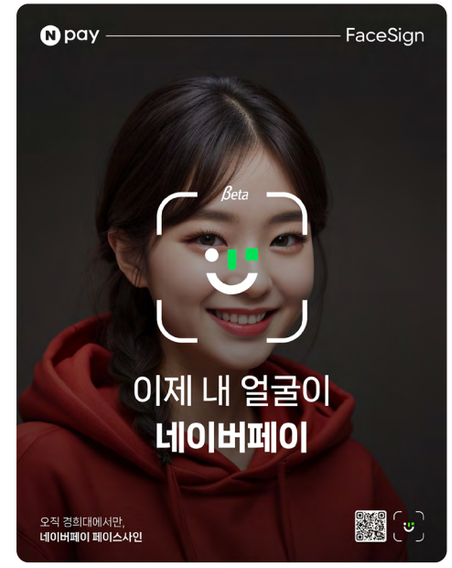
1월 네이버페이 주택담보대출·전월세대출 갈아타기 서비스 시작
네이버페이 자동차보험 비교·추천 서비스 시작

네이버페이 간편결제

검색, 쇼핑, 결제까지 끊김 없는 흐름을 제공하는 간편결제 서비스의 지속된 결제 수단 확장

2024년 네이버페이는 온·오프라인을 막론하고 국내외에서 범용성이 한층 확대되었습니다. 특히 네이버페이 결제액 중 외부 결제액 비중이 50%를 넘어서는 등 오프라인 현장결제를 포함한 외부 생태계로의 확장이 지속되었습니다. 같은 해 3월에는 이용자가 자신의 스마트폰을 활용해 얼굴 정보를 간편하게 등록하고, 카드나 스마트폰 없이 얼굴인식만으로도 빠르고 편리하게 결제할 수 있는 서비스 '페이스사인' 결제를 출시하였으며, 5월에는 네이버페이 머니로 버스, 지하철, 택시 등 대중교통 요금을 간편하게 결제할 수 있는 '모바일 교통카드'를 출시하였습니다. 또한 해외 결제 서비스도 유니온페이, 알리페이플러스, GLN인터내셔널, 위챗페이와 파트너십을 체결하며 본격 확대됨에 따라, 2024년 12월 기준 전 세계 66개 국가 및 지역에서 네이버페이 이용이 가능하게 되었습니다.

이와 같은 서비스 확장을 기반으로 한국기업평판연구소의 2024년 12월 빅데이터 평판 분석에서 간편결제 브랜드 평판 1위를 기록하며 시장 내 확고한 입지를 입증하였습니다. 앞으로도 네이버페이 사용성 향상 및 결제 수단 다각화를 통해 오프라인 및 외부 결제 생태계에서의 경쟁력을 강화해 나가겠습니다.



빠른정산 서비스

중소상공인과의 상생을 위한 혁신적인 금융 서비스

네이버페이의 '빠른정산' 서비스는 빅데이터와 머신러닝 기반의 위험거래탐지시스템(FDS)을 활용해 중소상공인의 원활한 자금 흐름을 지원하는 혁신적인 금융 서비스입니다. 2020년 11월 도입된 이후 서비스는 구매 확정까지 기다릴 필요 없이, 배송 시작 다음 날 결제 대금의 100%를 정산해 줍니다. 이와 같은 혁신적인 구조는 최대 60일까지 걸리던 국내외 커머스 업계에 가장 빠른 정산 주기라는 신개념 서비스로 자리 잡으며 소상공인들의 자금 유동성을 대폭 개선하였습니다. 이처럼 혁신적인 정산 구조를 통해 2024년 7월 기준 누적 40조 원의 정산대금이 빠른정산을 통해 지급되었으며, 이로 인한 소상공인의 금융 비용 절감효과는 약 1,800억 원에 달합니다. 이러한 성과를 인정받아, 네이버페이는 2025년 1월 금융감독원으로부터 '상생·협력 증진 우수기관'으로 선정되었습니다.

금융 플랫폼 서비스

빠르고 정확한 대출·보험 비교 서비스

네이버페이는 종합 금융 플랫폼으로의 전환을 가속화하며 대출 및 보험 비교 서비스를 강화하고 있습니다. 2024년 1월 자동차보험 비교·추천 서비스 및 주택담보대출·전월세대출 갈아타기 서비스 출시를 시작으로, 6월에는 저축보험, 7월에는 해외여행보험 등 비교·추천 서비스 라인업을 지속적으로 확장해 왔습니다. 이러한 상품 라인업 확대 및 다양한 네이버 서비스와의 연계로 2024년 3분기 주택담보 및 전월세대출 비교 서비스의 누적 취급액이 3조 원으로 성장하였습니다. 이를 통해 이용자들은 네이버페이로 금융상품을 쉽고 빠르게 비교하고, 금융 비용 절감과 다양한 혜택을 누릴 수 있는 기회를 제공받고 있습니다.

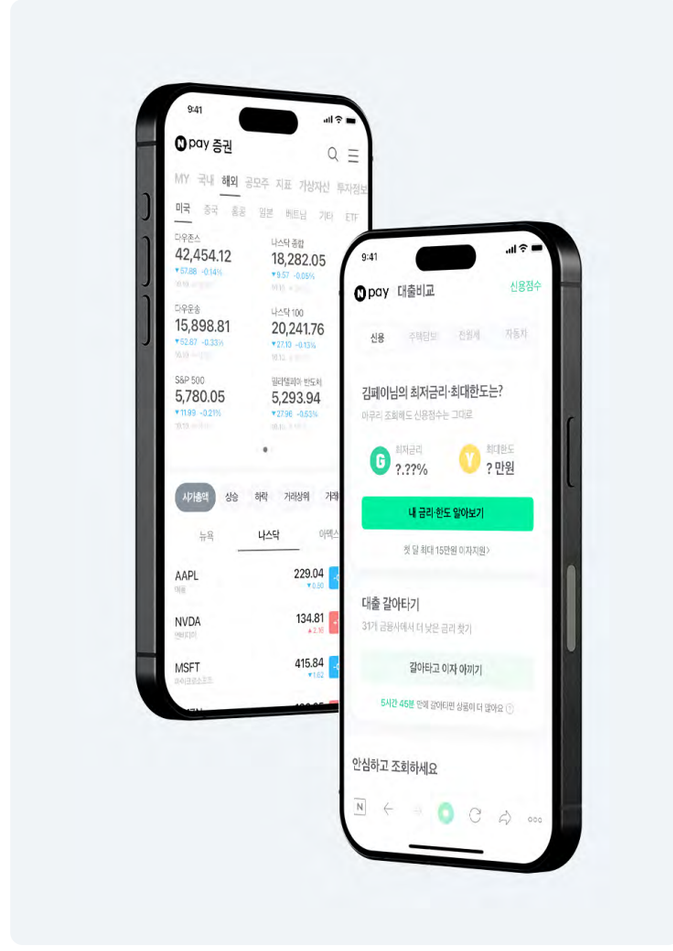
주식 투자의 좋은 습관 네이버페이 증권

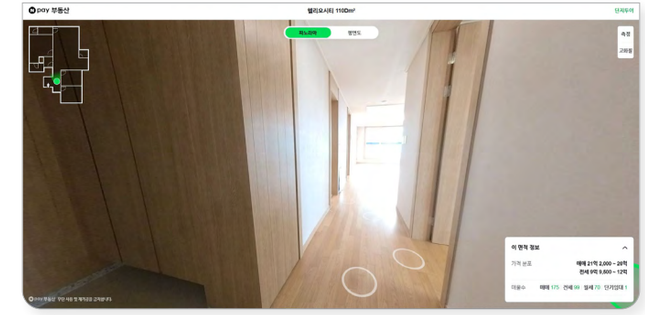
글로벌 6개국(한국, 미국, 일본, 중국, 홍콩, 베트남) 주식 서비스를 제공하는 네이버페이 증권은 로그인 없이도 미국 주식 실시간 시세를 확인하는 서비스를 국내 최초로 제공하고 있으며, 일 200만 명의 이용자가 일 15만 건의 게시글을 등록하는 대한민국 최대 주식 커뮤니티를 운영하고 있습니다. 업계 최초 인증기반 주주전용 온라인 커뮤니티 서비스 '주주오픈톡' 출시를 시작으로, 지난 4월에는 네이버페이 증권에서 주식 간편주문 서비스(WTS)를 출시하며 이용자 편의성을 높이는 동시에 금융 플랫폼으로서의 경쟁력을 강화하였습니다. 앞으로도 건강한 투자 커뮤니티 문화 활성화에 앞장서고, 이용자들을 위한 다양하고 편리한 기능을 지속 제공할 예정입니다.

디지털 트윈 기술 기반 부동산 VR 투어 서비스

네이버페이 부동산은 약 7만 5천 명의 중개사가 월 400만 개 이상의 매물을 등록하고, 110만 명 이상의 이용자가 교류하는 매물 정보 유통 플랫폼입니다. 2024년 8월 네이버페이는 디지털 트윈 기술 ALIKE[1]를 활용한 온라인 부동산 임장 '부동산 가상현실(VR) 매물·단지투어' 서비스를 출시하였습니다. 이를 통해 이용자는 3D로 현실감 있게 복제된 아파트 단지와 매물 내부를 온라인으로 자유롭게 탐색할 수 있습니다. 2024년 12월 기준 '부동산 VR 단지투어'가 가능한 단지 수는 서울, 인천, 경기도 등 수도권 일대 33곳이며, 아파트 단지뿐만 아니라 개별 매물 실내를 현실감 있게 체험할 수 있는 'VR 매물투어'의 누적 규모도 약 1만 8,000여 개에 달합니다. 앞으로도 네이버페이는 이용자에게 가장 현실감 있는 온라인 임장 경험 서비스를 제공하기 위해 부동산 제휴사들과 협력해 지속적으로 매물과 단지 수를 확대하며 양질의 부동산 정보가 제공될 수 있도록 노력하겠습니다.

1) 네이버랩스의 독자적인 AI 기반 3D 디지털 트윈 솔루션으로서, 드론과 360 카메라 등 다양한 매핑 디바이스, 2D 이미지를 3D로 복원하는 AI, 빠르고 안정적인 클라우드 프로세싱을 통해 도시의 다양한 공간을 형태와 질감까지 현실과 동일하게 구현할 수 있는 기술





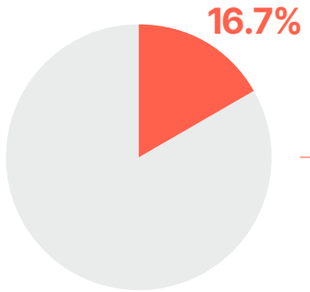
ALIKE

Value Creation in Business

CONTENTS

Sustainable Business Practice

콘텐츠 매출 비중



스토리테크 플랫폼

글로벌 1위

네이버웹툰 MAU

스노우 카메라 글로벌 누적 다운로드 수

21 억 회 이상

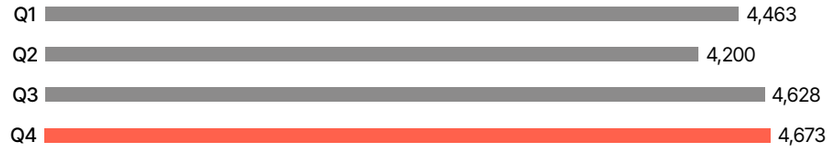
콘텐츠 부문 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)

*네이버제트 연결 제외 효과 제거 시 7.5%

분기별 매출

(단위: 억 원)



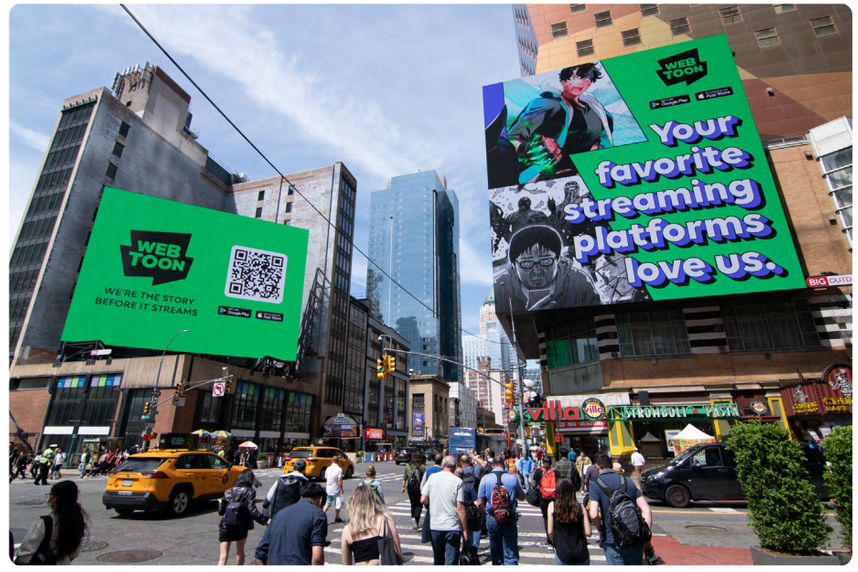
17,964

* 2024년 기준

콘텐츠는 창작자와 이용자가 자유롭게 창작하고 소비하는 디지털 콘텐츠 생태계를 구축해 국내를 넘어 글로벌 시장에서도 견고한 입지를 다지고 있습니다. 웹툰, 스노우 등 다양한 창작 콘텐츠 서비스가 네이버 생태계에서 운영되고 있습니다. 웹툰은 국내에서의 독보적인 지위를 바탕으로 글로벌 리더십을 강화해 나가는 중이며, 스노우는 글로벌 시장에서 트렌드를 주도하며 혁신적인 서비스를 출시하는 컴퍼니 빌더로서의 역할을 수행하고 있습니다.

2024년 콘텐츠 매출액은 전년 대비 3.7% 증가한 1조 7,964억 원을 기록하였습니다. 그중 글로벌 포트폴리오 강화에 앞장서고 있는 글로벌 스토리테크 플랫폼인 웹툰은 한국과 미국, 일본 등 주요국에서의 성장성 및 수익성 강화를 위해 여러 노력을 기울이고 있으며, IP 영상화 작품의 흥행에 따른 원작 독자 재유입과 AI 추천강화 등 플랫폼 고도화로 로컬 창작자 생태계, 콘텐츠, IP 간의 선순환적인 구조가 강화되고 있습니다. 또한 2023년 진행된 근본적인 체질 개선으로, 연간 EBITDA 흑자를 달성하며 웹툰 사업의 지속가능한 성장 가능성을 입증하였고, 2024년 2분기에는 강력한 글로벌 창작자 생태계를 레버리지하여 침투율이 낮은 시장에서의 영향력을 확대해 나가기 위해 나스닥 상장에 성공하였습니다. 네이버웹툰은 압도적 글로벌 1위 스토리테크 플랫폼이라는 현재의 위치를 넘어서, 전 세계 최상위 엔터테인먼트 기업으로 성장해 나가고자 합니다.

스노우는 컴퍼니 빌더로서, 이용자 니즈에 민감하게 반응하며 트렌디한 AI 기반 상품 라인업을 지속적으로 확장하며 유료 구독자 수가 상승하고 있습니다. 또한 이러한 수익화 노력 및 포트폴리오의 최적화에 힘입어 수익성도 함께 향상되고 있습니다.



네이버웹툰

Paid Contents

네이버웹툰은 150개국 이상에서 월간 활성 이용자 약 1.7억 명[1]을 대상으로 매일 12 만 개 이상[2]의 에피소드를 제공하며, 글로벌 스토리텔링 플랫폼 1위의 입지를 확고히 다지고 있습니다. IP 영상화를 비롯한 오리지널 히트작 확대, AI 추천 기술 도입 등 플랫폼 고도화로 꾸준한 성장을 이어가고 있습니다. 또한 창작 생태계 지원 프로그램인 'WEBTOON With' 등 서비스와 기술, 정책으로서 창작자 지원을 강화하고 있습니다. 앞으로도 열린 창작 기회의 제공, 글로벌 진출 지원, 창작자 수익 다각화, 창작 생태계를 돕는 기술 개발 등을 통해 누구나 자신의 이야기를 펼칠 수 있는 플랫폼 환경을 조성해 나갈 계획입니다.

1) 2024년 4분기 기준
2) 2023년 4분기 말 기준

IP Adaptation

웹툰의 방대한 스토리 포트폴리오는 영상, 웹소설 등 다양한 형식의 흥행작이 다수 배출되며 웹툰 IP의 가치를 입증하고 있습니다. 지난 10년 동안 100편 이상의 영상화 작품, 200권의 도서, 70개의 게임, 1,100만 개 이상의 굿즈 상품 등 약 900건 이상의 작품들이 각색되었습니다.[1] 2024년 2분기에 출시된 웹툰 오리지널을 원작으로 한 '더 에이트 쇼'는 넷플릭스 비영어권 TV 시리즈 부문 글로벌 1위를 기록하는 등 작품 경쟁력을 IP 사업으로 확대하며 세계 무대에서도 큰 주목을 받고 있습니다. 네이버웹툰은 앞으로도 인기 작품이 다양한 2차 사업으로 확장되는 선순환 구조를 강화하며 한국 웹툰의 글로벌 시장 진출을 더욱 가속화할 계획입니다.

1) 2024년 1분기 기준

Advertising

네이버웹툰은 높은 충성도의 차별화된 이용자를 보유한 글로벌 스토리테크 1위 플랫폼을 기반으로, 광고 라인업도 지속적으로 확장하고 있습니다. 전 연령층을 아우르는 풍부한 콘텐츠를 통해 원하는 타겟에 도달할 수 있는 넓은 커버리지를 확보하는 것은 물론, 작품에 대한 독자들의 충성도를 브랜드 신뢰도로 전환하는 등 웹툰만의 유니크한 광고 상품들은 이용자와 광고주 모두에게 긍정적인 반응을 얻고 있습니다. 앞으로도 한국과 일본에서 경험한 성공 방정식을 북미를 비롯한 다른 지역에도 순차적으로 적용해 나가며, 수익 모델 다각화를 지속적으로 추진할 계획입니다.

스노우

AI 카메라 서비스의 압도적 선두주자

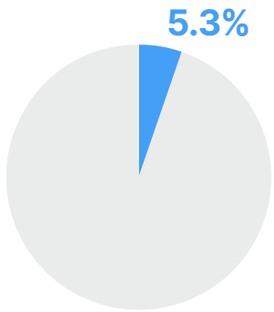
SNOW의 대표적인 어플리케이션으로는 스노우, B612, Foodie, Soda, EPIK 등이 있습니다. 그중 스노우 카메라는 글로벌 누적 다운로드 21억 회 이상을 기록하며 전 세계 이용자들과 소통하며 다양한 유형의 광고 서비스와 구독 및 AI 유료 서비스를 제공을 통해 수익을 창출하고 있습니다.

Value Creation in Business

ENTERPRISE (구 CLOUD)

Sustainable Business Practice

엔터프라이즈 매출 비중



클라우드 플랫폼 서비스
카테고리 및 상품 수

22 개 카테고리
220 개 상품

클로바노트 다운로드 수

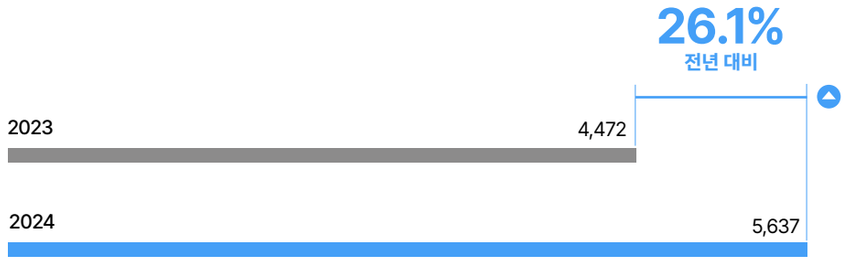
500 만 회

네이버웍스 도입 글로벌 기업 및 이용자 수

59 만 개사, 570 만 명

엔터프라이즈 부문 매출액 및 연 성장률

(단위: 억 원)



분기별 매출

(단위: 억 원)

5,637

* 2024년 기준

네이버클라우드

4차 산업혁명 시대에 AI와 빅데이터 활용이 중요해짐에 따라, 클라우드는 데이터의 효율적 관리와 활용을 지원하는 핵심 인프라로 부각되고 있습니다. 클라우드는 확장성과 비용 효율성을 바탕으로 방대한 데이터를 처리할 수 있으며, 언제 어디서나 접근이 가능해 협업과 분석을 용이하게 합니다. 또한 고성능 컴퓨팅 자원을 제공하여 AI 모델 학습과 빅데이터 분석을 효과적으로 지원하고 있습니다. 이에 따라 전 세계 클라우드 시장 규모는 2024년 5,971억 달러에서 2028년 1조 2,506억 달러로 향후 4년간 연평균 20% 성장할 것으로 예상됩니다. 국내 클라우드 시장 규모도 2024년 6.8조 원에서 2028년 14.2조 원으로 향후 4년간 연평균 23% 성장이 전망되어, 국내 기업들의 클라우드 이용률 또한 지속적으로 증가할 것이라 기대되고 있습니다.[1)]

네이버는 1999년 포털 서비스를 시작한 이래 축적된 기술력과 경험을 바탕으로 2024년 12월 기준 22개의 상품 카테고리에 걸쳐 220개의 클라우드 서비스를 제공하고 있습니다. 2023년 비즈니스용 클라우드 서비스를 제공하는 네이버클라우드, 파파고, 웨일, 클로바, 웍스모바일과 통합한 후 더욱 다양한 시장의 니즈를 충족하는 혁신 기술을 선보이고 있습니다. 또한 초대규모 AI인 'HyperCLOVA X'를 필두로 시장을 선점해 각 기업의 고유한 데이터를 결합하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하는 전략을 펼치고 있습니다. 네이버는 이러한 경쟁력을 바탕으로 일본, 동남아 및 중동 시장을 시작으로 글로벌 진출 움직임도 본격화할 계획입니다.

1)출처: IT 시장조사 전문기업 가트너

IT 인프라 전반을 아우르며 B2B 사업 성장 및 보안 기술력 강화

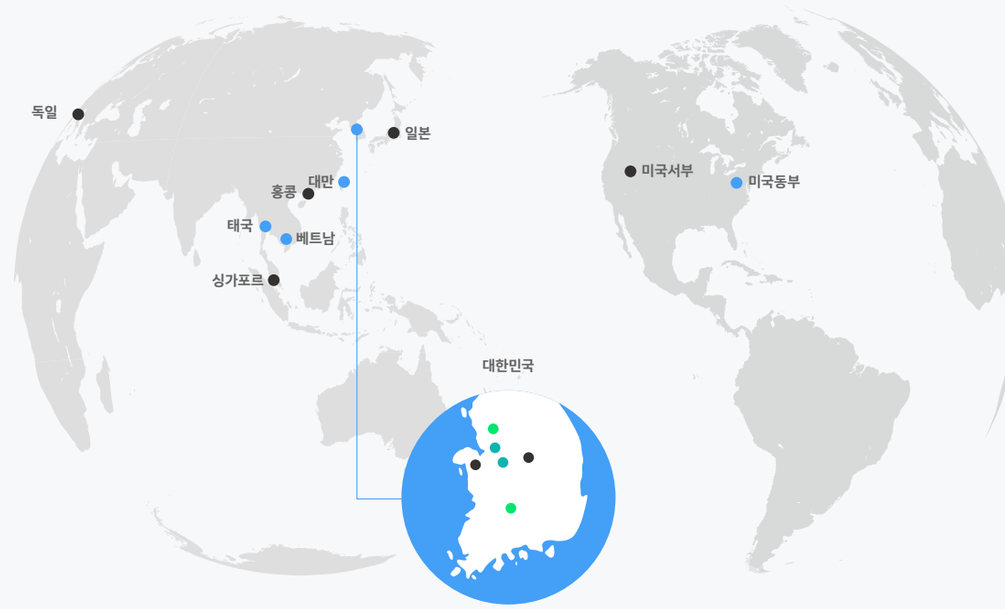
네이버클라우드는 IaaS, PaaS, SaaS 영역을 모두 아우르며 IT 생태계 전반에 걸친 인프라, 플랫폼 개발, 그리고 이용자 맞춤 소프트웨어를 포괄적으로 지원하고 있습니다. B2B 사업 부문에서는 뉴로클라우드의 지속적인 납품과 라인웍스 중심의 성장이 두각을 나타내 2024년 매출은 전년 대비 26% 성장한 5,637억 원을 기록하였습니다. 일반 기업뿐만 아니라 공공, 금융, 의료, 교육 등 민감한 데이터를 다루는 산업에서도 네이버클라우드를 도입하고 있으며 2024년 12월에는 한국수력원자력에 뉴로클라우드 포 하이퍼클로바 X를 수주하는 성과도 거두었습니다. 국내 클라우드 사업자 중 가장 많은 클라우드 상품을 배포하고 있는 네이버클라우드는 보안 부문에도 대규모 투자를 단행하며 세계 최고 수준의 보안 기술력을 보유하고 있습니다. 이를 바탕으로 네이버는 CSA Star 최고 등급인 Gold를 국내 최초로 획득해 유지하며 네이버클라우드의 안정성을 다시 한번 입증하였습니다.

글로벌 하이퍼스케일 기술 플랫폼으로의 도약

네이버클라우드는 AI 기술력과 축적된 기술 플랫폼 역량을 결집하여 글로벌 하이퍼스케일 기술 플랫폼으로 도약을 추진하고 있습니다. 자체 개발한 초대규모 AI 모델인 'HyperCLOVA X'를 기반으로, AI 개발 도구 CLOVA Studio, 보안이 강한 하이브리드 클라우드 서비스 뉴로클라우드 포 하이퍼클로바 X 등 차별화된 AI 서비스를 통해 국내외 시장에서 경쟁력을 입증하고 있습니다.

해외 주요 거점에 글로벌 리전 구축·운영

● 클라우드 서비스 제공 중 / ● 클라우드 서비스 제공 예정 / ● 금융 클라우드 서비스 제공 중 / ● 공공 클라우드 서비스 제공 중



클로바

AI 기술력으로 실질적 효율성과 개인화 서비스 강화

클로바는 음성·이미지 인식, 인공신경망 번역, 대화형 엔진 등 첨단 기술이 총망라된 AI 플랫폼입니다. 이러한 기술력을 기반으로 더빙 서비스, AI 콜 솔루션, 문서 감정 및 요약, 디지털 전환을 지원하는 OCR, 챗봇, 얼굴 인식을 활용한 온·오프라인 신분 확인 솔루션인 '페이스 사인(Face Sign)' 서비스의 지속적인 고도화를 통해 실질적인 업무 효율성의 가치를 창출하고 있습니다. 또한 개인화 쇼핑 추천 서비스 'AiTEMS'는 클라우드 기반의 다양한 상품을 개발해 이용자의 다양한 니즈를 충족시키는 데 중요한 역할을 하고 있습니다.

초대규모 AI 'HyperCLOVA X'로 서비스 생태계 확장

네이버는 2021년 5월 국내 최초로 자체 개발한 최대규모 AI HyperCLOVA를, 2023년 8월 HyperCLOVA X로 업그레이드하여 일반 이용자부터 기업 고객 모두를 아우르는 다양한 응용 서비스를 공개하였습니다. HyperCLOVA X는 대화형 AI 검색 서비스 CLOVA X, 대화를 통한 생성형 AI 검색 서비스 Cue:, 하이퍼스케일 AI 도구 CLOVA Studio를 포함한 여러 서비스를 선보이며 AI 기술의 새로운 기준을 제시하고 있습니다. 특히 CLOVA X의 외부 연동 기능인 '스킬'과 함께, HyperCLOVA X의 처리 속도를 높이고 비용 효율성을 개선한 모델 DASH를 출시해 사용성을 대폭 향상시켰습니다.

2024년에는 네이버 서비스에 최적화된 모델 능력과 속도를 효율적으로 구축하기 위해 데이터와 학습 방법론을 지속적으로 고도화하고 있으며, 앞으로 보이스, 이미지, 비디오 등 다양한 멀티 모달리티와 추론 능력을 강화해 나갈 계획입니다.

HyperCLOVA X 로 업무의 효율성 강화

'클로바 노트'는 HyperCLOVA X 기반의 음성 기술을 활용해 음성을 텍스트로 변환하고, 실시간 자막 및 자동 요약 기능을 제공하는 서비스입니다. 회의나 강의 등 내용 작성을 효율적으로 돕고 있는 클로바 노트는 2024년 보안 기능을 대폭 강화한 기업용 서비스를 출시하는 등 서비스 품질 개선을 위한 업데이트를 꾸준히 실행한 결과, 500만 다운로드를 기록하며 시장에서 큰 호응을 얻었습니다.

'CLOVA Studio' 또한 HyperCLOVA X 기반의 비전문가도 손쉽게 AI 모델을 활용해 실제 서비스에 적용해 볼 수 있는 노코드 플랫폼입니다. CLOVA Studio 내 탑재된 스킬 트레이너(API와 서비스 간 연결을 지원), 플레이그라운드(배경지식 없이도 원하는 AI 모델을 생성), 튜닝(기업이 보유한 데이터셋을 HyperCLOVA와 결합하여 특화 AI 언어 모델을 구축하고, AI 서비스를 개발) 등 주요 기능을 통해 기업들은 원하는 결과물을 빠르고 쉽게 만들 수 있어 생성형 AI의 새로운 가치를 창출했다는 평가를 받고 있습니다.

네이버웍스

편의성과 안정성을 확보한 B2B 협업 솔루션

네이버웍스는 B2B 기업용 협업 솔루션으로, 모바일 환경에 최적화된 메신저를 중심으로 메일, 캘린더, 드라이브, 주소록, 파일 공유, 음성 통화 및 화상회의 등 다양한 기능을 통합 제공하는 협업 플랫폼입니다. 국내 의료, 교육, 유통 등 다양한 산업 분야의 기업들이 네이버웍스를 협업 도구로 채택해 업무 효율성을 높이고, 디지털 트랜스포메이션을 촉진하는 데 활용하고 있습니다. 기업의 규모와 특성에 따라 맞춤형 솔루션을 제공하는 네이버웍스는 편의성과 안정성은 물론, 생산성까지 더한 차별화 전략으로, 2024년 국내 많은 이용자들의 선택을 받고 있습니다.

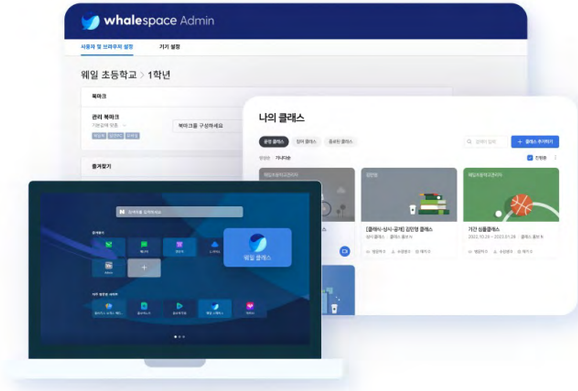
일본 디지털 전환 지원의 핵심 플랫폼

네이버웍스의 성장은 비단 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 가파른 성장세를 나타내고 있습니다. 2024년 네이버웍스를 도입한 글로벌 기업은 59만 개사, 이용자 수는 570만 명에 이릅니다. 그중 일본에서 금융, 증권, 보험 업계를 중심으로 높은 시장 점유율을 확보한 가운데, 건설, 간호, 교육, 제조 등 다양한 분야로 고객층을 확장하며 두각을 나타내고 있습니다. 네이버웍스의 이러한 성과는 일본 내 디지털 전환을 지원하는 핵심 플랫폼으로서 역할을 하고 있다는 점에서도 의미가 있습니다. 앞으로도 일본의 지방 거점 파트너사와의 협업을 통해 지역 확장을 꾀하며 시장 점유율을 지속적으로 높여가겠습니다.

네이버 웨일

디지털 라이프의 중심 '네이버 웨일'

네이버 웨일은 빠르고 직관적인 탐색, 강력한 보안, 모든 기기 간 완벽 동기화 등 기능을 제공하는 웹 서비스 통합 플랫폼입니다. 직관적인 이용자 인터페이스와 다양한 맞춤형 설계를 통해 이용자에게 편리하고 효율적인 웹 서핑 경험을 제공합니다. 또한 클라우드 기반 동기화 기능을 통해 데스크톱, 모바일, 태블릿 등 다양한 조건에서도 동일한 환경을 제공하고, 강력한 보안 기능으로 위조 사이트 및 악성 코드로부터 이용자를 보호합니다. 네이버 웨일은 이처럼 차별화된 기능으로 이용자에게 새로운 디지털 경험을 선사하며 디지털 라이프의 중심이 되는 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다.



오픈형 교육 플랫폼 '웨일 스페이스'

웨일 스페이스는 통합 계정을 통해 교육 서비스를 연결하고 학습 데이터를 수집할 수 있는 오픈형 플랫폼입니다. 이를 통해 관리자는 손쉽게 계정을 관리할 수 있으며, 학습 도구 설치 및 불필요한 앱 차단 등을 통해 학생들의 학습 환경을 효율적으로 조정할 수 있습니다. 2024년 기준, 웨일 스페이스는 전국 17개 교육청 및 1만 5천여 개 학교에서 도입되며, 국내 디지털 교육의 핵심 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다.

미래형 교육 디바이스 '웨일 북'

웨일 북은 온라인과 대면 수업을 결합한 블렌디드 러닝에 최적화된 디바이스입니다. 빠르고 안전한 웨일 OS를 기반으로 학교 수업에 필요한 다양한 도구와 서비스를 충실히 담고 있습니다. 이에 2024년 웨일 북은 국내 75,477대, 몽골 9,300대 보급되며, 해외에서도 디지털 교육을 지원하는 주요 디바이스로 주목받고 있습니다.

무제한 온라인 화상회의 서비스 '웨일 온'

웨일 온은 별도의 애플리케이션 설치 없이 브라우저에서 바로 사용할 수 있는 무제한 온라인 화상회의 서비스로 간편함과 높은 접근성을 자랑합니다. 이에 개인 이용자뿐만 아니라, 기업과 교육기관에서도 널리 활용되고 있습니다. 웨일 온의 월간 이용자 수는 꾸준한 성장을 이어가고 있으며, 앞으로도 이용자의 편의성을 지속적으로 개선해 협업과 소통의 효율성을 극대화하고자 합니다.

네이버 웨일은 브라우저 기반 웹 서비스 통합 플랫폼으로, 쉽고 빠른 탐색은 물론 모든 기기를 연결하는 동기화, 위조 사이트 차단 등 다양한 기능으로 웹 탐색의 새로운 경험을 만들어 가고 있습니다.

Building Our Tomorrow

미래 역량 개발과 기술 혁신

네이버는 공간 지능 기술을 선도하는 네이버랩스, 디지털 트윈과 XR 플랫폼, HyperCLOVA X 기반의 멀티모달 AI 기술, 그리고 지속가능한 미래를 실현하는 데이터센터 '각 세종' 등을 통해 미래 디지털 생태계를 선도하고 있습니다. 네이버는 미래의 기술을 통해 환경을 고려하고 사회적 가치를 창출하며 더 나은 내일을 앞당기고자 합니다.

공간 지능 기술 세계 1위 '네이버랩스'

네이버랩스는 네이버의 미래 기술을 책임지는 곳으로 세계 최고 수준의 공간 지능 기술을 개발하고 있습니다. 디지털 트윈, AR·VR, 지도, 비전, 1784 등 공간 지능 기술 특허만 529개이며, 이는 관련 특허 전체의 62%를 차지합니다. 또한 네이버가 자체 개발한 디지털 트윈 솔루션 'ALIKE'는 메가 시티 단위의 방대한 3차원 공간을 AI, 로보틱스, 클라우드 기술로 정밀하게 있는 그대로 컴퓨터에 구현하는 솔루션입니다.
네이버랩스의 이러한 기술력은 2024년 10월 권위있는 글로벌 학회인 '2024 유럽컴퓨터비전학회'의 'Map-free visual re-localization'과 'BOP 챌린지' 두 부문에서 모두 1위를 차지하며 경쟁력을 다시 한번 입증하였습니다. Map-free visual re-localization 챌린지는 정밀지도 등이 없는 상황에서도 얼마나 정확하게 측위가 가능한지를 겨룹니다. 여기서 네이버랩스는 이미지를 3D로 재구성하는 AI 기술 도구 MASt3R를 통해 정밀지도가 없는 상황에서도 충분히 정확한 측위가 가능하다는 점을 인정받아 구글, 애플, 메타 등 12개 참가팀을 제치고 압도적 1위를 차지하였습니다.
BOP 챌린지는 이미지 내 물체들의 3차원 회전과 위치를 얼마나 정확히 추정하는지를 판단하는 것으로, 네이버랩스는 RGB 이미지만으로도 물체의 위치를 가장 정확하게 측위하고 빠르게 처리할 수 있는 기술을 선보이며 2년 연속 1위를 차지하였습니다.

공간 지능 핵심 기술 'ALIKE'

ALIKE-3D
항공사진과 AI 기술로 도시 전체의 3D 모델을 제작합니다. 이 3D 모델은 다양한 도시문제를 해결하기 위한 시뮬레이터로 활용될 수 있으며, 스마트 시티 구축의 핵심 데이터입니다.

ALIKE-RD
도시 전체의 도로 정보를 정밀하게 생성합니다. 딥러닝과 컴퓨터 비전 등의 AI 기술로 노면 기호나 차선 정보까지 자동으로 추출할 수 있습니다. 완성된 로드 레이아웃은 다양한 모빌리티 서비스나 도시 전체의 교통 시스템 연구 등에 활용됩니다.

공간 디지털 트윈 활용분야
AR, 로봇, 자율주행, 스마트 빌딩, 스마트 시티

오픈데이터셋
대학, 연구소, 스타트업 등

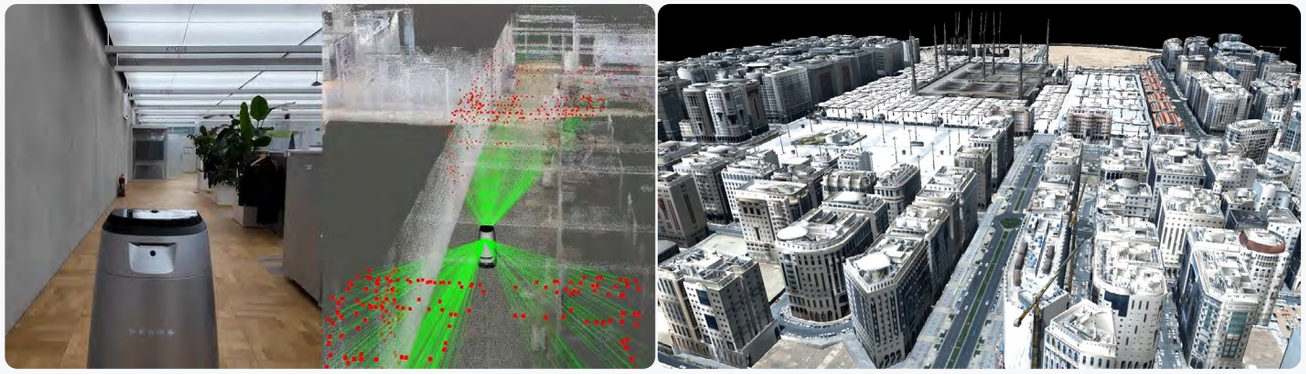
ALIKE-HD
자율주행차를 위한 HD 맵을 제작합니다. ALIKE-3D로부터 추출한 진정사 영상(True Ortho)과 MMS(Mobile Mapping System)를 통해 획득한 데이터를 결합해 데이터의 후처리 과정을 크게 단축했습니다.

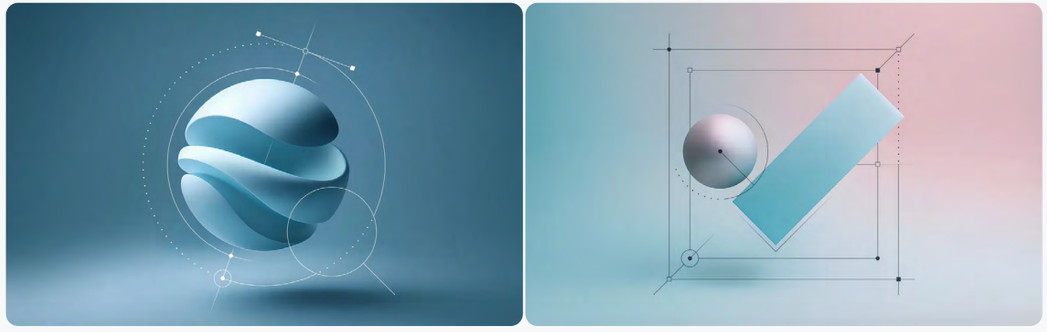
ALIKE-M
대규모 실내외 공간의 디지털 트윈을 제작합니다. 자체 제작한 매핑 로봇과 웨어러블 매핑 디바이스를 활용해 실내와 실외, 수직과 수평, 평지와 계단 등 복합적인 환경을 자연스럽게 연결할 수 있습니다.

비전 AI 기술 고도화, 네이버클라우드

네이버클라우드는 ECCV[1] 2024에서 11편의 AI 연구 논문이 채택되는 성과를 거두며 비전 AI 기술력의 우수성을 입증하였습니다. 최근 멀티모달 AI의 중요성이 대두되는 가운데, 이번 성과는 네이버클라우드의 컴퓨터 비전 분야 연구 역량을 글로벌 무대에서 재확인시켰다는 점에서 의미가 깊습니다. 채택된 연구에는 대규모 이미지와 텍스트 데이터를 정제해 양질의 학습 데이터셋을 구축하는 혁신적인 방법과 이미지 인식 모델의 성능을 향상시키는 새로운 접근법이 포함되어 있습니다. 이러한 연구는 글로벌 AI 연구자들의 주목을 받으며 네이버클라우드의 기술 경쟁력을 확고히 하는 계기가 되었습니다. 네이버는 이 같은 비전 AI 기술을 바탕으로 생성형 AI 서비스 고도화에도 박차를 가하고 있습니다. 2024년 8월 자체 개발한 초대규모 생성형 AI 모델인 HyperCLOVA X 기반의 시각 정보 처리 기술을 공개하고 이를 대화형 AI 플랫폼 CLOVA X에 통합하였습니다.

1) European Conference on Computer Vision: 컴퓨터 비전 분야에서 세계적으로 권위 있는 국제 학술대회





디지털 트윈 솔루션과 공간 지능 기술의 집약체 '네이버 트윈 XR 플랫폼'

네이버 트윈 XR 플랫폼은 디지털 트윈 솔루션과 공간 지능 기술이 집약된 혁신적인 플랫폼으로, 실내외 공간 정밀 매핑에 사용되는 'ALIKE' 솔루션, 매핑 로봇, AI 측위 시스템, 클라우드 인프라 등 다양한 공간 지능 기술을 포괄하고 있습니다. 이를 바탕으로 증강현실(AR)·가상현실(VR)·혼합현실(MR) 서비스와 스마트 글래스, 로봇, 자율주행, 스마트 빌딩, 스마트 시티 등 현실 공간과 가상 세계의 상호작용을 기반으로 하는 다양한 분야의 서비스 개발을 지원하고 있습니다.

네이버는 트윈XR 플랫폼을 통해 2024년 7월부터 사우디아라비아의 디지털 플랫폼 구축 프로젝트를 시작하며 본격적으로 글로벌 시장 공략에 나섰습니다. 2024년 11월에는 세계 최대 규모 건설 전시회인 '시티스케이프 글로벌 2024'에 참가했습니다. 이 전시회에서 선보인 사우디 도시 구현 디오라마 미디어 테이블은 홍수 시뮬레이션, 도시계획 수립, 교통 체계 설계 등 다양한 디지털 트윈 시나리오를 생동감 있게 재현해 현지에서 큰 호응을 얻었습니다.
이 외에도 네이버는 스위스의 로봇 기업 스위스-마일과 협업해 로봇 이동 기술을 공동으로 연구하고 있으며, 일본의 NTT동일본과는 스마트 빌딩, 로봇, AR 프로젝트를 추진하는 등 글로벌 협력을 강화하고 있습니다.

AI의 새로운 지평을 연 HyperCLOVA X

네이버는 텍스트, 이미지, 음성을 동시에 처리할 수 있는 멀티모달 LLM AI ‘HyperCLOVA X’를 통해 AI 기술의 새로운 가능성을 제시하고 있습니다. HyperCLOVA X는 사진 속 상황을 추론하거나 표와 그래프를 분석하고, 상품을 인식해 내용을 설명하는 등 다양한 기능을 갖추어 생산성 향상 도구로서의 클로바 X 활용 범위를 크게 확대하고 있습니다. 기존 클로바 X가 논리적 글쓰기, 코드 작성, 번역 등에 주로 사용되었다면, 이제는 이미지 이해와 상황 추론 능력으로 개인 및 기업의 생산성을 더욱 높일 수 있습니다.

HyperCLOVA X는 또한 음성 멀티모달 기술을 활용해 자연스러운 대화를 할 수 있습니다. LLM의 문맥 이해 및 지시문 해석 능력을 기반으로 기존 음성 인식 및 합성 기술을 발전시켜 발음 정확도와 감정 표현을 개선하였으며, 실시간 음성 번역, 언어 학습, 상담 등 다양한 서비스와의 접목 가능성을 제시하고 있습니다.

네이버는 HyperCLOVA X를 멀티모달 LLM으로 고도화하는 과정에서 ‘AI 안전성’을 핵심 가치로 삼고 있습니다. 2024년 6월 발표한 AI 안전성 실천 체계 ‘네이버 ASF(AI Safety Framework)’를 기반으로 잠재적 위험을 사전에 평가하고, 특히 음성 AI 기술의 안전성을 강화하기 위한 다각적인 검토를 이어갈 예정입니다. 이를 통해 네이버는 혁신적이면서도 신뢰할 수 있는 AI 서비스를 지속적으로 제공해 나갈 것입니다.

지속가능한 미래를 선도하는 데이터센터 ‘각 세종’

네이버 데이터센터 ‘각 세종’은 최첨단 기술과 친환경 설계가 결합된 네이버의 핵심 인프라입니다. ‘각’ 이라는 명칭은 고려시대 팔만대장경을 보관한 ‘장경각’에서 따온 것으로 기록을 위한 보존소란 뜻입니다. 이름에 걸맞게 각 세종은 축구장 41개 크기인 29만 4,000m² 부지 위에 지어져, 총 60만 유닛의 서버를 운영하며, 65엑사바이트에 달하는 데이터를 저장할 수 있습니다. 이는 2013년 준공된 각 춘천의 6.75배에 해당하는 국내 최대 규모입니다.

각 세종은 또한 미래 산업의 글로벌 허브가 되기 위해 혁신적 접근법을 적용하였습니다. AI·클라우드·로봇·자율주행 등 첨단 기술 역량을 ‘각 세종’에 결집시켰습니다. 네이버랩스가 자체 개발한 로봇 자동화 시스템이 구현되어 데이터센터 IT 창고의 핵심 자산인 서버를 관리하는 ‘세로’와 서버실과 창고를 오가며 고중량 자산을 운반하는 ‘가로’가 자산 흐름을 실시간으로 추적하고 하나의 시스템으로 통합 관리합니다. 더불어, 각 세종의 모든 로봇은 네이버클라우드 플랫폼에 구축된 ARC(AI-Robot-Cloud)와 ARM-System(Adaptive Robot Management-System)을 통해 공간 및 서비스 인프라와 실시간으로 연동되어 효율성을 극대화하고 있습니다.

데이터센터는 대규모 데이터를 안정적으로 처리하는 것과 동시에 에너지 효율을 높여 전력 사용을 최소화하는 것이 중요합니다. 이를 위해 각 세종은 자체 개발한 설비를 통해 24시간, 365일 자연 바람으로 서버실을 식히며 냉방 에너지를 절감하고 있습니다.

미래 기술 투자 및 협력 생태계 구축

네이버는 기술 스타트업의 잠재력을 미래 혁신으로 전환할 수 있도록 지원하고, 다양한 사업과의 융합을 통해 미래 성장 동력을 창출하고 있습니다. 이는 네이버가 사회적 책임을 다하며, 지속가능한 성장을 이룰 수 있는 중요한 전략으로, 이를 위해 모두가 함께 성장할 수 있는 협력 생태계를 구축해 나가겠습니다.

기술 스타트업에 전략 투자하는 '네이버 D2SF'

네이버 D2SF(D2 Startup Factory)는 네이버의 기술 스타트업 전략 투자 조직으로, 성장 잠재력 있는 기술 스타트업과 네이버가 협력하며 함께 성장할 수 있는 기회를 만들고 있습니다. 특히 AI, 공간 컴퓨팅, 로보틱스, 모빌리티, 헬스케어, 콘텐츠 등 네이버와 시너지 낼 수 있는 분야의 초기 기술 스타트업에 집중 투자하고 있습니다. 2015년 론칭 이후 2024년 기준 1,722팀의 기술 스타트업과 네이버를 연결했으며, 구체적인 협업 아젠다 216건을 도출했습니다.
또한 누적 110팀의 기술 스타트업에 투자했고 그중 3팀은 네이버가 직접 인수했습니다.
2024년에는 미국 실리콘밸리에 거점을 마련하고, 현지 스타트업 발굴 및 투자에 본격 나서기 시작했습니다.
2025년에는 국내 스타트업들의 글로벌 진출을 위한 교두보 역할에 나서는 한편, 현지 스타트업 투자도 진행하며 국경을 뛰어넘어 네이버와 스타트업의 글로벌 시너지를 만들 계획입니다.

초기 기술 스타트업 집중 투자 분야

AI
SPATIAL COMPUTING
ROBOTICS
MOBILITY
HEALTHCARE
CONTENT

IT-건설 융합 시너지로 글로벌 시장 공략 본격화

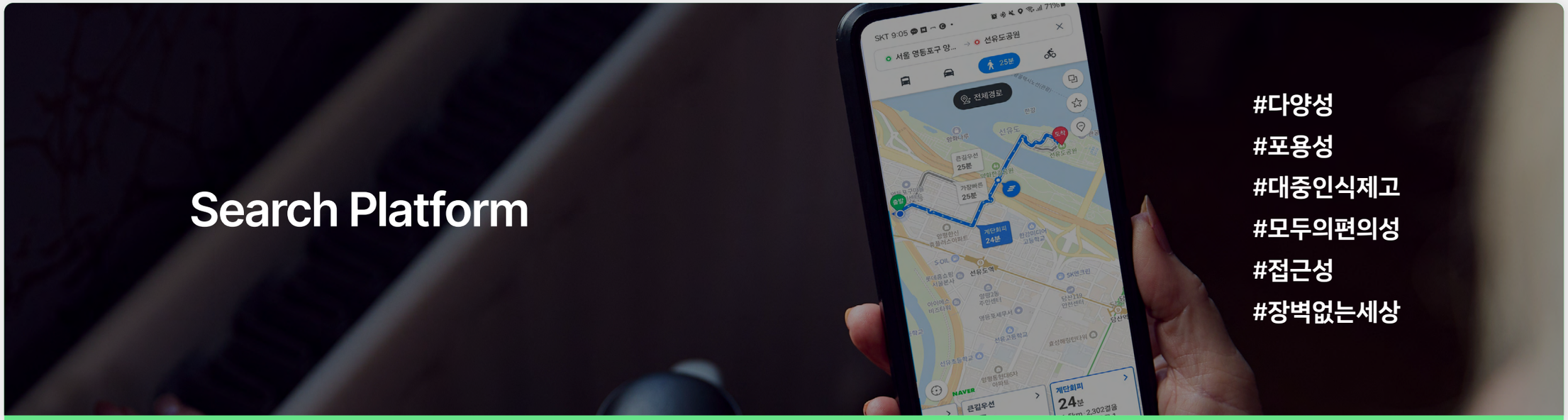
네이버와 삼성물산은 전략적 파트너십을 통해 양사의 역량을 결합하고, 미래형 사업 생태계를 확장해 나갈 계획입니다. 주요 분야로는 미래 기술을 바탕으로 한 오피스 공간 디지털화, 첨단 스마트 시티 구축 및 글로벌 시장 확장, ICT 기술을 활용한 건설 산업 경쟁력 강화 등이 포함됩니다. 특히 삼성물산이 건설에 참여한 '테크 컨버전스 빌딩'과 네이버의 1784 사옥에 적용된 AI, 클라우드, 자율주행, 로보틱스, 5G 등 첨단 기술을 융합하여 스마트 빌딩 및 홈·빌딩 플랫폼을 혁신하고, 이를 기반으로 B2B 고객을 위한 차세대 플랫폼 사업을 구체화할 계획입니다. 이번 협업을 계기로 양사는 사우디아라비아를 포함한 글로벌 시장에서의 사업 확장 목표를 수립하였습니다.

중동 디지털 혁신을 위한 MOU 체결

네이버는 2024년 3월 사우디아라비아의 글로벌 에너지 기업 아람코의 디지털 자회사인 '아람코 디지털(Aramco Digital)'과 전략적 파트너십을 체결하였습니다. 아람코 디지털은 아람코의 디지털 및 기술 혁신을 이끄는 부서로, 중동 및 북아프리카 지역의 디지털 전환을 목표로 활동하고 있습니다. 이번 협약을 통해 네이버는 아람코 디지털과 함께 사우디아라비아 및 중동 지역에 최적화된 소버린 AI와 클라우드 환경 구축을 추진합니다. 양사는 아랍어 기반의 LLM을 활용한 소버린 AI 개발과 현지 문화에 맞춘 AI 모델을 함께 구축해 다양한 산업 분야에 맞춤형 디지털 솔루션을 제공할 계획입니다. 이와 더불어 클라우드, 로봇, 디지털 트윈 기술을 적용하여 스마트 빌딩과 스마트 도시 건설 분야에서도 협력을 확대할 예정입니다. 네이버는 AI와 클라우드 원천 기술을 보유한 글로벌 몇 안 되는 기업으로서 아람코 디지털의 주요 파트너로 인정받고 있으며, 이에 힘입어 중동 시장에서의 디지털 혁신 적극적으로 이루어 가겠습니다.

Sustainable Business Practices

서치플랫폼
커머스
핀테크
콘텐츠
엔터프라이즈



“ 누구나 자유롭게 이동할 수 있습니다.”

네이버 지도는 많은 사람이 소외 없이 공간을 원활히 이동할 수 있도록 돕고 있습니다. 장애인, 고령자, 임산부, 영유아 동반자 등 교통약자에게 네이버 지도 앱 ‘계단 회피 경로’ 기능은 평탄한 길로 안내하여 이동의 편의를 제공합니다. 네이버는 다양한 기술을 활용하여 누구나 안전하고 편리하게 이동할 수 있는 사회를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

“ 다양한 이동 과정에서 끊김 없는 경험을 제공합니다.”

네이버는 버스, 지하철, 기차, 항공, 여객선까지 아우르는 종합 길 찾기 서비스를 통해 폭넓은 이동 수단의 선택지를 제공하고 있습니다. 도서 지역 거주민과 섬 관광객이 보다 정확한 이동 계획을 세울 수 있는 여객선 정보까지 포함해 ‘올인원 플랫폼’으로 진화한 네이버 지도는 원활한 이동과 함께, 지역 경제 활성화에도 기여할 것이라 기대되고 있습니다.

“ 평범한 하루를 특별한 오늘로 만듭니다.”

네이버는 2008년부터 ‘스페셜 로고’를 소개하여, 바쁜 일상에서도 소중한 하루의 의미를 알리고 있습니다. 스페셜 로고는 국경일과 명절의 의미와 더불어 사회적 메시지도 전달하고 있으며, ‘일회용 비닐봉투 없는 날’과 같이 실천을 이끌어 내기도 합니다. 앞으로도 네이버는 창작자의 개성과 스토리를 담아 하루를 특별하게 만들고, 사회적 가치를 널리 전파하는 창구로서의 역할을 다하겠습니다.

“ 언어 장벽 없이 모두가 연결된 세상을 열어갑니다.”

네이버는 영어, 중국어, 일본어 등 다국어 지원을 통해 외국인에게 언어 장벽 없이 목적지에 도달할 수 있는 다양한 길 찾기 환경을 제공하고 있습니다. 또한 ‘키워드 리뷰’ 기능을 활용해 플레이스에 대한 다양한 궁금사항을 확인할 수 있습니다. 네이버는 이러한 편의성과 접근성 제고를 통해 보다 연결된 세상을 만들어 나가고자 합니다.

"SME와 함께 성장할 수 있는 생태계를 만듭니다."

네이버는 SME가 지속가능한 방식으로 성장할 수 있도록 다양한 지원 방안을 마련하여 온라인 커머스 시장의 지속가능한 상생 모델을 만들고 있습니다.

- **무료 교환·반품 배송비 지원으로 SME의 성장 지원**
  '반품안심케어' 프로그램을 통해 스마트스토어 내 SME의 교환·반품 배송비를 무료로 지원하며 매출 상승을 위한 마케팅 도구로서 활용될 수 있도록 지원합니다.
- **SME 성장 단계별 '커머스 솔루션'**
  '커머스 솔루션마켓'을 통해 SME의 성장 단계에 최적화된 비즈니스 운영 및 기술 솔루션을 제공하고 지속적으로 서비스를 개선할 수 있도록 합니다.
- **SME 성장 모멘텀을 위한 역량 강화 맞춤 지원**
  '스토어 그로스(growth) 프로그램'과 '네이버 스퀘어 멘토링 스튜디오'를 통해 기술 솔루션 활용 교육과 성장 포인트를 지원하며 맞춤형 기술 솔루션과 1:1 전문가 코칭을 제공합니다.
- **창작자와 SME간 협업 모델로 시너지 창출**
  네이버는 '브랜드 커넥트'를 통해 창작자와 SME의 협업 기회를 확장하고, 창작자는 안정적인 수익을, SME는 효과적인 마케팅 채널을 확보할 수 있도록 지원합니다.

"안심하고 쇼핑할 수 있는 건강한 거래 환경을 만듭니다."

디지털 경제 성장과 함께 온라인 거래가 일상이 된 한편, 디지털 커머스 플랫폼에서의 소비자 피해도 증가하고 있습니다. 이에 네이버는 단순 거래 플랫폼 역할만이 아닌 소비자가 안심하고 쇼핑할 수 있는 거래 환경을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

- **'안심보장' 프로그램으로 소비자 보호 강화**
  위조상품 방지, 위해상품 모니터링 강화, 비정상적 거래 탐지 고도화 등을 통해 소비자 신뢰와 판매자 지속성장을 도모합니다.
- **독립적인 '자율규제위원회'를 통한 투명한 거래환경 조성**
  신뢰성 제고를 위해 '자율규제위원회'를 운영하며 투명한 거래 환경을 만들고 있습니다. 또한 국내 플랫폼 기업 최초로 2024년 8월 자율규제 활동보고서를 공개해, 규제 준수를 넘어 소비자 보호를 위한 주도적인 책임에 대한 결과를 공개했습니다.

“빠른정산, QR송금으로 상생금융을 실현합니다.”

결제 후 3일 이내에 100% 대금을 정산해주는 ‘빠른정산’과 맞춤형 금융 지원을 통해 소상공인의 안정적인 사업 운영을 돕습니다. 또한 바쁜 영업 현장에서 구매자의 송금 내역을 즉시 확인할 수 있도록 ‘QR송금’ 서비스에 음성 알림 기능을 추가하는 등 소상공인의 사업 곳곳에 도움을 줄 수 있도록 다양한 서비스를 고안하고, 제공하고 있습니다.

“소비자 보호를 위한 결제 시스템으로 신뢰를 쌓아갑니다.”

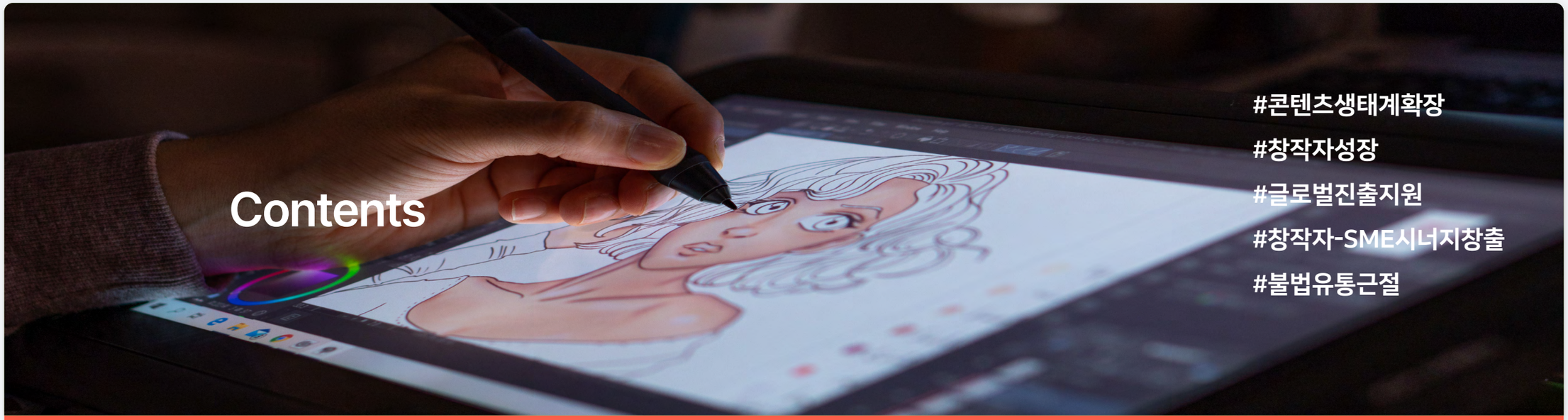
결제 취소 후 48시간 내 환불 등 정책을 통해 소비자 보호를 최우선시하고, 불필요한 금전적 피해를 막아 신뢰할 수 있는 금융 환경을 조성하고자 노력합니다.

“마이비즈와 함께 소상공인의 성장동력을 확보합니다.”

소상공인의 매출 증가와 안정적인 사업 운영을 도모하기 위해 다양한 정부 지원 프로그램과 맞춤형 금융 서비스를 제공할 뿐만 아니라, 소상공인이 비즈니스 현황을 한눈에 관리할 수 있도록 2024년 ‘네이버페이 마이비즈’를 출시하는 등 소상공인의 사업 성장을 여러 방면에서 지원합니다.

“지속가능성을 위해 일상에서 행동할 수 있도록 돕습니다.”

이용자가 기후 위기 문제를 인식하고 생활 속 기후행동을 실천하는 것에 함께합니다. 한국환경산업기술원의 ‘탄소중립실천포인트제’에 동참하여 이용자는 탄소중립포인트를 네이버페이 포인트로 적립할 수 있습니다.



“잠재력 있는 창작자를 발굴하고 활동을 지원합니다.”

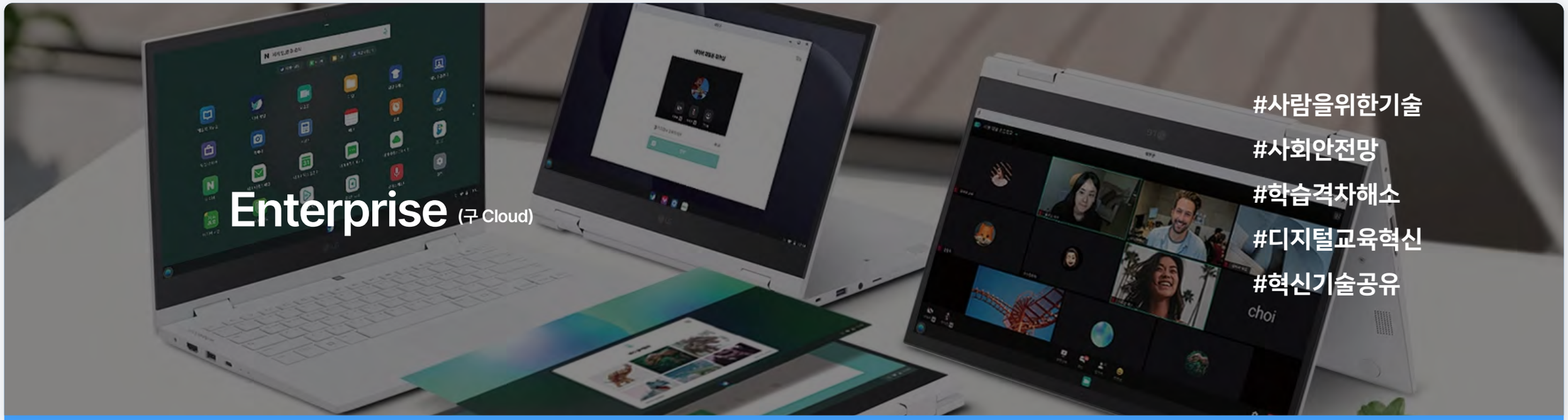
숏폼, 웹툰, 웹소설 등 국내 콘텐츠가 해외에서도 인기를 얻고 있는가운데, 네이버는 다양한 지원 프로그램을 마련해 창작자들이 안정적으로 활동할 수 있도록 돕고 있습니다.

• 지속적인 성장을 위해 창작자와 소통
빠른 소비 트렌드에 따라 숏폼의 인기가 높아지며, 네이버의 ‘클립’ 또한 창작자와 이용자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다. 이를 발판 삼아 네이버는 ‘클립 크리에이터스 데이’를 통해 창작자 의견을 청취하고, 함께 성장할 방안을 모색하고 있습니다.

• 신진 창작자의 성장 발판 마련
네이버웹툰은 글로벌 1위 스토리테크 플랫폼으로서, 신규 창작자들을 위한 교육 프로그램과 공모전을 개최하고 있습니다. 또한 글로벌 진출과 사업의 기회를 창출하여 창작 생태계를 확장할 수 있도록 돕고 있습니다.

“창작자 보호를 통해 건강한 콘텐츠 생태계 조성을 위해 노력합니다.”

건강한 콘텐츠 생태계를 만들기 위해 강력한 법적 대응과 국제적 차원의 차단 조치로 불법 유통 근절을 위한 노력을 이행합니다. 2024년 10월, 네이버웹툰은 불법 사이트 운영진에게 10억 원 규모의 손해배상 소송을 제기하며 저작권 침해에 강력히 대응했습니다. 또한 최초 불법 유출자를 식별하고 차단하는 ‘툰레이더’를 통해 불법 웹툰복제물을 추적하는 등 불법 사이트에 대한 경고 및 법적 조치를 병행하고 있습니다.



Enterprise (구 Cloud)

“사람을 위한 AI 기술로 사회 안전망 구축에 기여합니다.”

네이버는 기술이 사회적 가치를 실현하는 도구가 되어야 한다는 신념으로 AI 기술을 발전시키고 있습니다. 클로바 케어콜은 AI가 독거노인과 중장년 1인가구에게 직접 전화를 걸어 안부를 확인하는 서비스입니다. 단순한 음성 안내가 아닌 자연스러운 대화를 통해 정서적 교감을 제공하고, 이전 대화 기억을 통해 건강 이상 징후를 빠르게 발견하고 있습니다. 이처럼 클로바 케어콜은 소통을 통해 정서적으로도 안정적인 돌봄 서비스를 제공함과 동시에, 실질적인 사회적 안전망으로 자리 잡아가고 있습니다.

“AI 기술로 학습 격차를 해소해 동등한 교육 기회를 제공합니다.”

네이버는 클라우드 기반 혁신 기술을 통해 누구나 열린 학습 기회를 제공하는 디지털 교과서를 지원하고 있습니다. 교과서의 디지털화로 종이 소비를 줄이는 교육방식을 촉진하고 있으며, 학습 속도와 수준 분석에 기반한 맞춤형 피드백 제공과 인터랙티브 학습을 통해 학업 성취 향상을 도와 학습 격차를 해소하는데 기여합니다. 네이버의 AI 기술이 폭넓은 교육 기회를 제공하는 지속가능한 교육 환경을 조성하여, 교육의 미래를 열어갈 수 있도록 노력하겠습니다.

ESG Report

ESG HIGHLIGHTS

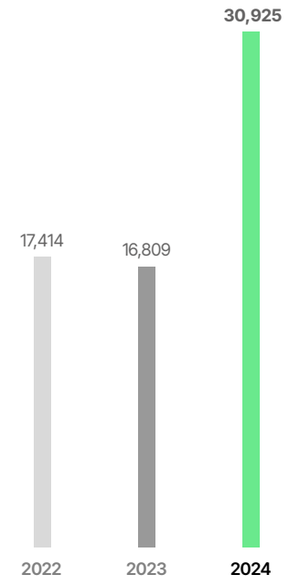
환경 | 사회 | 지배구조

온실가스 배출량 공개 연결법인 비중 (연결 매출액 기준)

98.6 %

온실가스 배출 감축량

30,925 tCO_2eq



재생에너지 사용량

19,915 MWh

자가설비 및 PPA를 통한 재생에너지 사용

재생에너지를 통한 온실가스 감축량

9,144 tCO_2eq

재생에너지 자가설비 및 PPA를 통한 온실가스 감축

사내카페 다회용컵 재사용

60 만 회

전자문서 서비스로 탄소배출 감축 기여

1,561 tCO_2eq

그린쇼핑위크 총 거래액

24 억 원

그린쇼핑위크, 그린프라이데이 진행을 통한 소비자 환경친화적 상품 선택 장려

* 2024년 기준

ESG HIGHLIGHTS

환경 | 사회 | 지배구조

전사 정보보호 교육 수료율

97.3%

업무 수행 과정에서 실제 발생할 수 있는
보안 사고 사례 및 위험성 교육
* 네이버 및 계열 법인 전 임직원 대상

동반성장위원회 동반성장지수 평가

8년 연속 최우수 등급

방송통신위원회 주관 이용자보호업무 평가

* 네이버 쇼핑, 부가통신업계 최초

매우 우수 등급

분수펀드 집행금액

968.8 억 원

불법 유해 콘텐츠 신고지수 (전년 대비)

50% ▼

소프트웨어 보안 취약점 국제표준 관리 번호 발급

8 건 (누적 29건)

조직문화진단 '문화적 안전' 긍정 응답률 (2021년 대비)

44%p ▲

프라이버시 강화 보상 제도(PER)

접수 건수 (전년 대비) 131.4% ▲

2022	99
2023	204
2024	268

보상 건수 (전년 대비) 111.0% ▲

2022	35
2023	82
2024	91

AI Safety 연구논문 발표

25 건

복지 사각지대 클로바 케어콜 도입기관 수, 서비스 이용자 수

약 130개 기관, 4만 5천 명

* 2024년 기준

ESG HIGHLIGHTS

환경 | 사회 | 지배구조

배당지급액

1,684 억 원

자기주식 소각

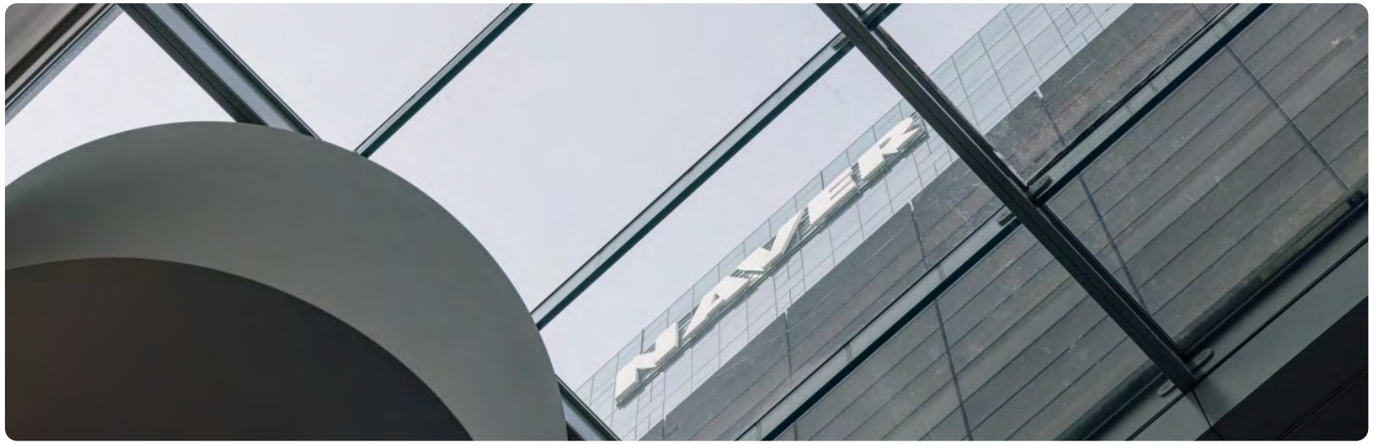
2,347,500 주

이사회 개최횟수

총 11 회

이사회 사외이사 출석률

100%



규범준수 및 부패방지경영시스템 인증

ISO 37001
(부패방지경영시스템 표준규격)
2021년 취득

ISO 37301
(규범준수경영시스템 표준규격)
2023년 취득

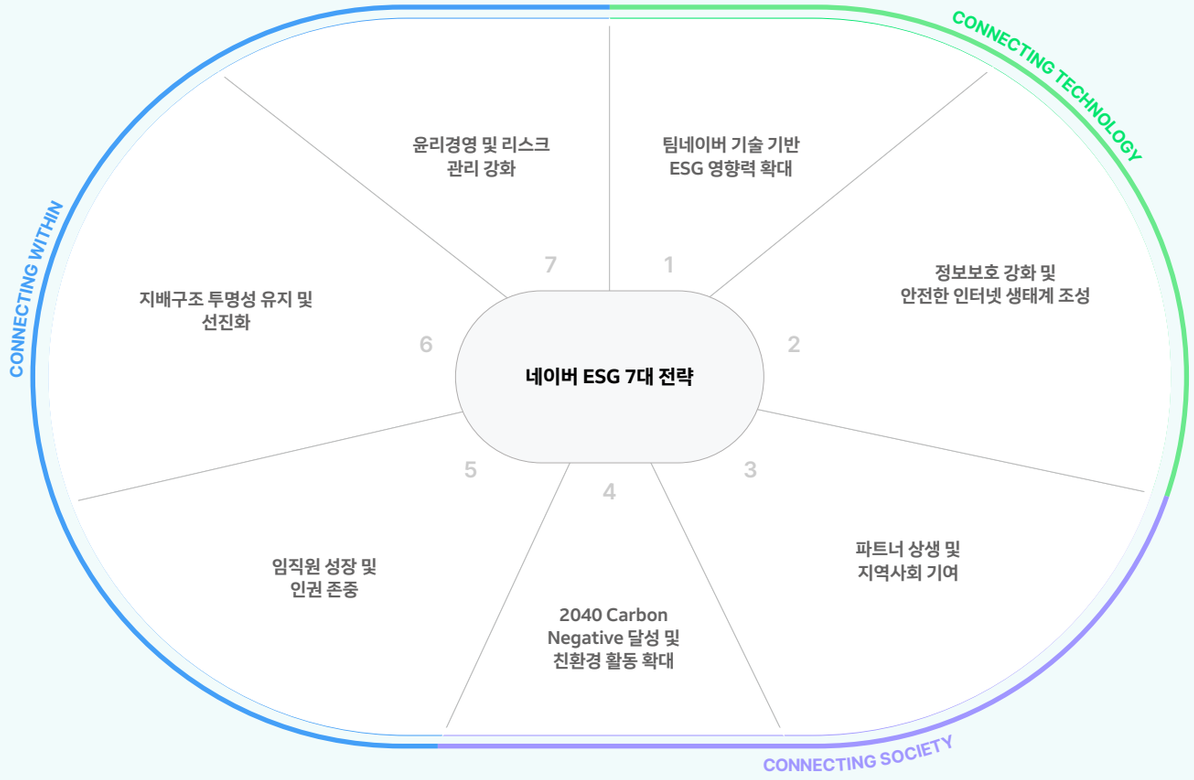
공정거래 자율준수프로그램(CP) 등급 평가

AA 등급

* 2024년 기준

ESG STRATEGIES

네이버는 2020년에 ESG 7대 전략을 수립하였으며, ESG 이슈 및 트렌드를 반영하여 주기적으로 전략을 업데이트하며 최신화하고 있습니다.
이를 위해 매년 개선사항을 분석하여 부서별 추진과제를 설정하고 주기적으로 이행사항을 검토하고 있습니다.



팀네이버 기술 기반 ESG 영향력 확대 [1]

- AI 윤리 및 안전
- 디지털 포용성
- 이용자 보호 및 만족
- 서비스 안정성 확보

정보보호 강화 및 안전한 인터넷 생태계 조성 [2]

- 개인정보보호 및 프라이버시 보장
- 정보보안 시스템 강화

파트너 상생 및 지역사회 기여 [3]

- 공급망 ESG·지속가능성 관리
- 파트너 동반성장 지원 및 상생
- 사회공헌 및 지역사회 발전 기여

2040 Carbon Negative 달성 및 친환경 활동 확대 [4]

- 온실가스 관리 및 재생에너지 확대
- 데이터센터 에너지 효율화
- 사업장 수자원 및 폐기물 관리
- 환경친화적 서비스 발굴 및 제공

임직원 성장 및 인권 존중 [5]

- 인재 유치 및 역량 개발
- 임직원 조직문화 개선
- 인권 및 다양성 존중

지배구조 투명성 유지 및 선진화 [6]

- 주주가치 제고
- 투명한 이사회 운영

윤리경영 및 리스크 관리 강화 [7]

- 기업윤리 및 반부패 준수
- 공정거래 및 준법경영 강화
- 통합적 리스크 관리

GOAL & PROGRESS

네이버는 ESG 7대 전략을 기반으로 비즈니스 특성을 고려한 중장기 목표를 설정하고 주기적으로 모니터링하고 있습니다.

	ESG 7대 전략	중장기 목표	2024년 성과	2025년 주요 KPIs
CONNECTING TECHNOLOGY	1 팀네이버 기술 기반 ESG 영향력 확대	AI Safety 관리체계 고도화	• 팀네이버 AI Safety Framework (ASF) 제정 및 외부공표 • AI Safety 연구논문 25건 발표	• 전사 AI 모델 및 서비스 대상 AI 안전 관리체계 구축 • 임직원 AI 안전 관련 교육
		이용자 보호 및 소통 강화	• 불법 유해 콘텐츠 신고지수 50% 감소 • 디지털 ARS 도입을 통한 상담 및 문의 편의성 확보	• AI 콘텐츠 리스크(딥페이크 등) 해소를 위한 보호기술 확대 • 디지털 ARS를 통한 고객 문제 해결률 20% 향상
	2 정보보호 강화 및 안전한 인터넷 생태계 조성	개인정보에 대한 이용자 통제권, 투명성 최대 보장	• 서비스 중심 글로벌 Data Privacy 웹 페이지 리소스 구성 및 공개 • 글로벌 대상 질의 확장성, 해외 법제 Compliance 충족 중심 개인정보보호 강화	• 팀네이버 명의 '개인정보 처리 및 보호 공동 가이드라인' 발행 및 임직원 인식 제고 캠페인 진행 • 아동·청소년 개인정보보호 인식 강화를 위한 오프라인 부트캠프 행사 진행
		정보보호 생태계 조성 리딩	• AI를 활용한 애플리케이션 보안 가이드 작성 및 내부 배포 • 사내 컨테이너 보안관리 플랫폼과 컨테이너 이미지 취약점 검사 플랫폼 통합 고도화	• AI 모델 및 AI 이용 서비스에 대한 보안점검 프로세스 수립
CONNECTING SOCIETY	3 파트너 상생 및 지역사회 기여	네이버 공급망 특화 ESG 통합관리 프로세스 강화	• 공급망 내 그린 파트너 선정 기준 개편 및 관리 대상 수 200% 확대 • 공정거래협약사 대상 ESG경영 컨설팅 지원(16개사) 및 파트너스데이 개최(120명 참여)	• 산업 기반 구매 규정 세분화를 통한 공급망 관리 정책 수립 • 네이버 공급망 구조 특성 기반 산업별 ESG 리스크 파악 및 정기 평가 세분화
		취약계층 교육 지원 확대	• '오픈클래스' 및 '미래채움'을 통한 경력단절여성 대상 프로그램 운영(수혜 경력단절여성 7,604명) • '부스트코스'를 통한 산업 내 부족한 여성인력 양성(수혜자 1,838명)	• 소프트웨어야 놀자를 통한 소외계층 프로그램 운영 • 경력단절여성 대상 강사 양성 및 학생 대상 AI 교육 지원(강사 교육 300여 명, 수혜 학생 3만여 명)
	4 2040 Carbon Negative 달성 및 친환경 활동 확대	2040 Carbon Negative	• 재생에너지 사용량 20GWh 달성 • 연결법인 온실가스 배출량 공개	• 데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련 • 재활용품 회수 보상 거점 정보 제공 전국 확대
CONNECTING WITHIN	5 임직원 성장 및 인권 존중	회사·임직원이 함께 성장하는 일하는 문화 조성	• 조직별 Pulse Survey 운영 신규 도입 • 리더와 팀원 간 관점 공유 목적 프로그램 확대	• 개인별 경험 및 역할에 맞춘 단계별 리더십 지원 프로그램 확대 운영 • 조직문화진단 결과 및 결과 기반 개선과제 임직원 대상 공유
		임직원 성장 지원 프로그램 모니터링 강화	• 직군별 성장 로드맵 이행을 통한 내부 역량 육성 및 강화	• 교육 프로그램 효과성 측정 및 모니터링 체계 구축 • 개인별 온·오프라인 통합 교육시간 측정체계 구축
		조직 내 다양성 증진 지원	• 임신 중인 팀원 케어를 위한 리더 대상 가이드 제공 • 난임 휴직, 난임 시술비 지원 신설	• 출산휴가 및 육아휴직 사용 후 복귀 비율 모니터링 및 개선방향 설정 • 임원 대상 교육에 다양성 관련 콘텐츠 보강을 통한 조직관리 인텔리전스 확보 지원
		인권경영체계 고도화	• 전 임직원 대상 네이버 인권교육 실시 • 인권 취약집단 식별 및 집단별 잠재리스크 분석, 개선과제 이행	• 서비스로 인한 잠재·실제 인권 리스크 식별 및 공개, 개선
	6 지배구조 투명성 유지 및 선진화	지배구조 선진화 지속	• 최고경영진 승계 프로세스 및 관련 공시 강화	• 이사회 및 위원회 평가 실효성 강화 • 이사회 독립성 및 다양성 가이드라인 공개
	7 윤리경영 및 리스크 관리 강화	부패방지 시스템적 통제수준 고도화	• 임직원 부패방지 교육 이수율 관리	• 부패방지경영시스템 체계 점검·고도화 및 유효성 평가 개선 • 부정위험 사전예방 시스템인 'Self-Check System' 운영
		공정거래 자율준수 프로그램 내재화	• CP 등급평가 AA 등급 획득	• 공정거래 자율준수 프로그램 임직원 내재화를 위한 컴플라이언스 통합가이드 구축

ESG Management

ESG 추진체계
이해관계자 소통
이중 중대성 평가

ESG 추진체계

ESG경영 의사결정 체계

네이버는 ESG위원회 및 전담 조직과 워킹그룹으로 구성된 효과적인 ESG경영 의사결정 체계를 구성하였습니다.

ESG위원회	• ESG 중대 토픽별 리스크 및 기회 검토·관리, 전략 수립·모니터링 • 전사 ESG 추진 사항 및 ESG정보 공시에 대한 최고의사결정 수행 • 기후변화 대응 전략 및 방향성 수립 • 임팩트 펀드(사회공헌 비용) 집행 등
ESG 전담 조직 (GREEN IMPACT)	• 전사적 ESG 전략 수립·방향 설정, 전략 이행 성과 취합 및 검토 • ESG 워킹그룹 및 유관부서 대상 이행과제 및 성과 관리 • 추진 과제 현황 및 안건 ESG위원회 보고 • ESG 관련 이슈 및 이해관계자 요구사항 이사회 보고
ESG 워킹그룹	• ESG 관련 과제 달성을 위한 상호 협력 및 성과 모니터링 • 기타 ESG 관련 과제 사전 발굴

ESG위원회 활동

네이버의 ESG위원회는 전사 ESG 위험과 기회를 감독·관리하는 최고 협의체입니다. 2020년 10월 이사회 내 ESG위원회가 설치된 이후 다양한 경영환경에서 발생하는 환경, 사회, 지배구조 영역의 위험과 기회를 관리하며 ESG 관련 안건의 최종승인을 담당하고 있습니다. 2024년 동안 ESG위원회는 총 4회 개최되었습니다.

개최일자		내용	구분	참석률
2024년	1차(3월)	ESG 전략 고도화 및 경영진 KPI	가결	100%
		재생에너지 시장 동향 및 2024년 이후 확보 방향성	보고	100%
	2차(6월)	2024년 ESG 공시 방향	가결	100%
		2024년 네이버 ESG 경영 현황 및 전략	보고	100%
	3차(11월)	그린팩토리, 커넥트원 재생에너지 계약(PPA)	가결	100%
	4차(12월)	2024년 ESG경영 성과 및 중대 토픽 도출[1]	가결	100%

1) 2024년 중대 토픽 사전 검토 및 중대 토픽별 위험 및 기회 검토 포함

최고경영진 ESG KPI

네이버는 ESG경영 강화를 위해 기업 성장에 영향을 미치는 지속가능성 관련 요소를 경영진의 단기 및 중장기 목표로 설정해 관리하고 있습니다. 2024년에 설정한 ESG 영역별 세부 목표는 모두 달성하였으며, 2025년에는 사업 활동의 시너지를 창출할 수 있는 AI Safety와 상생활동을 강화하는 목표와 ESG 리스크를 관리하기 위한 기후변화 대응, 정보보호, 인적 자본 관리 관점의 목표를 수립하였습니다. ESG위원회는 최고경영진 ESG KPI를 최종 승인하며 이행 수준을 주기적으로 감독하고 있습니다.

2025년 최고경영진 ESG KPI			KPI 유형
사업 시너지	AI안전	AI Safety Compliance 대응 및 관리체계 구축	정량/정성
		AI Safety 포용적 Engagement 강화	정성
	상생	임팩트 위원회 및 펀드 거버넌스 체계 고도화	정성
		임팩트 펀드 활동 기반 1,100억 원 이상 집행	정량
		AI 생태계 확장을 위한 캠페인 및 교육 진행	정량
중대 토픽	기후변화 대응	데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련	정량/정성
		재활용품 회수 보상 거점 정보 제공 전국 확대	정성
	개인정보보호	팀네이버 개인정보보호 정책 및 보호 가이드라인 일원화	정량/정성
	정보보안	양방향 AI Safety 보안 기술체계 확립	정량/정성
	인적 자본 관리	네이버 전사 방향성 기반 임직원 성장환경 조성	정량/정성

이해관계자 소통

네이버의 주요 이해관계자는 이용자, 임직원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부입니다. 각 이해관계자의 특성을 고려한 채널을 통해 양방향 소통을 이어가고 있습니다.
채널로 수집된 이해관계자별 주요 관심사항은 위험 및 기회 관리에 활용하고 있으며, 이 중 주요한 내용은 ESG 전략에 반영하고 있습니다.
더불어 네이버가 2024년에 이해관계자에게 분배한 연결 기준 경제적 가치는 약 6조 7,757억 원으로, 2023년 약 6조 5,023억 원 대비 약 4.2% 증가하였습니다. 앞으로도 이해관계자와의 양방향 소통을 바탕으로 경제적 가치를 나누며 지속가능한 성장을 도모하겠습니다.

네이버 6대 이해관계자

	이용자	임직원	투자자 및 주주	파트너	지역사회	정부
참여·소통	· 네이버 공식 홈페이지, 블로그, 카페 · 네이버 고객센터 · 프라이버시 센터 · Security 블로그 · 그린인터넷 포털 · 분쟁조정 신청 제도 · 기업윤리상담센터	· 사내 포털 'CONNECT' · 고충처리 채널 'With U', 'kNock', 'NVO 고충상담', 'Human Rights 핫라인' · 네이버 노사협의회 'NAVER Valuable Opinion' · 철학 및 가치 소통 'Code Day' · 전 임직원 대상 몰입도·만족도 조사 연간 조직문화진단 및 Pulse Survey · 주요 HR 현안 공유 및 임직원 의견 청취를 위한 'HR Share'	· 주주총회 · 주주서한 · Analyst Day, Investor Day · 실적발표 컨퍼런스콜, 1:1 미팅 등	· Voice of Partners(VoP) 제도 · 상생협력 제안 창구 '파트너스 라인' · 분쟁조정 신청 제도 · 기업윤리상담센터 · 파트너와 직접 소통하는 '파트너스 데이'	· 네이버 커넥트재단 · 해피빈 기부 플랫폼 · 소상공인 및 창작자 지원 '프로젝트 꽃' · 네이버 고객센터 · 기업윤리상담센터 · 전국 네이버 스퀘어 운영 (역삼, 종로, 홍대, 부산, 광주)	· 산학연 기술협력, 스타트업 육성 프로그램 · 부처별 SME 지원 프로그램 등 사업 참여 · 공공서비스 지원 활동 · 협회 가입 및 활동 참여
주요 관심사	· 개인정보보호 및 프라이버시 보장 · 정보보안 시스템 강화 · 이용자 보호 및 만족 제고 · 서비스·콘텐츠 안정성 및 안전성 확보	· 임직원 조직문화 개선 · 인권 및 다양성 존중 · 인재 유치 및 역량 개발	· 통합적 리스크 관리 · 투명한 이사회 운영 · 주주가치 제고	· 공급망 ESG·지속가능성 관리 · 환경친화적 서비스 발굴 및 제공 · 파트너 동반성장 지원 및 상생	· 사회공헌 및 지역사회 발전 기여 · 데이터센터 에너지 효율화 · 사업장 수자원 및 폐기물 관리 · IT 기술 윤리 강화 및 정보 격차 개선	· 온실가스 관리 및 재생에너지 확대 · 기업윤리 및 반부패 준수 · 준법경영 및 공정거래 강화

이해관계자별 가치 분배

합계 6조 7,757억 원

1) 판매수수료, 결제수수료, 페이적립금, 콘텐츠 수수료, 매출원가 등

이중 중대성 평가

네이버는 경제, 사회, 환경, 지배구조 영역 중 중요성이 높은 토픽을 효과적으로 식별하고 대응 전략을 고도화하기 위해 매년 이중 중대성 평가를 실시하고 있습니다. 이중 중대성 평가란 기업 외부 환경이 재무 성과에 미치는 영향(Financial Materiality)과 기업 활동이 사회·환경에 미치는 영향(Impact Materiality)을 종합적으로 고려하는 방식입니다.

이중 중대성 평가 절차 및 평가 결과에 대해서는 이사회 보고 및 승인을 거쳐 통합보고서에 공개하며, 식별된 우선순위를 기반으로 ESG 7대 전략 및 ESG KPI 설정에 적용하고 있습니다.

네이버는 매년 ESG 공시 동향 및 각 토픽별 동향에 근거해 세부적인 이중 중대성 평가 방법론을 고도화하고 있습니다. ESG 공시 트렌드 및 토픽의 직관성을 고려하여 전년도 대비 토픽을 통합하거나 수정하였으며, 2024년에는 AI 고도화 및 디지털 영향력 확대에 따른 'AI 안전' 토픽이 신규 토픽으로 추가되었습니다. 2024년에는 총 17개 주제로 토픽 Pool이 구성되었으며, 내외부 이해관계자 의견 수렴 등 이중 중대성 평가를 통해 토픽별 영향도를 평가하였습니다.

이중 중대성 평가 프로세스

체계화된 네이버의 이중 중대성 평가 과정은 네이버의 ESG 전략을 점검하고, 대내외 이슈 및 이해관계자의 의견을 수렴하여 중요 토픽을 식별하는 지속가능경영의 핵심적인 활동입니다.

STEP 1	ESG 토픽 선정	· 최종 17개 토픽 선정 - 국내외 ESG 트렌드 분석 - 동종기업 및 글로벌 선도기업 벤치마킹 - 이해관계자 관심사항 분석
STEP 2	토픽별 IRO[1] 검토	· 사회·환경 영향도 분석 · 재무적 영향도 분석 - 투자자 관심사항 - 미디어 리서치 - 국내외 연구보고서
STEP 3	이해관계자 의견 수렴	· 이해관계자 의견 수렴 - 내·외부 이해관계자 설문조사(긍·부정 평가)
STEP 4	중요 토픽 선정	· 핵심 토픽 4개 선정 · ESG위원회 검토
STEP 5	공시 및 관리	· 통합보고서 공시 · 최고경영진 및 조직별 ESG KPI 수립 · 이해관계자 커뮤니케이션

1) Impact, Risk, Opportunity

이중 중대성 평가 결과

2024년 이중 중대성 평가 결과, 네이버의 비즈니스에 대한 임팩트와 네이버의 사업으로 인한 환경·사회적 영향 측면에서 중요성이 큰 토픽은 '개인정보보호', '인적 자본 관리', '정보보안', '온실가스 및 에너지관리'입니다. 위 4개 토픽은 네이버의 다양한 사업 영역에 미치는 재무적 영향이 중대하여 이해관계자의 관심사항이 높습니다. 이에 각 토픽별 식별한 구체적인 위험 및 기회와 이를 관리하기 위한 지배구조, 전략, 리스크 관리, 지표 및 목표를 본 보고서를 통해 상세히 공개하고 있습니다. 이 중 '인적 자본 관리' 토픽에 대해서는 인재 확보·채용, 성장·교육, 리뷰 및 보상, 노사관계, 복리후생, 안전보건, 다양성, 임직원 대상 인권경영 등으로 세분화하여 접근하고 있으며, 주제별 전담 부서를 통해 심층적으로 관리하고 있습니다. 다만 인적 자본 관리가 포괄하는 내용 및 범위가 넓고, 글로벌 공시 규정[1]에서 요구하는 사항이 상이하여 FY24 통합보고서에서는 분류를 재정립하여 파트를 구성하였습니다. 시장 경쟁력 및 혁신, 재무 성과와 밀접하게 연관된 인재 확보, 성장, 보상의 내용은 위험 및 기회 관리를 중심으로 'ESG Priorities' 파트에서 작성하였으며, 이외 인적 자본 관리 내용은 'ESG Fundamentals' 파트에서 주제별로 상세하게 정보를 기술하였습니다. 더불어 '수자원 및 생물다양성', '폐기물 관리' 2개의 토픽은 네이버의 정책, 관리체계 등을 고려하여 'ESG Fundamentals' 파트 내 '환경영향관리'에서 통합 기술하였습니다.

1) 미국 증권거래소, 일본 상장사 규정, 현재 개발 중인 ISSB 등 글로벌 공시 규정

		Upstream	Operation		Downstream			사회·환경적 중요성	재무적 중요성	이중 중대성 영향
순위	TOPIC	협력사	계열사[2]	네이버 임직원	파트너사, 협력사	이용자[3]	정부, 지역사회			
1	개인정보보호	●	●	●	●	●	●	■■■	■■■	■■■
2	인적 자본 관리		●	●			●	■■■	■■■	■■■
3	정보보안	●	●	●	●	●	●	■■■	■■■	■■■
4	온실가스 및 에너지관리	●	●	●			●	■■■	■■■	■■■
5	이사회 운영		●	●				■■□	■■□	■■□
6	공정거래 및 준법경영	●	●	●	●		●	■■□	■■□	■■□
7	AI 안전		●	●	●	●	●	■■□	■■□	■■□
8	이용자 보호		●	●		●	●	■■□	■■□	■■□
9	주주가치		●	●				■□□	■■□	■■□
10	공급망 관리	●	●	●	●		●	■■□	■□□	■■□
11	수자원 및 생물다양성	●	●	●	●		●	■□□	■■□	■■□
12	지역사회 및 사회공헌	●	●	●		●	●	■■□	■□□	■□□
13	부패방지	●	●	●	●		●	■□□	■■□	■□□
14	통합 리스크관리	●	●	●				■□□	■□□	■□□
15	환경친화적 서비스	●	●	●	●	●	●	■□□	■□□	■□□
16	디지털 포용성		●	●		●	●	■■□	■□□	■□□
17	폐기물관리	●	●	●	●		●	■□□	■□□	■□□

2) 네이버클라우드, 네이버웹툰, 네이버 I&S
3) BtoB, BtoC 포함

ESG Priorities

Topic 1. 개인정보보호

Topic 2. 인적 자본 관리

Topic 3. 정보보안

Topic 4. 온실가스 및 에너지관리

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

관리·감독기구

• 의사결정기구는 다음으로 구성

CPO(개인정보보호책임자)

- 네이버의 개인정보 처리 및 보호에 관한 업무 총괄 책임, 최고경영진 직속으로 개인정보보호 리스크를 전사적으로 관리·감독

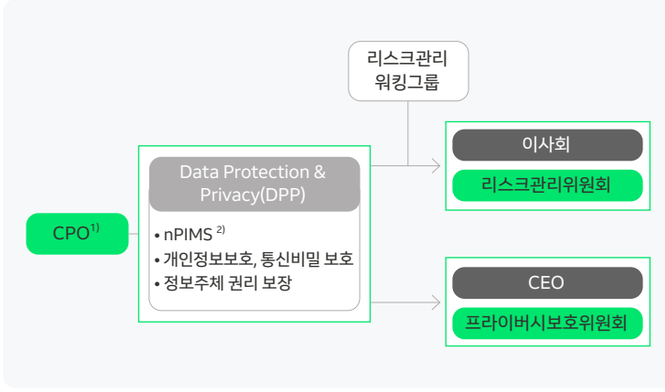
이사회 내 리스크관리위원회

- 최상위 거버넌스 기구로서의 감독 수행, 보고된 개인정보보호에 대한 핵심사안 검토 및 주요 의사결정 시 반영

프라이버시보호위원회

- 주요 경영진으로 구성된 CEO 직속 위원회로 전사 차원의 개인정보 리스크를 다각도로 관리

• CEO 산하 직속 개인정보보호 전담 부서 운영을 통해 신속한 의사결정 수행



1) Chief Privacy Officer
2) Naver Private Information Management System

관리 및 감독 역량

• CPO는 개인정보보호 및 정보보안 주관부서의 임원으로서 법적 자격요건을 충족하며, 업무 경력, 보유 기술 및 자격증, 전공 등을 종합하여 개인정보보호 분야의 전문성을 가진 자를 선임

• 경영진을 비롯한 전체 부서장은 최소 연 2회 개인정보보호 교육 필수 수강

CPO 주요 활동	• 개인정보보호위원회 개인정보 분야 연구 개발 사업 심의위원회 위원 • 개인정보보호위원회 개인정보 기술 포럼 위원 • 한국인터넷진흥원 개인정보정책자문단 자문위원 • 개인정보보호 활용 통계조사 자문위원 • 개인정보보호위원회 정책 및 연구위원

• 네이버 개인정보보호위원회: 네이버 CPO와 국내 정보보호 분야 전문가들로 구성된 '네이버 개인정보보호위원회'를 분기마다 개최해 전문적인 연구 활동과 외부 자문 진행

역할	• 네이버 서비스에 직·간접적으로 영향을 미칠 수 있는 국내외 개인정보 및 프라이버시 보호 법제 동향과 기술 등에 대해 연구하고 개인정보보호 정책 방향성 제시 • 이용자의 시각에서 개인정보 및 프라이버시 보호 관련 개선사항이 서비스에 반영될 수 있도록 중재적 역할 수행
기능	1) 전문 연구: 이용자 프라이버시 보호에 관한 전문적인 연구 활동, NAVER Privacy Whitepaper 검수 등 2) 정책 자문: 프라이버시 보호 관점에서의 정책 및 방향에 대한 상위 전문 자문 3) 서비스 검증 개선: 네이버 서비스의 프라이버시 안전성 검증 및 개선, 이용자 VOC 채널 역할

통제 및 절차

• CPO는 개인정보보호 관련 핵심 사안에 대한 과제 및 수행 결과를 리스크관리 워킹그룹을 통해 수시로 이사회에 보고

보고 대상	보고 내용	보고 빈도
최고경영진	• 개인정보보호 업무 현황이 담긴 네이버 정보보호 활동 리포트를 매월 말일에 보고	**월 1회**
이사회 내 리스크관리위원회	• 전사 리스크관리 내 개인정보보호를 포함, 개인정보보호 핵심 업무 수행 결과를 정기적으로 보고	**반기 1회**
리스크관리 워킹그룹 (주요 임원 및 실무 부서장 구성)	• 개인정보보호 리스크 보고 및 검토, 논의 **개인정보보호 관련 주요 보고 안건** - 개인정보보호 관점의 모바일 SDK·Library 관리체계 구축 제안의 건 - 주요 AI 서비스에 대한 개인정보위원회 실태 점검 결과 공유 - ACS 서비스를 위한 가명 정보 제공 증가에 따른 평판 리스크 보고 건 등	**월 1회**

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

정책

- 안정적인 서비스 운영과 이용자의 개인정보 및 프라이버시 보호를 위해 네이버의 환경과 문화에 맞는 '네이버 개인정보보호 원칙' 제정
- 매년 최소 1회 이상 개인정보보호 정책, 지침, 가이드라인의 제·개정 필요성을 검토 후 개인정보보호 최고책임자의 승인 하에 정책, 지침, 가이드라인 제·개정
- 서비스 전반에 적용되는 개인정보보호 원칙과 각 서비스 운영 정책을 '네이버 프라이버시센터'를 통해 외부에 투명하게 공개

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, 책임있게 관리합니다.
5. 네이버는 이용자의 프라이버시 보호를 최우선으로 고려합니다.

프라이버시센터

연혁

네이버 개인정보보호 주요 연혁

2006
- 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC 27001 국제 인증 취득 (세계 최초 개인정보보호 부문 특화)

2011
- 전사 개인정보보호 관리체계에 대한 PIMS 인증 취득 (국내 제1호 PIMS 인증)

2013
- 네이버 프라이버시센터 오픈
- 개인정보보호 연간 리포트 발간 시작

2015
- 국내 최초로 투명성 보고서 공개, 통신비밀 보호 업무 외부 검증 보고서 공개

2016
- NAVER Privacy Whitepaper 발간 시작

2018
- 네이버 로그인 '2단계 인증' 보안 기능 추가
- 네이버 프라이버시센터 내 GDPR[1] 안내 페이지 공개

2019
- 아동용 개인정보 수집 및 이용 안내, 사업자 회원을 위한 안전한 개인정보 관리 안내서 제공

2020
- AI 스피커 프라이버시 정책 공개
- 국내 최초 '개인정보 이용현황' 옵트아웃[2] 기능 적용
- 중소기업 대상 온라인 라이브 개인정보보호 교육 시행

2021
- 밴드 for Kids 및 밴드 웹 아동 개인정보 처리에 대한 PRIVO[3] 인증 취득
- 네이버 프라이버시 센터 개편으로 '글로벌 지원' 메뉴 오픈, '프라이버시 보호 설정' 주소록 서비스 적용

2022
- 국내 기업 최초로 APEC[4] CBPR[5] 인증 취득

2024
- 파트너사 개인정보보호 컨설팅 프로그램 정식 출시
- '개인정보보호의 날' 기념 대내외 캠페인 및 교육 진행

1) EU General Data Protection Regulation(일반 데이터 보호 규정)
2) 정보 소유 당사자가 정보수집을 명시적으로 거부할 때에 정보수집을 중단하는 정보 처리 방식
3) 온라인에서 수집된 미성년자의 보편적 신원 및 개인정보보호를 위한 솔루션을 제공하는 미국의 제3자 독립조직
4) Asia-Pacific Economic Cooperation(아시아태평양경제협력체)
5) Cross-Border Privacy Rules(국경 간 프라이버시 규칙)

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

위험 및 기회

구분	위험 및 기회 요인	잠재적 영향	영향 범위	기간			대응 전략 및 활동
				단기(1년)	중기(1-5년)	장기(5년 이상)	
위험	정책 및 법률 위험	• 개인정보보호 관련 정책 및 규제(투명성 강화 요구 등) 증가에 따른 대응 비용 증가 • 비즈니스 지역 확대 및 규제 증가에 따른 법률 위반 가능성	자사	●	●		1. 국내외 법령 변화 대응 2. 정부 사전 실태 점검 대응 체계 향상
		• 개인정보 유출 사고 발생 시 사법비용 및 제재 가능성	자사	●	●	●	3. 개인정보 배상책임 보험 가입 4. 개인정보보호 및 연계정보 처리 현황 점검 및 개선
	기술적 위험	• 새로운 기술 분야에 대한 리스크 식별 및 대응 전략 수립 미비에 따른 경쟁력 하락 • AI 서비스 확대에 따른 신규 취약 요소 발생 • 서비스 취약 영역 관리 미흡 시 법적 소송 이슈 발생 가능성	자사, 계열사	●	●	●	5. AI 서비스 개인정보 출시점검 강화 - 전 서비스 대상 사전 검수 포함
	시장 및 평판 위험	• 취약 영역(아동, 노인) 개인정보보호 대처 미흡으로 인한 소비자 신뢰 하락으로 이용자 감소	자사, 계열사		●	●	6. 개인정보 자기결정권 보장 강화 7. 아동 개인정보보호 인식 제고
기회	시장 확대	• 신기술 적용, 글로벌 개인정보보호 법령 준수 등으로 해외 시장 진출 확대	자사, 계열사		●	●	8. 임직원 개인정보보호 역량 강화
	브랜드 인지도 제고	• 개인정보보호 신뢰 제고로 인해 이용자 평판 및 인지도 상승	자사, 계열사		●	●	9. 이용자 인식 제고를 위한 소통 강화 10. 프라이버시 강화 보상 제도
	파트너십 강화	• 파트너 및 스타트업 글로벌 규제 지원을 통한 대내외 협업 강화 및 로열 파트너십 생성	자사, 계열사			●	11. 파트너 개인정보보호 역량 강화 12. 스타트업 글로벌 규제 대응 지원

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

대응 전략 및 활동

1. 국내외 법령 변화 대응

• 개인정보보호법 등 네이버 서비스에 영향을 미치는 법령의 변경사항에 대해 적극적으로 대응

개인정보보호법 개정에 따른 내부 가이드라인 작업

• 개인정보 내부 관리계획, 개인정보 처리시스템 보호조치 가이드라인, 개인정보 유출 대응 가이드라인 등 개정
• 인공지능 개인정보보호 가이드라인 신규 제정

글로벌 개인정보보호 법령 개정에 따른 대응

• '글로벌 서비스 프라이버시 체크리스트' 공개
• 글로벌 서비스 대상 개인정보보호 현황 점검 실시

2. 정부 사전 실태 점검 대응 체계 향상

• 2024년 개인정보보호위원회의 AI 서비스, 소셜 로그인, 슈퍼앱 사전 실태 점검 수행
- 네이버 AI 서비스 및 소셜 로그인 분야는 개인정보보호법에 따라 적법하게 운영, 제공 중 (2024년 3월 AI 서비스, 2025년 2월 소셜 로그인 분야 사전 실태 점검 결과 발표)
- 개인정보보호위원회는 이용자 권리 보장 강화를 위해 일부 기능 및 안내에 대한 개선 권고를 제시하였으며, 해당 부분 적극 협조로 개선 완료

3. 개인정보 배상책임 보험 가입

• 개인정보보호법 제39조의7에 따라, 네이버는 보상한도 10억 원의 손해배상책임 보험에 가입하고 2년 단위 갱신 수행

개인정보보호법 제39조의7(손해배상의 보장)

① 개인정보처리자로서 매출액, 개인정보의 보유 규모 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 제39조 및 제39조의2에 따른 손해배상책임의 이행을 위하여 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 한다. <개정 2023. 3. 14.>

4. 개인정보보호 및 연계정보 처리 현황 점검 및 개선

• 서비스 이용자, 임직원, 제휴사, 수탁자별 개인정보보호 현황 점검 및 개선을 매년 강화하여 실시
• 네이버 회원의 연계정보(Connecting Information)를 보다 안전하게 관리하기 위해, 2024년 네이버 내 연계정보(CI)를 처리하고 있는 서비스를 대상으로 전수 현황 점검을 진행하고 개선 필요사항을 도출, 개선 완료

연계정보(Connecting Information)

• 주민등록번호에 암호화 등 보안기술을 적용하여 생성한 값으로, 온라인상 이용자 식별과 온·오프라인 서비스 연계 등을 위해 활용
• 개인을 고유하게 식별할 수 있다는 특성 때문에 연계정보 이용기관이 법에서 정한 경우에만 본인확인기관에 연계정보를 요청할 수 있도록 정보통신망법을 개정하였으며, 네이버는 이에 따른 법적 요구사항을 준수 중

5. AI 서비스 개인정보 출시 점검 강화

• 인공지능(AI) 기술 활용과 서비스 적용의 전사적 확대에 따라, 사내 '인공지능 개인정보보호 가이드라인'을 제정하고 안전교육 실시
• 인공지능 서비스 출시 전 해당 가이드라인을 기반으로 PbD(Privacy by Design) 관점에서 사전 점검을 수행

인공지능 개인정보보호 가이드라인

개요	• 네이버의 인공지능 기술 및 서비스가 개인정보보호 관련 법령을 준수하고, 이용자의 프라이버시에 대한 권리를 보장 및 보호하는 것을 목표 • 개인정보보호위원회의 'AI 개인정보보호 자율점검표' 등을 참고하여, 인공지능 서비스의 구축 및 운영을 위해 AI 기술 개발, AI 서비스 개발, 그리고 AI 서비스(기술) 운영 단계별로 준수해야 할 사항을 규정
주요 내용	• 인공지능 개인정보 처리 특성과 회사의 인공지능 윤리 준칙 안내 • 인공지능 서비스의 구축 및 운영 단계별 준수사항 안내 • 인공지능에 안전장치 마련과 정보 주체의 권리 보장 적용 사례

• AI 서비스뿐만 아니라 2024년 출시된 치지직 정식 오픈(5월), 네이버플러스 스토어 출시(10월)를 포함하여 네이버 전체 서비스의 출시, 개편, 종료, 이벤트 진행 시 개인정보관리시스템(nPIMS) 운영에 따른 조치가 적절히 이행되었는지 출시 전 사전 점검 수행

TOPIC 1. # 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

6. 개인정보 자기결정권 보장 강화

개인정보 이용 현황 페이지	• 네이버 서비스 이용 시 발생한 개인정보 수집 및 이용 내역과 본인이 동의한 제3자 제공 이력을 국내 최초로 개인 맞춤형으로 제공 • 네이버 서비스 내 모든 이용자가 동의한 개인정보 수집 및 제3자 제공에 동의한 개인정보 항목을 확인하고, 동의 철회를 통해 삭제까지 가능하도록 하여 개인정보 자기통제권의 실현 과정 원스톱으로 제공
맞춤형광고 안내 페이지	• 이용자 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고에 대하여 정보 수집과 보유, 파기, 이용자 통제권 행사 및 피해 구제 방법에 관한 운영 원칙 공개
개인정보 관리	• 이용자는 언제든지 '회원정보' 페이지에서 자신의 개인정보를 조회·수정·삭제·열람 가능 • 법률에 특별한 규정이 있지 않는 한 개인정보 처리·정지 요청을 할 수 있고, 언제든지 회원 탈퇴 등을 통해 개인정보의 수집 및 이용 동의를 철회 가능
개인정보 수집·파기	• 개인정보는 목적에 맞게 최소한만 수집, 최고 보안 전문가들이 24시간 철저히 관리 • 개인정보는 정보 주체에게 사전에 동의 받은 범위 내에서만 활용하고 있으며, 이용 목적 등에 변경이 발생하면 정보 주체에게 재동의를 받고, 매년 실시하는 개인정보 현황 점검에서 이를 확인 • 이용자의 개인정보는 기타 법령에 보관 기간이 명시된 경우를 제외하고는 개인정보의 수집 목적이 달성되면 지체없이 파기하며, 매년 실시하는 개인정보 현황 점검에서 이를 확인 • 정보주체가 아닌 제3자로부터 개인정보를 제공받는 경우, 개인정보보호법에 따라 정보주체에게 '개인정보 수집 출처 고지' 진행 • 2023년 개인정보보호법 개정에 따라 회원의 동의 하에 수집했던 개인정보 합법 처리 근거 점검 중이며, 시행령 확정 시 정보주체 권리를 가장 잘 보호할 수 있는 개인정보 수집 합법 처리 근거 반영(2025년 내 개편 및 개정 완료 예정)
제3자 제공	• 제휴사 서비스 이용 등을 위해 수집한 이용자 개인정보를 제3자에게 제공해야 하는 경우, 개인정보보호법에 따라 이용자로부터 개인정보 제3자 제공에 대한 동의 후 진행 • 관계법령에 따라 수사기관에 제공된 이용자 정보 처리 통계를 연 2회 '투명성 보고서'로 공개

프라이버시 센터 · 투명성 보고서 통계

7. 아동 개인정보보호 인식 제고

아동 개인정보보호 강화 노력	• 아동을 위한 밴드 앱 '밴드 for Kids'와 밴드 웹, PRIVO의 미국 아동 온라인 프라이버시 보호법(COPPA) 세이프 하버 인증 획득을 통해 글로벌 수준의 아동 개인정보보호 체계 검증 • 네이버 프라이버시센터의 '아동 개인정보보호 메뉴'를 통해 네이버의 아동 개인정보보호 활동 및 정책을 한눈에 확인할 수 있도록 공개
아동 이용자 배려	• 국내 최초로 네이버 회원가입 시 '개인정보 수집 및 이용에 대한 동의' 아동용 버전 제공 • 만 14세 미만 이용자에게 발송하는 '개인정보 이용 내역 통지 메일'을 아동이 이해할 수 있는 내용으로 작성하여 발송 • 아동 및 청소년 이용자들도 개인정보 처리방침을 쉽게 이해할 수 있도록 2013년부터 네이버 개인정보 처리방침 'EASY 버전' 및 '인포그래픽 버전' 공개 • 2023년부터 네이버 밴드, 엔트리, 소프트웨어야놀자 서비스에서도 각각 '아동용 개인정보 처리방침' 제작 및 공개 • 모든 아동용 콘텐츠의 언어 수준은 서울대 국어교육연구소가 검증하며, 프라이버시센터에 검증 보고서 공개
아동 개인정보보호 인식 제고 활동 (2024년)	• 6월 초록우산 영등포종합사회복지관에 방문해 초록우산 아동권리옹호단 프로그램에 참여하여 아동 및 청소년을 대상으로 개인정보보호에 관한 특강을 진행 • 12월 서울시여성가족재단에서 주최하는 '2024 우먼잇츠 기술 세미나' 행사에 참여해, 아동 및 청소년의 개인정보보호 관련 교·강사 및 양육자 대상으로 특강

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

8. 임직원 개인정보보호 역량 강화

• 네이버 및 네이버 계열사의 계약직을 포함한 전 임직원과 개인정보 취급자를 대상으로 개인정보보호 교육 상·하반기 연 2회 시행

2024년 교육	상반기	하반기
내용	• 업무 중 반드시 지켜야 할 개인정보보호 실천 수칙	• 직무별, 수준별, 관심사별로 선택할 수 있도록 다양한 교육 프로그램 개설(5개) - 개인정보의 안전성 확보 조치 기준 살펴보기 - 개인정보 최신 사례 연구 - 위치기반서비스 담당자가 알아야 할 위치정보법의 이해 - 광고/공지성 정보 전송 시 주의사항 - 미국 CCPA[1] 알아보기
대상	전 임직원(고용 형태 무관)	네이버 법인 내 개인정보 취급자
대상자 수	4,469명	2,724명
수료율	97.5%	99.9%

1) California Consumer Privacy Act

• 2024년 8월에 별도 특강을 통해 가명 정보의 개념과 활용에 대한 이해 제고

9. 이용자 인식 제고를 위한 소통 강화

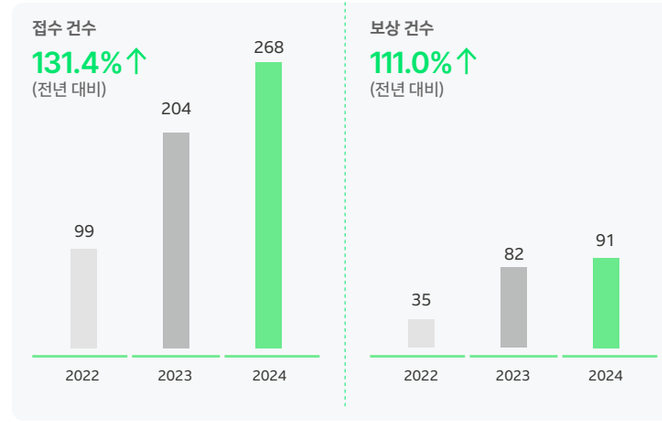
소통 채널 운영	• 개인정보처리방침 내 개인정보보호책임자 및 담당자를 공개하고, 고객센터 문의 채널 마련
투명성 강화 활동	• 매년 이용자 프라이버시 보호에 대한 전문 연구 수행 결과를 담은 '네이버 프라이버시 백서(NAVER Privacy Whitepaper)'를 발간하고 '네이버 프라이버시 백서 주제 발표 세미나' 개최 NAVER Privacy Whitepaper • 연간 개인정보보호 활동을 담은 '네이버 개인정보보호 리포트' 매년 발간 개인정보보호 리포트 • 네이버 프라이버시센터 내 '앱 프라이버시 보호 현황' 메뉴를 통해, 네이버 애플리케이션(이하 '앱')에서 처리되는 개인정보와 접근 권한 현황을 투명하게 공개 • 최신 개인정보 및 프라이버시 이슈와 관련해 이용자와 직접 소통할 수 있는 공식 블로그, SNS 및 '네이버 프라이버시TV' 운영
인식 제고 활동 (2024년)	• 4월 네이버가 제공하는 다양한 개인정보보호 채널을 소개하고, 구독자 설문조사 이벤트 진행 • 9월 '개인정보보호의 날'을 맞아 네이버의 개인정보 활동을 소개하고, SNS 구독 및 댓글 이벤트, PER 이벤트 진행 • 10월 '개인정보보호 주간' 동안 네이버 담당자들의 릴레이 특강을 네이버 비즈니스 스쿨과 네이버 프라이버시TV에서 공개 - 어르신을 위한 개인정보보호 수칙, 스마트스토어 판매자 대상 개인정보보호 교육, 미국 CCPA 관련 교육, 수탁자를 위한 개인정보보호법 등 총 4편 진행

10. 프라이버시 강화 보상 제도(PER)

프라이버시 강화 보상제도

개요	• 네이버 서비스의 개인정보 및 프라이버시 관련 개선사항 의견 수렴 및 사례 보상을 위한 제도로 2016년부터 운영 • 법률 및 정책 준수 개선, 콘텐츠 오류 수정, 개인정보보호 강화, 신규 프라이버시 제안 등의 주제로 접수
대상	• 일반 이용자 누구나 쉽고 편리하게 참여 가능하며, 접수 내역 및 처리 단계도 실시간 확인 가능하도록 서비스 설계 • 이용자 참여 유도 및 우수 이용자 보상을 위해 'PER 등급' 및 'PER 명예의 전당'을 운영
프로세스	• 이용자 리포트 → 검토 승인 → 서비스 반영 개선 → 사례 보상
주요 성과 (2024년)	• 접수 건수 및 보상 건수 매년 꾸준히 증가 - 총 접수 건수: 268건 - 총 보상 건수: 91건

프라이버시 강화 보상 제도



TOPIC 1.

개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

11. 파트너 개인정보보호 역량 강화

• 매년 파트너의 개인정보보호 역량 강화를 위한 파트너 대상 다양한 교육 및 캠페인 진행

2024년 주요활동

파트너 개인정보보호 컨설팅 지원 프로그램	• 7개 파트너사 대상으로 개인정보보호 컨설팅 프로그램을 진행하여 파트너사의 개인정보보호 수준을 확인하고 법령 위반 여부 및 상세 개선 필요사항을 포함하고 있는 결과서 전달 • 프로그램 종료 후 진행된 만족도 설문에서 참여 파트너사로부터 평균 4.9점(5점 만점)의 높은 평가 획득
파트너 대상 개인정보보호 교육 및 캠페인	• 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원 대상 개인정보 관리 안내 메일 배포 - 6월: 광고성 정보 전송 시 유의사항 - 12월: 개인정보보호를 위해 준수해야 할 체크리스트 • '개인정보보호 주간'을 맞아 스마트스토어 판매자 회원 및 수탁자를 대상으로 개인정보보호 릴레이 특강 진행(10월) • '온라인 쇼핑 플랫폼 부문 민관협력 자율 규제' 참여

연도별 활동 내역

2018
- 네이버 플랫폼을 사용하는 사업자 회원 대상 이용자 개인정보 관리 안내 메일 배포 시작 (매년 수행)

2020
- 소상공인 및 스마트스토어 사업자 회원 및 수탁업체 사업자 대상 개인정보보호 교육 실시 (연 2회: 6월, 11월)

2021
- 사업자 회원 대상으로 '우리 고객의 개인정보보호를 위한 기본 수칙', '사례를 통해 알아보는 개인정보 유출·노출 사고 예방법'을 주제로 개인정보보호 안내 메일 배포

2022
- 소상공인 사업자를 위한 온라인 개인정보보호 교육 개시
- 네이버 파트너 대상 정보보호 교육 실시

2023
- 정보보호의 달 릴레이 교육 실시(총 3건)
- '온라인 쇼핑 플랫폼 부문 민관협력 자율규제' 참여

2024
- '개인정보보호 주간' 릴레이 교육 실시(총 2건)
- 파트너 개인정보보호 컨설팅 프로그램 출시에 따른 컨설팅 수행(7개 파트너사 대상 개인정보보호 컨설팅 프로그램 진행 및 결과서 전달)

12. 스타트업 글로벌 규제 대응 지원

EU GDPR[1)]

- 스타트업 기업들의 유럽 진출에 도움이 될 수 있는 GDPR 개인정보 영향평가 프로그램 가이드 제공
- GDPR이 요구하는 단계를 잘 반영한 CNIL PIA 프로그램의 사용을 돕기 위해 프로그램 한국어 사용 매뉴얼을 공익적 목적으로 무료 제공
- GDPR 준비에 필요한 사항을 한 눈에 확인할 수 있는 인포그래픽 공개
- 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 유럽 내 프라이버시 관련 이슈 및 규제 동향 관련 정보 공유
- 유럽 진출 스타트업 기업들의 EU GDPR 전반에 대한 이해를 돕기 위해 'EU GDPR의 이해'라는 제목의 교육 영상 공개

미국 CCPA

- 스타트업 기업들의 미국 시장 진출 시 CCPA의 적용 여부 검토 및 요구사항 준수를 위해 실무적으로 필요한 내용을 담은 CCPA 준수 가이드라인 제작 및 공개
- 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 미국 내 주요 프라이버시 법령, 아동 프라이버시 보호 등 미국 내 프라이버시 보호 관련 현황 및 동향 정보 공유
- 미국 진출 스타트업 기업들의 CCPA 전반에 대한 이해를 돕기 위해 '미국 CCPA 알아보기'라는 제목의 교육 영상 공개

일본 개인정보보호법

- 일본 시장 진출 시 일본 개인정보보호법 준수를 위한 가이드라인 제작·공개
- 가이드 문서에 나오는 요구사항을 한 눈에 확인할 수 있는 일본 개인정보보호법 준수 체크리스트 제공
- 네이버 공식 개인정보보호 블로그를 통해 일본 내 프라이버시 관련 이슈 및 규제 동향 관련 정보 공유

* 정보 제공만을 목적으로 하며, 법률적인 자문이나 해석을 제공하지는 않음
1) General Data Protection Regulation(일반 데이터 보호 규정)

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

리스크 관리 프로세스

- 네이버의 개인정보보호 시스템은 이용자 개인정보보호 리스크 최소화를 위해 'Privacy by Design' 원칙을 엄격히 적용한 '개인정보보호 시스템' 운영
- 서비스 기획부터 종료 단계까지 서비스의 전체 생애 주기에 걸쳐 이용자의 프라이버시와 데이터를 보호를 위한 리스크 관리 프로세스

구분	주기	방법
위험 식별	연 1회	**개인정보보호 리스크의 현황 점검** • 서비스 개인정보보호, 위치기반 서비스, 모바일 앱 개인정보보호, 고유식별정보 처리, 글로벌 서비스 개인정보보호, 임직원 개인정보보호, 제휴사 개인정보보호, 개인정보 수탁자 별 각각의 현황 점검을 매해 실시, 위험 식별
위험 평가 및 우선순위 설정	수시	**사전통제 프로그램** • 개인정보보호 법령 및 내부 규정 준수 모니터링 • 프라이버시 민감도 확인 • 개인정보 영향평가(Privacy Impact Assessment) 시행 • 상시 자문을 위한 개인정보 관리시스템(nPIMS) 운영
위험 대응 및 개선	수시	**사후통제 프로그램** • 개인정보보호 리스크의 현황 점검(1년 주기) 후 개선 조치 및 제재 조치 → 서비스 개인정보보호, 위치기반 서비스, 모바일 앱 개인정보보호, 고유식별정보 처리, 글로벌 서비스 개인정보보호, 임직원 개인정보보호, 제휴사 개인정보보호, 개인정보 수탁자별 파악된 개선사항 • 수탁자의 경우 개인정보보호 법령에 따라 40개 항목을 점검하고 있으며, 리스크 수준을 상·중·하로 분류하여, 위반 확인 시 사전에 수립된 기준에 따라 페널티 스코어를 부과 → 네이버 CPO가 평가 결과 확인 후, 수탁자 수준에 기반한 개선을 요청 → 개인정보보호 수준이 낮거나 개선 조치가 지속적으로 이행되지 않는 수탁자는 계약해지 등의 제재조치를 취하는 방식으로 수탁자의 개인정보보호 수준 유지 및 향상을 위해 노력 **사고 대응** • 이용자 피해 방지 및 최소화를 목적으로 '개인정보 유출 대응 가이드'를 수립, 이에 기반하여 신속하고 효과적으로 대응
모니터링 및 검토	수시	**주기적 모니터링** • 개인정보보호 처리부서를 대상으로 개인정보보호 활동 및 고유식별정보 안전성 확보 조치 준수사항 등을 주기적으로 점검 • 개인정보 유출 가이드 주기적 업데이트

전사 위험관리 통합 방법

- 전사 단위의 리스크관리 워킹그룹을 운영을 통해 전사 통합 위험관리를 수행, 2주마다 정기 회의를 실시하고 있으며 필요 시 수시 회의 소집
  - 전사 통합 위험관리 내 개인정보보호 이슈를 포함하고 관리 책임자가 참여하여 주기적으로 리스크 통합 관리
  - 매년 개인정보보호 이슈에 대해 주기적으로 현황 보고 및 리스크관리·예방 (2024년 기준 12회 참석, 5회 안건 보고)
- 매년 이사회 내 리스크관리위원회에 전사 통합 리스크관리 차원에서 계획 및 이행 수준을 2회 보고

TOPIC 1. 개인정보보호

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

목표 및 성과

목표	지표	성과	세부 추진 목표		
		2024년	2025년	2027년	2030년
글로벌 프라이버시 분야의 First Mover로서 이용자 통제권, 투명성 최대 보장	개인정보보호 투명성 향상 및 기술 공유 건수	• 총 3건 발행 완료 - 개인정보보호 보고서 및 Privacy Whitepaper 발간 - 상·하반기 투명성 보고서 발간	• 보고서 연 2건 이상 발행 - 개인정보 필수 동의 제도 개편 및 적법처리 근거 다양화에 대한 내부 연구결과 공개	• 보고서 연 2건 이상 발행 - AI 에이전트 등 신기술 발전에 따른 최신 프라이버시 이슈 보고서 발간 등	• 보고서 연 2건 이상 발행 - 개인정보보호가 글로벌 빅테크의 자사 경쟁력 우위 강화에 활용되는 사례 보고 등
	파트너 개인정보관리 지원 활동	• 서비스·제휴사·임직원 개인정보 업무 처리 수탁자 대상 실태 점검 완료 • 파트너 대상 컨설팅 및 점검 리포트 제공	• 전년 대비 개인정보보호 수준을 높이기 위한 프로그램 참여 파트너사(수탁사 포함) 2배 이상 확대 • 파트너사 및 수탁사 지원 만족도 조사 실시, 95% 이상 달성	• 참여 파트너사 수 전년 대비 확대 - 파트너사 참여를 위한 다양한 활동 전개	• 참여 파트너사 수 전년 대비 확대 또는 참여 프로그램 다양화 - 파트너사 개인정보보호 수준 향상을 위한 개인정보관리 지원 프로그램 확대 등
	이용자 개인정보보호 및 Privacy Compliance 강화를 위한 신규 개선과제 발굴 및 이행	• 네이버 개별 서비스 중심 글로벌 Data Privacy 웹 페이지 리소스 구성 및 공개 • 글로벌 대상 질의 확장성, 해외 법제 Compliance 충족 중심 개인정보보호 강화 - 글로벌 서비스 프라이버시 체크리스트 제작 및 네이버 글로벌 서비스에 대한 별도 현황 점검 완료	• 팀네이버 명의로 '개인정보 처리 및 보호 공동 가이드라인' 발행 및 임직원 인식 제고 캠페인 진행 • 네이버 및 관계사 개인정보보호 협의체 기반 HR 개인정보 처리 정책 일원화 조치 수행 • 아동 청소년 개인정보보호 인식 강화를 위한 오프라인 부트캠프 행사 진행	• 국내에서 시도되지 않는 개인정보, 프라이버시 보호 서비스 및 활동 지속 발굴 및 제공 이행	• Data Portability(데이터 이동권) 보장을 통해 이용자의 데이터 통제권 강화 • 네이버에서 수집·보관 중인 개인정보에 대해 국내외 서비스 중 가장 높은 수준의 이용자 개인정보 열람권, 정정권, 동의 철회권 보장

성과 및 보수 연계

- 매년 개인정보 및 프라이버시 관련 위험 예방 및 기회를 위한 목표를 수립, 이를 경영진 및 이사회에 보고
- 경영진 및 부서 KPI로 수립하여 달성 여부 등 성과를 점검하고, 연말 성과 인센티브 및 보수 등에 연계

별도 관리 지표

	단위	2022	2023	2024
이용자 정보 유출 건수	건	0	0	0
이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실	만 원	0	0	0
이용자 정보 유출로 영향을 받은 이용자 수	명	0	0	0
개인식별정보 수반 비율(PII)	%	0	0	0

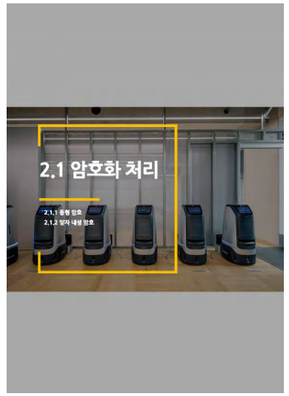
TOPIC 1. 개인정보보호

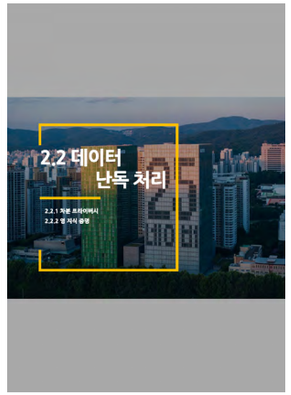
CASE STORY

서비스 개인정보보호 향상을 위한 사내 PET(Privacy Enhancing Technology) 리포트 발간

목적

- 개인정보보호를 강화하고 안전한 데이터 활용 환경을 조성하고자 임직원들에게 개인정보보호 기술의 개념과 필요성을 알리고, 서비스 적용 가능성을 탐색하기 위해 사내 PET 리포트 발간
- 동형암호, 연합학습, 데이터 난독처리 등의 PET 기술을 소개하고, 네이버 서비스 개발 시 적극적인 PET 기술 적용의 필요성을 강조





기대효과

① 개인정보보호 강화

- 데이터의 가치를 유지하면서도 개인정보보호 수준을 더욱 강화
- 암호화 및 익명화 기술을 적용하여 외부 유출이나 악의적인 공격에도 개인정보가 안전하게 보호되고 데이터 분석 시에도 원본 데이터의 노출 없이 처리가 가능하도록 보안성 제고

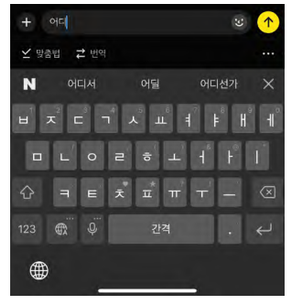
② 이용자의 신뢰 확보

- 개인정보 재식별 위험성을 최소화하고 데이터 유출 가능성을 낮춤으로써 보안을 한층 강화하여 서비스에 대한 신뢰도 향상

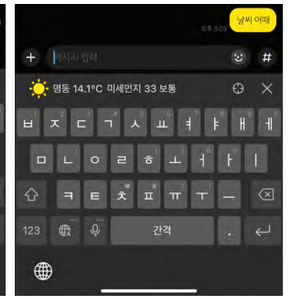
스마트보드 연합학습 적용 사례

- 스마트보드는 이용자가 키보드를 통해 입력하는 정보를 서버로 전송하지 않고 모바일 기기 내부에 저장된 데이터를 앱 내에서 자체적으로 학습하여 단어 및 이모티콘 추천, 날씨 제공 등 기능을 제공

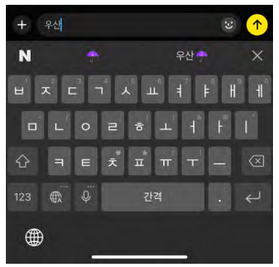
단어추천



날씨 제공



이모티콘 추천



TOPIC 2. 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

관리·감독기구

• 의사결정기구는 다음으로 구성

임직원 성장위원회

- 직군별 성장 지원 담당부서에서 기획·운영하는 프로그램 간 상호 협력을 통해 전사 교육체계의 구조와 운영 방향성에 대해 논의하고자 2024년 신설
- 임직원 성장 체계 설계 및 심의 역할을 수행하는 CEO 직속 위원회로 CEO, CFO, COO, 다수의 직군 성장 관련 부문장으로 구성

Hiring Committee

- 인재 영입 과정에서의 공정성과 주요 의사결정의 합리성을 목적으로 구성된 회의체로 HR부문장이 주관
- 채용 담당부서 리더 및 필요 시 임직원 성장위원회의 직군별 위원이 배석하여 전사 인력 계획(인재 확보 규모 및 주요 선발 계획) 및 채용 결과(선발 절차의 공정성, 선발 결과의 퀄리티) 등을 심의하고 의사결정 수행

관리 및 감독 역량

• 경영진과 부문장급 위원으로 구성된 임직원 성장위원회에서는 팀네이버 성장 체계 전반에 대한 방향 제시와 의사결정을 담당하며, 직군별 성장 지원 담당부서 및 교육과정 개발을 위한 실무 그룹은 직무 전문성과 해당 분야의 업력을 고려하여 선발

통제 및 절차

인재 채용	1. 채용 계획 심의	• 당해년도 경영계획과 사업 목표에 기반하여 연간 인력 계획의 총량을 확정하며, 이를 바탕으로 반기 단위의 부문 및 사업별 인재 고용 수요를 각 사업부로부터 청취 • 이를 근거로 각 부문 및 사업의 인사 지표, 전사 재무 지표 등을 종합하여 내부 재배치 계획 및 신입·경력 선발 규모 등 적정 리소스를 심의하고 결정 • 또한 상시로 발생하는 신규 사업의 리소스 수요는 월 2회(격주) Hiring Committee를 통해 리소스의 확보 상황과 새롭게 추가된 인력 계획의 반영에 대한 상시 심의를 진행하고 결과를 각 부문 및 사업부에 안내
	2. 선발 결과 확정	• 선발 프로세스가 완료된 최종 후보자에 대해서는 일차적으로 최종 의사결정권자(선발 부문의 부문장)가 1차 선발 여부를 채용 담당부서로부터 보고 받아 확정하고, 이를 바탕으로 전사의 채용 선발 결과에 대해 Hiring Committee에 보고 • Hiring Committee에서는 선발 과정의 공정성과 내부 평가 기준을 바탕으로 후보자의 선발 부서 및 전사 내 역량 수준 등을 검증하며 이를 통해 최종 선발 여부를 확정
성장 및 교육	연초	• 연간 운영계획에 대한 직군별 의사결정
	연중	• 직군별 전사 성장 지원 프로그램 기획·운영·결과보고·공지
	연말	• 연간 운영 결과 취합 및 공지 • 차년도 방향성 논의
리뷰		• 리뷰 운영 기준 • 표준리뷰등급체계 및 프로세스 가이드 • 리뷰 피드백·면담 가이드 • 중간점검 1on1 면담 및 수시 피드백 시스템 가이드

정책

• 취업규칙 및 인사기준 내 네이버의 인적 자본 관리에 대한 전 과정 내용을 포함하여 관리
• 이외 임직원 관련 정책은 인권경영정책, 안전보건정책, 안전보건규정, Integrity Code(임직원 윤리규범) 등이 있으며 업무를 계획하거나 프로그램을 실행할 경우에 정책 간 내용을 종합적으로 검토

취업규칙 및 인사기준

• 회사의 전 사원을 대상으로 사원의 근로조건과 복무에 관한 사항을 정하기 위해 제정한 규칙
• 인사 기준은 채용부터 퇴직까지 회사 생활 전 영역에 걸쳐 회사의 인적 자본 관리 및 운영을 위한 원칙
• 사내 게시판을 통해 전 임직원이 손쉽게 확인 및 질의할 수 있음

TOPIC 2. 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

위험 및 기회

구분	위험 및 기회 요인	잠재적 영향	영향 범위	기간			대응 전략 및 활동
				단기(1년)	중기(1-5년)	장기(5년 이상)	
위험	법률적 위험	• 부적절한 인사 관행 발생으로 인한 소송 및 노동 법규 위반 등 법적 문제 발생	자사	●			1. 인재 채용
		• 교육 및 감독의 부재 혹은 불충분성으로 인한 직원의 규제 위반 행위 발생	자사	●			2. Phase 특화 교육
	시장 및 평판 위험	• 임직원 역량 개발 둔화로 인한 회사의 시장 변화 대응 정체, 혁신 속도 저하 및 생산성 격차 발생	자사			●	3. 직군 특화 교육
		• 직군별 교육 프로그램의 불균형으로 인한 임직원 불만족 및 성장에 대한 동기부여 상실	자사	●			4. 외부 교육기관 파트너십
		• 평가 공정성 이슈로 인한 임직원 불만족과 기업 평판 저하	자사, 계열사	●			5. 자기주도 성장 지원
	사업 운영 및 재무적 위험	• 기업 평판 저하, 부실한 인사 관리로 인한 인재 유치 어려움 발생 및 핵심 인재 유출	자사	●	●		6. 성과 평가 및 리뷰
		• 임직원 참여도 저하 및 역량 개발 둔화로 인한 사업 운영상의 효율성 및 생산성 저하	자사	●	●		7. 보상
		• 인력 이탈, 공백 등으로 인한 회사 지식 손실, 채용 및 교육 비용 등 운영비용 증가	자사		●	●	
		• 국내 노동인구 감소 및 해외 인재 유출(brain-drain)으로 인한 시장 내 인재 pool 감소	자사, 계열사		●	●	
기회	기술적 기회	• AI 기술을 접목한 People analytics 활용으로 효율적인 인적 자본 관리 및 기업 성과 기여	자사, 계열사		●	●	

TOPIC 2.

인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

대응 전략 및 활동

1. 인재 채용

인재 파이프라인 및 영입 전략

- 다양한 경험과 시각, 그리고 높은 수준의 전문 기술 역량을 보유한 인재의 확보를 위해, 포지션이 요구하는 특성을 바탕으로 최적화 된 인재 영입 퍼널(Funnel)을 운영
- 정기적으로 후보자·평가위원·입사자의 영입 과정에 대한 의견을 청취하여 인재 영입 정책 및 경험의 강점과 개선점을 도출하고, 이를 적극 반영해 시장 내 인재 영입 경쟁력과 브랜딩을 강화
- 인재 영입 과정에서 후보자 평가는 검증된 데이터 기반 행동 특성(기업문화적합도) 및 기술 역량 검증을 수행하여, 후보자의 직무 전문성과 회사와의 시너지를 고려한 종합적 역량 평가를 진행하여 후보자의 직무 전문성과 함께 입사 후 더 높은 수준의 시너지를 창출해 낼 수 있도록 종합적인 역량을 함께 평가
- 공정한 채용을 위한 정책 및 제도적 지원 중이며 특히 기본기 및 성장 가능성에 기반한 능력 중심 채용, 선발 과정이 성장 경험이 되는 채용 경험, 채용 정보의 불균형으로 인한 기회의 편차를 줄이기 위한 채용 정보의 개방성을 위해 노력

데이터 기반 역량 검증 프로세스

기초 역량 검증	직무 역량 검증	종합 역량 검증	Hiring Committee
• 서류전형 • 기업문화적합도 검사 • 코딩테스트	• 기술 인터뷰 • 프로덕트 디벨롭 인터뷰 • 사전 과제 인터뷰	• 종합 인터뷰 • Challenge 전형 • 레퍼런스 체크	• 직군별 위원회 심의

인재 영입 정책 설계 과정에서의 다양한 피드백 수렴

- 더 좋은 영입 경험 제공 및 채용 경쟁력 제고를 위해 정기적으로 후보자, 임직원 등 다양한 이해관계자의 의견을 정기적으로 청취하여 정책 및 프로세스에 반영
- 인재 영입 전형 경험 : 면접위원 및 신입사원 대상 설문과 FGI[1]를 통해 면접위원에게는 검증의 내용과 방식 등에 대한 의견을 청취하며, 신입사원에게는 전형별 참여 경험과 입사 결정 요인 등에 대한 세부 내용을 확인하여 영입 과정을 개선
- 입사 후 적응도 : 신규 입사자 대상 2주 단위(총 3회)의 설문을 통해 직무와 역할, 동료, 일하는 문화, 소속감 등에 대한 의견을 청취하고 적응도를 점검
- 인재 영입 브랜딩과 경쟁력 : 2030 대학(원)생, 취업준비생 대상 설문 및 FGI를 통해 기업 이미지와 함께 사회적 영향력, 정보 습득의 경로 등에 대한 인식을 확인

1) Focus Group Interview(초점집단 인터뷰)

인재 영입 브랜딩

- 네이버 채용(Careers) 페이지의 Work View 영상을 통해 네이버 임직원의 일상 및 스토리 공유, 채용 공고 글로벌 페이지 등 인재 영입 과정에서의 지원자 경험 개선
- 정보 불균형에서 비롯된 기회 편차를 줄이고자 신입공채 전형 세부 내용을 담은 온라인 콘텐츠를 매년 제공하며, 선발 과정을 통한 성장 경험 제공이라는 네이버만의 신입 공채 브랜딩 강화

고용노동부, 한국산업인력공단 주관
2024년 공정 채용 어워즈 수상

인재 풀 데이터베이스 관리

- 자체 채용 시스템(ATS, Applicant Tracking System)을 구축해 개인정보보호 규정에 따라 지원자 Pool을 관리하며, 지원자의 역량이 네이버 내 다양한 포지션으로 검토될 수 있도록 운영
- 우수인재 풀 확보를 위해 임직원 대상 인재 추천 제도(NSP, NAVER Scouting Proposal)를 공식화하여, 투명하고 공정한 절차에 따라 선발 및 검증 진행

인재 풀 확보와 인재 양성

- 인구 감소 등 중장기적 관점에서 다양한 분야 인재 양성과 외부 파트너십 강화를 통해 각 기술 분야 및 도메인의 전문 역량을 확보
- 매년 온라인 인재 영입 설명회, 인턴십, 공모전, 학회 교류 등 양질의 프로그램을 통해 글로벌 역량을 갖춘 인재 풀 확보 및 적극적 유치를 위한 노력 이행
- 미래 성장의 역할을 맡게 될 신입사원은 매년 일정 규모 이상 꾸준히 확보 하며, 릴레이션 파이프라인을 통해 유치한 인재들은 직무 중심의 영입 프로세스를 바탕으로 성장의 경험과 함께 채용 기회를 제공
- 정부 기관 및 네이버 커넥트재단, 대학교 등 교육기관 연계 커리큘럼을 통해 소프트웨어 개발에 관심 있는 인재들을 예비 개발자로 양성하는 기회를 마련

인재 풀 확보 프로그램

산학 연계 프로그램	• 테크, 디자인 분야 우수인재 육성·확보를 위한 대학 수업 연계 학점 인정형 인턴십 프로그램 • 2018~2024년 누적 기준: 210명 양성(34명 입사)
부스트캠프	• 네이버 커넥트재단 주관 개발자 양성 프로그램 • 2016~2024년 누적 기준: 2,805명 양성(53명 입사)
Global Internship	• 글로벌 인재 육성·Relation을 위한 해외대학 연계 인턴십 프로그램 • 2022~2024년 누적 기준: 26명 인턴 참여
체험형 인턴십	• 우수인재 조기 확보 및 직무 체험 경험 제공을 위한 인턴십 프로그램 • 2023~2024년 누적 기준: 179명 참여

우수 인턴십 사례

- 네이버 AI Lab의 HCI[1] 연구팀에서 인턴십 멘토링을 통해 포용력 있는 AI 연구의 일환으로 무발화 자폐아동과 부모의 대화를 매개하는 AI 어플리케이션 연구 및 청각장애인의 수어 노래가사 번역 AI 시스템에 대한 연구 수행, CHI[2] 2025(4월)에서 연구 성과 발표
- 네이버 AI Lab의 Backbone 연구팀에서 인턴십 멘토링을 통해 AI 모델의 강인성과 효율성을 크게 향상시키는 연구 수행, ECCV[3] 2024 학회에서 구두 발표

1) Human-Computer Interaction(인간-컴퓨터 상호 작용)
2) Conference on Human Factors in Computing Systems
3) European Conference on Computer Vision

TOPIC 2. # 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

2. Phase 특화 교육

- 신입사원을 위한 입문 교육에서부터 경력직 신규 입사자를 위한 온보딩 제도까지, 새로운 임직원이 필요로 하는 교육 프로그램을 단계별로 제공
- 리더로 성장한 임직원을 위해 직책에 따른 리더십 지원체계를 구축하여 조직을 이끌기 위한 기본 리더십 교육부터 임원급 리더를 위한 교육까지 리더십 니즈에 따라 특화된 프로그램을 제공

신입사원 입문 교육

신입사원의 적응과 성장의 밑거름이 되는 입문 교육

- 회사·조직·제도 전반에 대해 소개하는 'HR 온보딩', 팀워크 형성을 위한 '팀 빌딩 프로그램'과 현업에 투입되기 전 기본기를 익히는 'Soft Skill 교육' 및 '직군별 직무 기초교육' 등으로 구성
- 2024년 신입사원 입문교육 참여자 대상 만족도 평가 결과 긍정 응답률 97.5%

신규 입사자를 위한 온보딩 제도

새로운 환경에 잘 적응하고 본인의 역량을 발휘할 수 있도록 입사 첫날부터 90일 동안 다각도로 밀착 지원

- 회사의 철학 및 비전을 소개하는 'Code Day', 네이버의 일하는 문화를 공유하는 'HR 오리엔테이션', 한 명의 멘토가 밀착 지원하는 '1:1 멘토링', 적응을 도와줄 정보를 담은 '온보딩 가이드(Wiki)·온보딩 레터, 동기 네트워킹' 등으로 구성

리더십 지원 프로그램

직책 리더의 포용적이고 지속가능한 경영을 실천할 수 있도록 개인별 경험과 역할에 맞춘 단계별 리더십 지원 프로그램 운영

- '사내 리더십 공유' 프로그램을 통해 리더들이 다양한 경력과 팀네이버에서의 경험을 바탕으로 리더십 노하우와 고민을 나눌 수 있도록 지원하며, 이를 통해 조직 내 투명하고 협력적인 문화를 조성
- '인사이트 & 특강' 프로그램을 운영하여 사회, 경영, 경제 등 다양한 분야의 외부 전문가들과 협업할 기회를 제공하고, 리더들이 ESG 관점에서의 비즈니스 인사이트를 확장할 수 있도록 지원
- '리더의 마음챙김' 프로그램을 통해 리더들에게 회복과 균형을 위한 마음챙김 기회를 제공하여 건강한 리더십을 유지할 수 있도록 지원
- '리더 코칭' 프로그램을 통해 지속가능한 기업 경영을 위한 리더십 역량 강화를 체계적으로 지원하며, 리뷰 및 리더십 진단 결과를 바탕으로 개별 맞춤형 코칭과 멘토링을 제공

임원 리더십 강화 프로그램

각 분야 핵심 리더로서 성장할 수 있도록 전사 관점에서 임직원의 성장을 견인할 수 있게 설계된 리더십 프로그램

- 임원 대상 프로그램으로 사업 및 조직에 대한 전사적 관점 확보를 위해 사외 전문 코치 및 임직원과의 네트워킹을 통해 국내외 비즈니스 트렌드를 제공하고, 다양한 주제에 대한 토론 등을 통해 유연한 사고방식과 인사이트를 제공
- 임원 레벨의 경영 역량을 심화할 수 있도록 2024년부터 Executive MBA 과정을 지원하여 보다 전략적이고 지속가능한 리더십 개발을 지원

TOPIC 2. # 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

3. 직군 특화 교육

- 임직원의 직무 역량을 성장시키고 협업 네트워크를 확장할 수 있도록 직군 특화 교육 프로그램 제공
- 2022년 사내교육 전담 조직(교육센터)을 신설하였으며, 2024년 사내교육 플랫폼 'NAVER uni'를 론칭하여 네이버 전 임직원의 직무 역량 개발 및 강화에 도움이 되는 모든 콘텐츠를 공유
- 사내 전문가를 강사로 발굴하여 네이버 임직원에게 보다 실효성 있는 직무 교육을 진행하고 있어 강사 임직원 및 수강생 모두 만족도가 높은 교육 방식
- 수강생뿐만 아니라 사내강사도 강의를 준비하는 과정에서 동기 부여를 받고 성장할 수 있도록 다양한 혜택 (사내 강사비, 외부 강의 허용 기준 완화 등) 제공

Tech 직군 성장 지원 프로그램

Tech Meetup

팀네이버 개발자가 모여 관심 있는 기술에 대해 심도 깊게 논의하고, 진행한 내용을 사내 게시판에 공유

[성과]
2024년 50개 Meetup 진행

Tech Forum

팀네이버의 특정 기술 이슈에 대한 각 분야 전문가들의 발표와 토론을 통해, 임직원의 궁금증을 해소하고 대내외 일관된 커뮤니케이션을 확립하기 위한 기술 커뮤니케이션 행사

[성과]
행사 참여 만족도 조사 결과 '상당히 만족'(94.5%) 의견 확인

Tech Radio

최신 기술 트렌드부터 동료들의 기술 고민과 이야기를 공유하는 팟캐스트

[성과]
2024년 기준 매월 평균 1회 업로드(총 12회), 메일링 구독자 수 약 800명, 게시물 평균 조회수 약 4천 회

Tech 성장 로드맵

- Tech 성장 로드맵을 통해 임직원이 성장의 지표를 효과적으로 확인할 수 있도록 지원
- 기술 기본기 이론 및 사내 기술 경험 사례들을 지속적으로 추가하여 개발자 가이드로 활용성 확대
- NAVER uni와 Tech 성장 로드맵 연계로 사용성 개선

DAN 24

- 팀네이버 컨퍼런스 DAN24에서 깊이 있는 기술과 개발 노하우를 공유하는 개발자 컨퍼런스인 DEVIEW 통합 진행

N Innovation Award

- 한 해 동안 우수한 영향력과 성과를 보여준 기술을 선정하고 격려하기 위해 진행하는 행사
- 2024년 서비스 트랙에 19개 프로젝트, 연구 트랙에 27개 프로젝트 출품, 총 참여자 수는 851명 기록

Tech 직군 교육 성과

구분		단위	2022	2023	2024
개발자 교육	교육 인원	명	10,140[2]	5,925	**6,625**
	교육 과정 수	개	338	237	**265**
사내 개발자 컨퍼런스 Engineering Day[1]	발표세션 수	회	230	220	**150**
	발표자 수	명	283	254	**208**
	영상시청 수	회	23,924	18,123	**12,897**

<2024 개발자 교육 효과성 진단>

94.6 점

Engineering Day 직후 실시한 참가자 대상 효과성 평가 결과:
참여자 **"실무에 도움이 되었다"** 응답 평균 94.6점 (100점 만점)

1) 2016년부터 시작된 Engineering Day는 기술 개발 실무 경험과, 새로운 기술·플랫폼 도입 시 유용한 활용 팁들을 공유하면서 서로 배우고 성장하는 네이버의 대표적인 사내 개발자 행사
2) COVID-19로 인해 전면 온라인으로 개발자 교육 진행, 과정당 평균 인원 30명(팬데믹 이전 오프라인 교육 평균 참여인원) 가정 시 추정값

TOPIC 2.

인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

디자인 직군 성장 지원 프로그램

우수인재 영입 및 온보딩 프로그램

- 신입 디자이너와 기존 임직원이 디자인 조직과 직무 적합성 및 성장 가능성을 탐색할 수 있도록, 온보딩 프로그램 Station Zero를 재정비하여 운영
- 하계 우수인재 선발을 위한 서울대·카이스트 MOU 프로그램 진행

[성과]

2024 신입 공채 디자이너 견습경험 설문 결과 긍정 응답률: 93.8%

MOU 프로그램 참여 학생 수: 35명

C&E Seminar

- 디자인 직군의 역할을 확장하고, 직군과 사업 분야의 경계를 넘어 의미 있는 사용자 경험을 만들어가는 방법을 탐색할 수 있도록, 다양한 직군이 공감할 수 있는 실제 사례 중심의 세미나를 반기별 1회 실시
- 상반기 '데이터 기반 고객 경험 설계', 하반기 'UX리서치' 세미나 실시

[성과]

참석률: S&B 37%, Design 32%, Tech 23.5%, Corp 7.5%

만족도 설문 결과 긍정 응답률: 92.3%

<C&E Seminar 교육 효과성 진단>

세미나 참가자 대상 '사용자 경험 인식 제고' 관련

긍정 응답률: 92.6%

DAN 24: Creative Session

- 네이버의 디자인, 마케팅, 브랜딩, 기업 경험이 결합해 가치를 창출하는 과정과 협업 방식을 공유하며 전문성을 확장하고 협업 이해를 높이며, 미래 성장 방향을 탐색하는 기회를 마련

[성과]

참석인원: 1,809명

보도자료: 33건

세션 전반 만족도 긍정 응답률: 84.7%

세션 메시지 공감 및 기대감에 대한 긍정 응답률: 78.5%

Design Skill-up Program

- 동료 전문가들과 네이버를 거쳐간 선배들을 통해 직무 지식과 인사이트를 쌓고 업무 효율화를 위해 다양한 디자인 툴의 신규 기능을 배우는 프로그램 실시
  - 디자인 직무 4개 과정: 유저리서치, 콘텐츠라이팅, 모바일앱UX, 네이버 밖에서는 어떻게 디자인하고 있을까
  - 디자인 툴 3개 과정: Figma, Protopie, Adobe AI

N CREATIVE AWARD

- 사용자 경험을 한층 더 풍부하고 특별하게 만든 크리에이티브 프로젝트를 발굴하여 조직의 창의적 역량과 성과를 효과적으로 알리고자 전사로 확대

[성과]

팀네이버 총 653명 참여, 43개 프로젝트 출품

Service & Business(S&B) 직군 성장 지원 프로그램

S&B 성장 워크숍

- 스스로 본인의 성장 과정을 돌아보고, 동료와 고민을 나누며, 선배들의 조언과 응원을 받는 프로그램을 진행
- 2024년에 1박 2일 네트워킹 프로그램을 2회 진행하였으며, 임직원 74명 참여

<S&B 직군 교육 효과성 진단>

- 성장의 의미 돌아보기
- 고민 공유를 통한 공감대 형성
- 조언을 통한 성장 계획 구체화

참여자 긍정응답률: 95%

S&B 기초 공통 교육(Basic Cert.) Set-up

- 기초 직무 전문성에 대한 FGI를 진행하고, 교육 과정의 구성과 기획 방향성 설정
- 과정별 교육 영상과 연계된 참고 사례 DB를 구축하고, 교육 이수에 따른 'Certificate' 운영 예정 (2025년 중 오픈 예정)

TOPIC 2.

인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

4. 외부 교육기관 파트너십

Executive MBA	• 2024년부터 서울대학교와 협력하여 Executive MBA(경영대학원) 과정 신설 및 운영 • 상위 역할 수행의 잠재력이 있는 임원을 대상으로 네트워킹 및 과정 이수를 통해 예비 경영자 역량 및 사업자 감각을 기를 수 있도록 지원
공동 연구 파트너십 성과	• 산학 협력을 통해 ICLR[1] 2024, ECCV 2024, ACL[2] 2024, NAACL[3] 2025, CHI 2025 등의 학회에서 다수의 논문 발표

네이버-서울대 AI 연구센터, 네이버-카이스트 AI 연구센터	• LLM 및 초거대 멀티모달 모델 관련 효율성과 안전성을 높이는 방향으로 연구 수행 • 언어 모델의 평가를 위한 연구는 ICLR 2024에서 스포트라이트로 발표
네이버-튀빙겐(독일) AI 연구센터	• LLM의 신뢰성 및 개인정보와 데이터 보안에 관련된 연구 수행
네이버-토론토(캐나다) AI 연구센터	• 새로운 형식의 LLM 상호작용에 대한 연구 및 소설 창작자의 디지털 도구 활용 현황 파악을 통한 AI 어시스트 활용 가능성 탐색 연구 수행

1) International Conference on Learning Representations
2) Association for Computational Linguistics
3) Annual Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics

5. 자기주도 성장 지원

- 모든 임직원이 학습하고 성장할 수 있도록 사내교육플랫폼 'NAVER uni'의 접근 권한을 계약직, 파견직 임직원을 포함한 네이버 모든 임직원에게 개방하여 운영
- 각 직군별 성장위원회와 협업하여 비즈니스 성과와 연관성이 높은 다양한 실무교육(전자상거래법, 엑셀 등 데이터 툴 교육 등)을 제공하고 있으며, 향후 이를 성과관리에도 반영

2024년 자기주도학습 교육유형별 이수 인원

스터디	외부교육
총 402 개 그룹	총 459 명
총 4,960 시간	총 31,684 시간
어학교육	**연수**
총 1,386 명	총 23 명
1인 평균 154 만 원 지원	총 125 일

TOPIC 2. # 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

6. 성과 평가 및 리뷰

- 임직원 평가는 향후 성장을 위한 피드백에 초점을 둔 '리뷰' 제도로 운영하여 임직원이 자신의 일하는 모습을 입체적으로 인식하고 건설적으로 발전하도록 지원
- 동료, 리더 등 함께 일한 모든 임직원의 피드백을 취합하여 한 해의 성과 및 협업에 대한 종합적인 결과를 도출하며, 리뷰 결과는 보상과 리더 선임 등 다른 인사 제도들과 연계
- 등급에 따른 개인별 성장 피드백을 명확히 전달하기 위해 조직별 상이한 운영 기준을 통합한 '팀네이버 표준 리뷰등급체계'에 따라 운영
- 수시 피드백 시스템 및 상반기 1:1 중간 점검 프로세스로 연말 리뷰 전 업무 방향성에 대한 피드백을 제공하고 성과 목표를 상시 관리하도록 지원
- 리뷰가 목적에 맞게 운영될 수 있도록 각 프로세스별 평가자 교육를 실시하며 전사 공지 및 생중계 등을 통하여 임직원에게 해당 내용 안내

팀네이버 표준 리뷰 등급 체계

- 성과(Result), 과정(Commitment), 영향력(Extra Impact)의 등급 판단 요소를 통해 결과뿐만 아니라 과정에서의 치열함과 협업 태도, 개인과 조직을 넘어선 영향력까지 다양한 관점에서 구체적이고 명확한 피드백 전달
- 2023년 '팀네이버 표준 리뷰등급체계' 첫 도입 후 미흡했던 점과 임직원의 니즈를 반영하여 2024년에 제도 운영 기준 및 가이드를 보완
- 리뷰 등급 판단·피드백 가이드 보완을 통해 등급별 눈높이의 Consensus를 강화하고, 조직-개인 성과의 Align을 강화

리뷰 프로세스

- 리뷰 프로세스는 리뷰 대상자 스스로 한 해의 성과를 돌아보는 'Self Review', 함께 일한 사람들과 피드백을 주고받는 'Co-Work Review', 리뷰 등급을 산정하고 피드백하는 '종합 Review' 단계로 진행
- 이후 'Calibration' 작업을 통해 각 조직별·전사 단위 리뷰의 레벨을 조정하고, 리뷰 대상자 개인의 성과와 조직 단위의 전체 성과를 고려하여 최종 리뷰 등급 산정
- 단계별 프로세스를 통해 축적된 다양한 관점의 피드백은 조직 리더와의 면담을 통해 종합적인 성장 메시지로 대상자에게 전달
- 피드백 이후에도 리뷰 대상자의 수용성을 최대한 높이기 위해 등급 및 피드백에 대한 이의 신청 절차 운영
- 리뷰 프로세스 종료 후 매년 리뷰 피드백 경험에 대해 임직원 설문을 진행하고, 취합한 의견은 차년도 제도 운영에 반영

2024년 리뷰 경험 설문 결과 하이라이트

"리뷰등급체계의 평가요소와 기준에 근거하여 리뷰면담이 이루어졌다"	"면담을 통해 향후 성장을 위한 조언과 지원사항을 논의했다"	"연중 부재 사유와 관계없이 근무기간을 기준으로 피드백을 받았다"
긍정 응답 92%	긍정 응답 94%	긍정 응답 94%

TOPIC 2. # 인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

7. 보상

인센티브 (변동보수)

- 기본 보수(연봉) 이외에, 회사의 성과를 함께 나누기 위한 인센티브 제도를 운영
- 인센티브 지급 여부 및 총 지급 규모는 매년 이사회에서 회사의 재무 실적 및 사업 성과 등을 종합적으로 고려하여 결정하며 개인별 인센티브 금액은 성과 및 업무과정이 반영된 연말 리뷰 등급과 연계하여 산정

주식보상 프로그램

- 다양한 주식보상 제도를 통해 회사와 임직원의 성장이 연결되는 계기를 제공하고, 임직원이 주주와 같은 시각으로 회사의 장기적 가치와 성장을 바라보도록 성장 방향 제시

스톡옵션 (2019~2021)	주식매입리워드 (2020~)	스톡그랜트 (2021~2025. 01)
• 2019년부터 3년간, 1년 이상 재직한 임직원에게 1,000만 원 상당의 스톡옵션을 매년 부여 • 부여한 스톡옵션은 최대 2028년 2월까지 행사 가능(부여시점에 따라 행사종료시점 상이)	• 임직원 주주 확대를 통한 회사의 미래 성장 가치 공유를 위해 임직원이 회사 주식을 매입한 후 6개월간 보유 시 매입 금액의 10%를 현금 리워드로 지급	• 임직원의 이탈방지(Retention)와 보상 경쟁력 강화를 위해 매년 1,000만 원 상당의 회사 주식을 임직원에게 지급하는 보상 프로그램 • 운영기간 내 재직중인 정규직 임직원에 제공하며, 특별한 매도 제한 조건이 없어 즉시 현금화 가능

TOPIC 2.

인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

리스크 관리 프로세스

• 네이버는 인적 자본 리스크를 최소화하기 위해 건강한 조직문화를 형성하고 지속적인 리뷰 및 성과 평가를 통해 체계적으로 관련 리스크를 식별 중이며, 이를 해당 프로세스에 반영하여 위험을 통제

구분	조직문화 관련 위험	리뷰 및 성과 평가 관련 위험	성장 및 교육 관련 위험
위험 및 기회 식별 방법	• 매년 조직문화진단과 관리자(리더급) 리뷰를 시행 • 임직원 의견 수렴을 위하여 노사협의회, 퇴직자 면담 등 다양한 소통 채널 운영	• 평가 및 피드백 프로세스 진행 과정에서 가이드라인 준용 수준을 모니터링하며, 사후 설문으로 종합 검토	• 전사 성장 체계 관점에서 직군별 교육 현황을 구조화하고 직군 간 불균형 및 보완 요소를 확인
위험관리 프로세스	• 연 1회 정기 조직문화진단 실시로 개선 항목 식별 및 중요도 평가 • 식별된 조직문화 위험 요소 관련 수시 진단(Pulse Survey) 시스템 운영 • 조직문화 관련 위험에 관한 세부전략 및 실무 대응 방안을 마련하기 위해 전담 부서와 담당자를 지정 • 의사결정기구와 전담 부서에서 조직문화 관련 위험 대응 방안을 정기적으로 검토 (맞춤형 조직문화 개선 지원 프로그램 등) • 개선과제 이행 수준 및 효과성 평가 성과를 주기적으로 각 의사결정기구에 보고	• 리뷰 프로세스 진행 중에는 평가·피드백 현황에 대해 모성보호 및 부재에 따른 불이익 예방 차원의 전수 모니터링을 진행 • 매년 리뷰 프로세스 종료 후 직원 경험 설문을 통해 리뷰 피드백·면담 가이드에 따른 진행 여부를 최우선으로 확인하며, 제도 개선 사항에 대한 효과성과 기타 제안사항에 대한 의견 수렴 • 운영 과정 및 사후에 수집된 개선 포인트를 바탕으로 개선 Agenda를 도출하고, 연중 기획·검토하여 차년도 연말 리뷰에 반영	• 직군별 성장 지원 방안과 고도화 방향성에 적합한 의사결정 프로세스와 운영 리소스에 대한 판단이 이루어지도록 지원 • 직군별 교육 운영 현황을 상호 벤치마킹 할 수 있도록 취합 후 공유하며 타 직군의 교육 참여 기회를 위해 협력 • 전사 성장 체계 관점에서 우선순위가 높은 교육에 대한 Consensus를 형성하고 차년도 교육 계획에 반영되도록 협의

전사 위험관리 통합 방법

• 채용, 성장 및 교육, 리뷰, 조직문화, 복리후생, 노사관계, 고충처리, 안전보건 등 다양한 인적 자본 리스크를 전사적 운영리스크 범주에 포함하여 관리·감독
• 인적 자본과 관련된 운영 리스크의 파악, 대응, 예방 및 관리를 위해 HR 하위 부문별 전담 부서가 협업하여 대내외적 환경에서의 인적 자본 리스크 요인을 검토하고, 잠재적 위험 리스크를 식별해 리스크 해소를 위한 단기, 중장기 대응 방향 및 전략 도출
• 이사회, 리스크관리위원회 중심의 네이버 전사 리스크 관리체계를 통해 전사 통합 위험관리 프로세스에 인적 자본 리스크를 통합하여 관리
• 이사회 내 리스크관리위원회는 주기적으로 전사 통합 리스크 주요 요소와 대응 조치를 보고 받고, 검토
• 임직원의 성장 체계의 설계와 심의를 담당하는 '임직원 성장위원회'의 위원장을 CEO가 담당하고, 임직원 성장 부문 전략과 전사적 리스크 관리가 연계될 수 있도록 통합적인 관점을 제공

TOPIC 2.

인적 자본 관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

목표 및 성과

목표	지표	성과 (2024년)	세부 추진 목표 (2025년)	세부 추진 목표 (2027년)
임직원 성장 지원을 통한 Global Leading 기업 입지 공고화	교육 프로그램 참여도	• 법정 필수교육 자체 콘텐츠 제작 및 전 교육 수료율 100%달성(2년 연속) • NAVER uni 교육콘텐츠 누적 재생 수 45만, 수강 수 17만 회	• 유해성 이슈 예방 및 임직원 인식 개선을 위한 AI 안전성 교육 실시 / AI관련 구성원 의무교육 진행 • 네이버 퇴직 예정자 대상 IT특화 재취업 지원 교육 프로그램 고용노동부 협업 기획 및 제공	• 임직원 교육 프로그램 활성화
	임직원 성장을 위한 신규 개선과제	• 공정하고 투명한 보상체계 운영 - 리뷰 등급 판단/피드백 기준 업데이트 및 공지를 통한 전사적 리뷰 이해도 컨센서스 제고	• 개인별 성장 이력 관리 시스템 구축	• 개인의 성장이 회사의 성장과 동료의 성장에 기여할 수 있는 선순환 구조를 위한 제도 발굴 및 시스템 마련
	임직원 역량강화 시스템	직군별 성장 로드맵 이행을 통한 내부 역량 육성 및 강화 **[Tech]** • Tech 온보딩 캠프에 성장로드맵 체크포인트를 적용하여 멘토링 강화 • 신입개발자들의 활용가이드 세션 추가 • 성장로드맵을 활용한 수시입사자 Meetup 프로그램 세분화를 통한 온보딩 강화 **[디자인]** • 우수인재 영입 및 온보딩을 위한 Station Zero 운영 • 동료 전문가 및 선배 디자이너 직무 지식 및 인사이트 교류 • 디자인 툴 신규 기능 교육 **[S&B]** • 공통 역량 교육 설계를 위한 교육 주제 도출 • 통합 교육 플랫폼 NAVER uni에 S&B SHARE 콘텐츠 보관	• 교육 프로그램 효과성 측정 및 모니터링 체계 구축 • 개인별 온·오프라인 통합 교육시간 측정체계 구축	• 교육 참여 대상자 및 교육 효과성 데이터 분석 기반 개인별 상황과 성장 니즈에 최적화된 프로그램 추천 환경 구축

성과 및 보수 연계

- 매년 주요 인적 자본 관리 목표를 수립하고 있으며, 이를 경영진 및 이사회에서 확인하고 최종 의사결정
- 경영진 KPI로 설정된 지표는 달성 여부 점검 후 경영진 보상에 연계

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

관리·감독기구

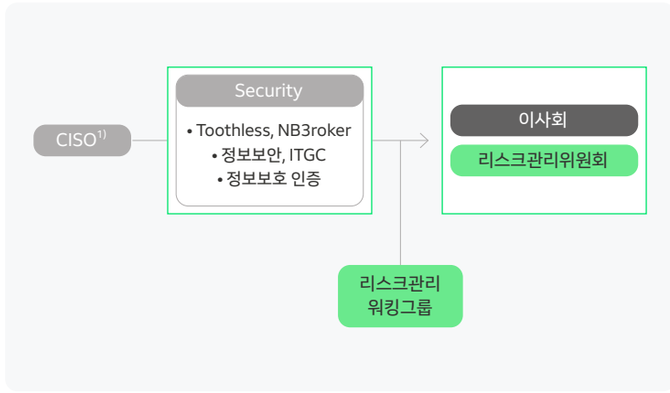
• 의사결정기구는 다음으로 구성

CISO(정보보호 최고책임자)

- 네이버의 데이터 보안 및 정보의 안전한 관리 등 정보보호 업무를 총괄, 최고경영진 직속으로 정보보안 리스크를 전사적으로 관리·감독

이사회 내 리스크관리위원회

- 정보보호에 대한 핵심 리스크 사안을 보고받아 검토하고 주요 정보보호 리스크에 대한 의사결정에 참여, 최상위 거버넌스 기구로서의 감독 수행



1) Chief Information Security Officer

관리 및 감독 역량

• CISO(정보보호 최고책임자)는 정보보안 주관부서의 임원으로서 법적 자격요건을 충족하며, 업무 경력, 보유 기술 및 자격증, 전공 등을 종합하여 정보보호 분야의 전문성을 가진 자를 선임

역할 및 책임	• 회사 및 계열사를 포함한 정보보호 업무 총괄 • 보안 사고 발생 시 사고처리 및 대응 방안 제시 • 계열사 포함 타 부서와 긴밀한 업무 협조체계 구축 • 정보보호 관련 의사결정을 위한 타 위원회 참여 및 의견 조정
CISO 주요 활동	• 한국CISO협의회 부회장 • 공공데이터전략위원회 공공데이터 개방·활용 분과위원회 위원(2024~) • 행정안전부 공공데이터분쟁조정위원회 위원(2022~) • 한국신용정보원 금융데이터포럼 위원(2020~) • 행정안전부 전자정부 민간협력 위원

통제 및 절차

• CISO는 정보보안 관련 핵심 사안에 대한 과제 및 수행 결과를 리스크관리 워킹그룹을 통해 이사회에 보고

정보보안 보고 현황

보고 대상	보고 내용	보고 빈도
이사회 내 리스크관리위원회	• 전사 리스크관리 내 정보보안을 포함, 정보보안 계획 및 업무수행 결과를 보고 **2024년 정보보안 보고 안건** - 2월, Security 개선·활동 계획 보고 - 6월, 2024년 Security 진척사항 보고	반기 1회
리스크관리 워킹그룹 (주요 임원 및 실무 부서장 구성)	• 정보보안 리스크 보고, 검토 및 논의 **2024년 정보보안 관련 주요 보고 안건** - 베트남 개발센터와의 신규 버그바운티 플랫폼 개발 과제 논의 - 통합검색 어뷰징 계정 징계 건 논의 - 정보 유출 모니터링 시스템 확대 도입 검토 논의	월 1회

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

정책

- 정보 자산에 대한 기밀성, 무결성, 가용성 보장을 위한 최상위 정책 문서로서 '정보보호 정책서'를 수립하였으며, 이에 따른 지침 및 가이드라인을 구성하고 업무에 반영
- 계열사의 정보보호 정책 체계는 원칙적으로 네이버의 정보보호 정책 체계와 동일하게 적용
- 2024년 네이버 계열사 정보보호 정책 미팅을 12회 실시하며 전사적인 정보보호 활동 수행

네이버 정보보호 정책 체계

연혁

네이버 정보보안 주요 연혁

2006
- 전사 정보시스템 관리체계에 대한 ISO/IEC 27001 국제 인증 취득

2010
- 전사 정보보호 관리체계에 대한 ISMS 인증 취득(국내 최초 관계사 포함 전체 계열사 대상)

2013
- 국내 최초 SOC(Service Organization Control) 2, 3 인증 동시 취득

2016
- ISO/IEC 27017, 27018 인증 취득(클라우드 서비스 분야 정보보호 검증 추가)

2018
- 네이버 애플리케이션의 보안 취약점을 국제 수준으로 엄격히 관리하고 있음을 보여줄 수 있는 CNA(CVE[1] Numbering Authority) 자격 획득
- 네이버 로그인 '2단계 인증' 보안 기능 추가

2019
- 네이버 보안 취약점 제보 포상 프로그램인 버그바운티(Bug Bounty) 독자 운영 개시
- 네이버 서비스 ISMS-P(정보보호 및 개인정보보호 관리체계) 및 데이터센터 각 운영 ISMS(정보보호 관리체계) 인증 취득

2020
- 개발 보안 내재화(Security by Design)를 위한 네이버 DevSecOps 플랫폼인 Toothless 정착

2021
- 스마트스토어 판매자 대상 파트너스퀘어 TV 정보보안 교육 시행

2022
- 네이버 업무 위탁 파트너사 대상 파트너 정보보호 교육 시작

2023
- 네이버의 DevSecOps 시스템(NShiftKey) 외부 릴리스
- 네이버의 연간 정보보호 활동을 요약한 네이버 보안백서(NAVER Security Whitepaper) 발간 시작

2024
- LLM[2]을 사용하는 애플리케이션 보안 가이드 작성 및 사내 공지

1) Common Vulnerabilities and Exposures(공개적으로 알려진 컴퓨터 보안 결함 목록)
2) Large Language Model(초거대 언어모델)

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

위험 및 기회

구분	위험 및 기회 요인	잠재적 영향	영향 범위	기간			대응 전략 및 활동
				단기(1년)	중기(1-5년)	장기(5년 이상)	
위험	서비스 보안 취약점 기반 해킹, DDoS, 사이버 침해사고 발생	• 침해사고 발생으로 인한 서비스 장애 및 회사 정보 유출 등으로 인한 이용자 신뢰도 하락	자사, 계열사	●	●	●	2. 침해사고 대응 프로세스
		• 침해사고 방지 및 대응을 위한 정보보호 시스템 도입 및 개발 비용 증가	자사, 계열사	●	●		3. 서비스 보안 관리
		• 서비스 안전성 및 안정성 요구 대응 미흡 시, 서비스 수요의 감소 및 경쟁력 하락	자사, 계열사		●	●	4. AI 보안 유출 방지 강화
		• 신규 출시된 서비스 대상 보안 취약 이슈 발생 시 서비스 출시 연기 및 서비스 재개발 등 리소스 과중 투입	자사	●	●		5. 서비스 취약점 관리 6. 서비스 특화 보안 교육
	서비스 데이터 오염	• 서비스 데이터 오염으로 인한 서비스 운영 및 비즈니스 전략에 대한 의사결정 혼선 초래	자사	●	●		7. 보안 기술 개발 및 확대 적용
	이용자 계정 오용	• 이용자 계정 오용으로 인한 서비스 신뢰도 하락	자사, 계열사	●	●		
	내부 기밀정보 유출	• 임직원 및 파트너 대상 정보 유출 등 사이드 위험 요인 발생으로 인한 산업 경쟁력 저하	자사, 계열사	●	●		8. 임직원 교육 및 인식 제고 활동 9. 파트너 정보보호 관리
기회	서비스 안전성 및 신뢰도 증대	• 정보보호경영시스템에 대한 신뢰받는 기관의 인정을 통한 서비스 신뢰도 강화	자사, 계열사	●	●	●	1. 정보보호 인증
		• 안전한 선도 플랫폼이라는 인식 기반의 이용자 이탈 방지 및 시장 확대 기회 확보	자사, 계열사		●	●	10. 이용자 인식 제고 활동
	안전한 보안 생태계 기여	• 파트너십 강화를 통한 신뢰할 수 있는 파트너 확보 및 비즈니스 협업 기회 확대로 신뢰도 제고	자사, 계열사	●	●		9. 파트너 정보보안 관리
		• 보안 기술력 공유 확대 기반 안전한 보안 생태계 기여를 통해 정보보안 선도기업 이미지 확보	자사, 계열사		●	●	11. 정보보안 기술 및 지식 공유

TOPIC 3. # 정보보안

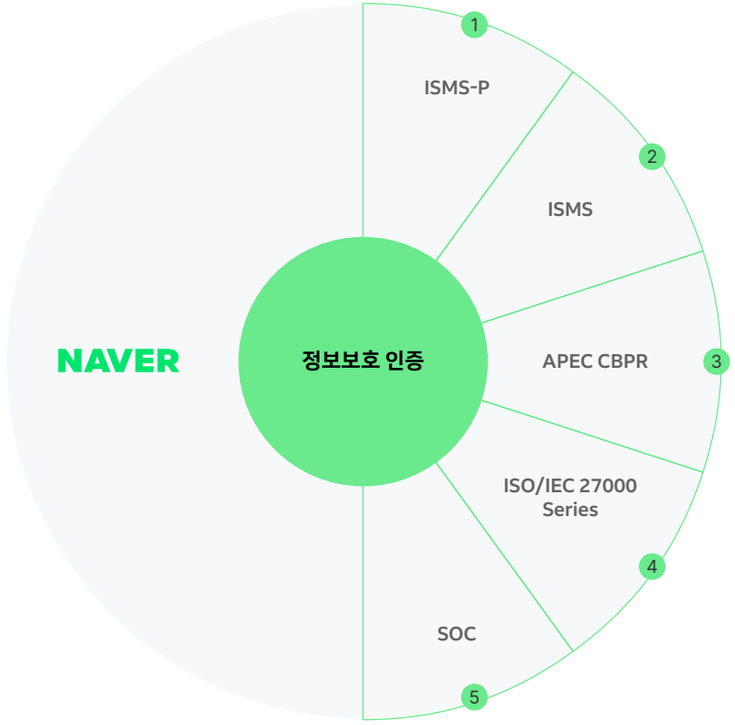
거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

대응 전략 및 활동

1. 정보보호 인증

• 국내외 공신력 있는 정보보호 인증을 통해 네이버의 서비스 안정성 및 운영체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증

네이버 정보보호 인증



* 인증범위: 네이버 전 사업장, 주요계열 사 및 고객센터

1 **정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증 (ISMS-P)**
정보서비스 보호와 개인정보보호 관리 능력을 통합적으로 고려한 인증

2 **정보보호 관리체계 인증(ISMS)**
정보통신망의 안전성 확보 및 조직의 정보 자산 보호 능력에 대한 인증

3 **글로벌 개인정보보호 관리체계 인증 (APEC CBPR)**
APEC[1] 프라이버시 보호 원칙을 기반으로 기업의 개인정보보호 체계를 평가하는 국제 인증

4 **국제 정보보호 관리체계 인증 (ISO/IEC 27000시리즈)**
정보보호 수준의 지속적 개선 및 이용자 요구사항 충족을 보장하는 국제 인증 ISO/IEC 27001, 27017, 27018, 27701 취득

5 **서비스·조직 내부 통제(SOC)**
서비스·조직에 대한 내부통제의 적절성을 평가 확인

1) Asia-Pacific Economic Cooperation

2. 침해사고 대응 프로세스

• 네이버는 해킹, DDoS, 사이버 침해 등 외부로부터의 공격 시도를 사전 예방, 실시간 탐지, 분석 및 대응하기 위해 침해사고 대응 프로세스 운영

사전 예방 및 모니터링

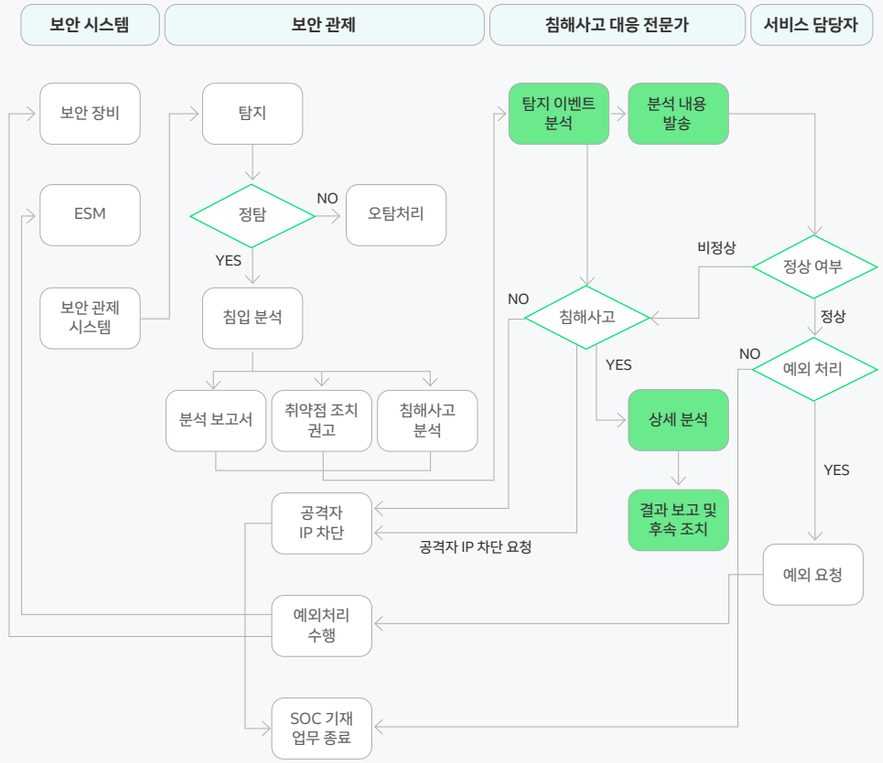
• 검증된 모니터링 정책과 상관 규칙, 위협 관리 대응 체계를 기반으로 전문 인력이 365일, 24시간 보안 관제 수행

모니터링 (위협 탐지)	• 신규 취약점 모니터링 • 보안 공지 전파 • 외부 보안 동향 수집 • 침해 지표(IoC)를 활용한 내부 스캔 • 보안장비 로그 연관 규칙을 통한 위협 탐지
취약점 점검	• 매년 종합보안 진단 및 내부 정보보호 현황 점검 등을 통해 보안 위험 식별 • 취약한 버전 사용 중인 자산 검색 • 취약점 스캐너를 이용한 점검 • 취약 자산 업데이트 • 불필요한 취약 서비스 제거
모의훈련	• 매년 1회 이상 외부 기관과 협조하여 APT, 서버 해킹, DDoS 대응 모의훈련 진행 • 최근 3년 동안 전체 공격에 대한 탐지 및 대응 100% 완료 **모의훈련 유형** - APT(Advanced Persistent Threat): 임직원 대상 사회공학적 악성 이메일을 발송하고 이에 대한 탐지·대응 훈련 - 서버 해킹: 서버 대상 취약점 공격 탐지·대응 훈련 - DDoS(Distributed Denial of Service): 홈페이지 또는 서버 대상으로 대용량의 악성 트래픽을 보내고 이에 대한 탐지·대응

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

침해사고 대응 프로세스



사후 대응 및 재발 방지

• 공격 탐지 시 공격 대응 및 재발 방지 대책 수립 프로세스

공격 대응

- 이벤트별 심각도 정의
- 피해 내역, 피해 범위 산정
- 침해 시스템, 악성코드 상세 분석
- 침해 시스템 네트워크 격리
- 악성 통신 차단

결과 보고

- 침해사고 분석보고서 작성
- 정보보호 최고책임자 보고
- KISA[1] 및 개인정보보호위원회 등에 신고

후속 조치

- 침해사고 원인 제거
- 재발 방지 대책 수립
- 재발 방지 가이드 적용
- 이행 점검
- 탐지 방안 적용 및 모니터링

1) Korea Internet & Security Agency(한국인터넷진흥원)

• 공격 대응 및 재발 방지 대책 수립의 기준이 되는 심각도 등급과 공격 유형의 세부 내용

심각도 등급

유형	설명
정상	해킹기법 및 보안 취약점 등이 발견되었으나 그 피해가 미비하며 사이버상의 국가 경제 사회 제반 활동이 정상적인 경우
관심	취약점, DDoS, 악성코드 등 공격 시도의 증가
주의	위험도 높은 취약점, DDoS, 악성코드 등 신규 해킹기법의 출현으로 피해 발생 가능성이 증가
경계	취약점, DDoS 등 사이버 공격으로 인해 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우
심각	사이버 공격으로 인해 중요정보 또는 지적 재산권의 파괴, 손상, 유출이 발생하여 서비스에 중대한 영향이 발생하는 경우

공격 유형

유형	설명
스캐닝	네트워크 상에서 공격 대상을 파악하기 위한 행위
악성코드	다양한 방식으로 서버나 PC에 악성코드 감염 시도
취약점 공격	알려진 취약점 또는 0-day 취약점을 활용, PC 및 서버 권한 탈취 시도
DDoS	다수의 서버, PC 등을 이용해 비정상적인 트래픽을 유발시켜 대상 시스템을 마비시키는 공격 행위

TOPIC 3. # 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

3. 서비스 보안 관리

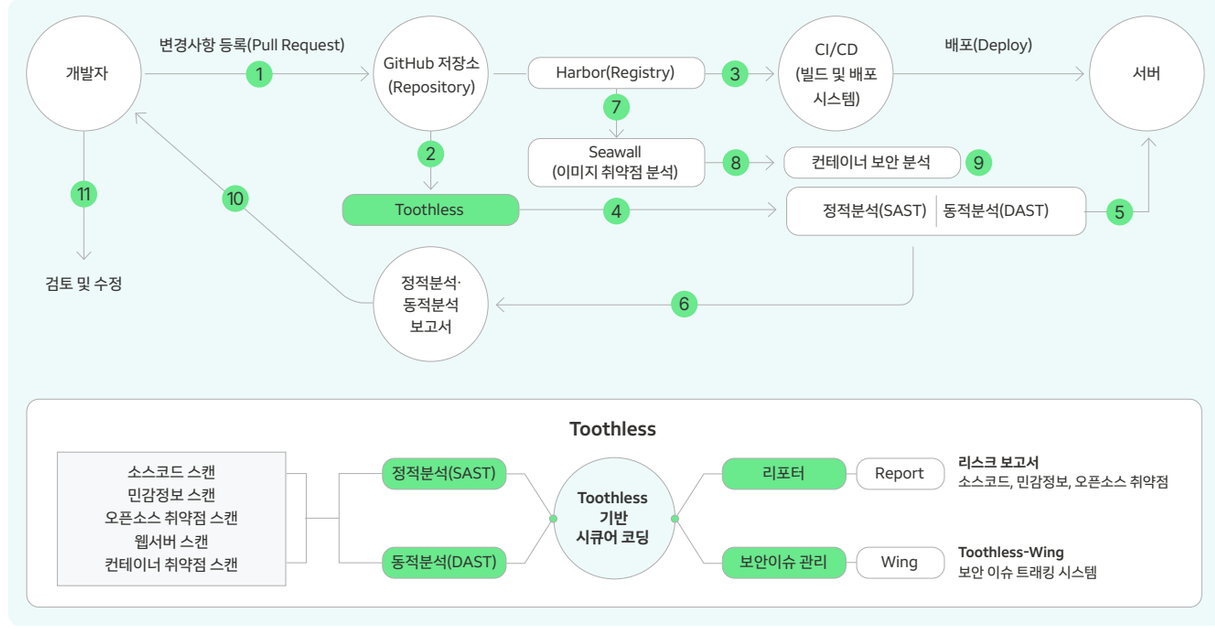
- 서비스의 안전한 운영을 위해 서비스 기획·설계·개발·출시 전 단계에서 서비스에 필요한 보안 점검 진행
- 소스코드 저장소 기반 DevSecOps(Development, Security, Operations) 지원 시스템 개발 및 운영

네이버 DevSecOps: Toothless

개요

- 서비스 기획 및 디자인 보안 리뷰 절차를 마련하고, 산출물에 대해 개발자의 개입을 최소화하면서 자동화된 코드 보안 리뷰가 가능하게 하여 원활한 협업을 돕는 지원 시스템
- 개발 단계에서 보안성을 높이기 위해 Toothless 전사 필수 적용 시행

프로세스



2024년 성과

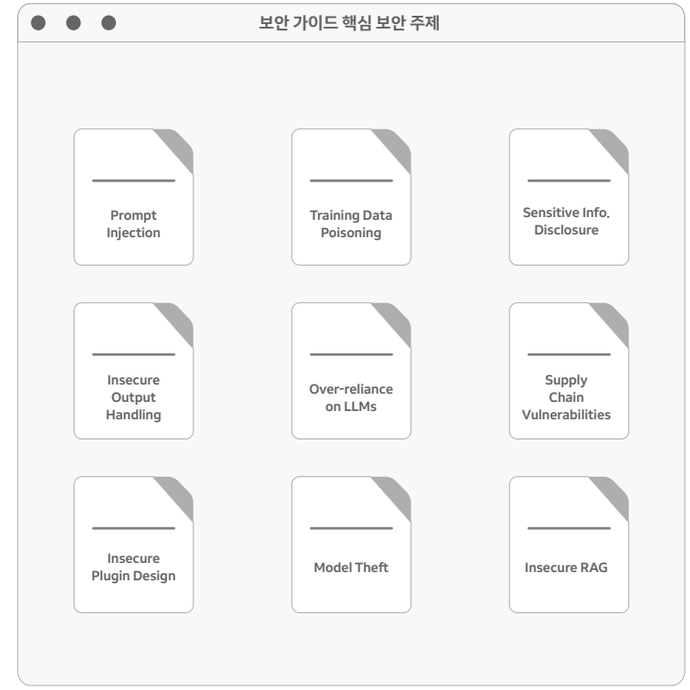
30,873 건 (전년 대비 3,053건↑)

전사 필수 적용에 따라 Toothless 적용 Repository 건수

4. AI 보안 유출 방지 강화

- AI를 활용한 애플리케이션 보안 가이드 작성 및 내부 배포

이슈	대규모 언어 모델(LLM)이 소프트웨어 시스템에 통합되면서, 애플리케이션과 이용자에게 심각한 영향을 줄 수 있는 보안 문제 간과가 큰 이슈로 발생
네이버 대응 방안	LLM 기반 애플리케이션의 보안을 효과적으로 강화하기 위해 개발자가 우선적으로 고려해야 할 9가지 핵심 보안 주제를 가이드로 만들어서 공유함으로써 개발 단계에서의 보안을 강화



TOPIC 3. # 정보보안

5. 서비스 취약점 관리

• 서비스별 취약점을 관리하기 위한 보안 취약점 보상제도(버그바운티) 및 CVE 발행 시스템 운영

버그바운티(Bug Bounty)

개요

• 보안 취약점 및 버그에 대해 외부 분석가의 도움을 받아 사고 발생 이전에 버그를 확인하고 대처할 수 있는 프로그램
• 취약점 및 개선사항 제보 → 적절한 보상 및 사례 지급

2024년 성과

132 명 제보자 수	296 건 제보된 버그 수
35 일 평균 조치 기간	$58,960 포상금

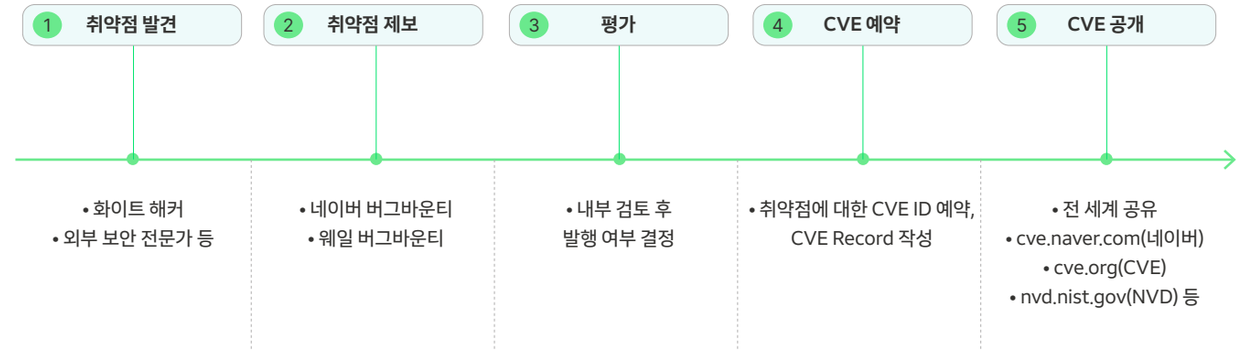
CVE(Common Vulnerabilities and Exposures)

개요

• 소프트웨어 보안 취약점을 국제표준 관리 번호인 'CVE 번호'로 발급할 수 있는 권한을 가진 'CNA(CVE Numbering Authority)'로 2018년 국내 최초 등록
• 네이버는 사용자들이 보다 효율적으로 대응하고 보안을 강화할 수 있도록, CNA로서 취약점을 신속하고 정확하게 식별하며 CVE를 발행하며 취약점 정보를 투명하게 공개

프로세스

네이버 CVE 발행 절차



2024년 성과

8 건 (누적 29건)[1)]
CVE 번호 발급

1) 직전년도 1건 사후 승인으로 인해 누적 건수 전년 대비 1건 추가

TOPIC 3. # 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

6. 서비스 특화 보안 교육

• 매년 특정 서비스를 선정해 모의해킹에 준하는 보안 점검 실시, 외부 해커의 관점에서 서비스 보안 취약점을 진단하고 발견된 보안 버그의 원인과 해결 방안을 개발자에게 교육

프로세스

1 대상 선정 및 공지	2 집중 모의해킹	3 개발자 대상 보안 교육	4 교육 결과 피드백 설문
특정 서비스·조직 선정 및 모의해킹 사전 공지	약 2주간 외부 해커 관점에서 해당 서비스 대상 모의해킹 실시	모의해킹 결과를 바탕으로 개발자 대상 보안 버그 설명 및 해결 방안 제시	서비스 특화 보안 교육에 대한 만족도 조사 및 개선 방안

실행

• 2019년 사전 서비스를 시작으로 매년 1개 이상의 서비스에 대해 서비스 특화 보안 교육을 진행
• 2024년 회원 서비스 및 광고 서비스 대상으로 보안점검 실시

2019	2020	2021	2022	2023	2024
• 사전	• 플레이스 • 웹툰 • 예약 & 주문 • 페이	• 파이낸셜	• 바이브 • 블로그	• 카페/밴드 • 스마트스토어 • 네이버 앱/게임/스포츠	• 회원 서비스 • 광고 서비스

2024년 성과

총 128 건
보안 버그 발견, 후속 조치 수행

7. 보안 기술 개발 및 확대

• 다양한 어뷰징 및 피싱 시도를 통한 데이터 오염 및 계정 오용을 방지하고 이용자 브라우저 환경에서의 보안을 강화하기 위해 보안 기술 개발 및 확대 적용

NAVER Safe Browsing

개요
• 2022년부터 자체 피싱 수집 엔진(NAPS, Naver Anti-Phising System) 개발, 이용자 데이터를 위협하는 피싱 대응 강화
브라우저, 모바일 앱을 포함해, 카페 채팅과 같이 이용자들이 피싱 공격에 노출될 수 있는 자사 서비스에 확대 적용

2024년 성과
• 2024년 신규 수집 모듈 추가 개발 및 피싱 전용 도메인 수립 모듈 개발하여 피싱 공격 선제적 차단 수행
• 전년 대비 4.3배 추가 차단하여, 안전한 환경 제공

Web Traffic Monitor

개요
• WTM(Web Traffic Monitor)은 어뷰징 행위를 룰 기반으로 탐지 및 차단할 수 있는 플랫폼
• 트래픽이 서비스 서버로 전달되기 전에 어뷰징 행위를 검출할 수 있는 구조로 운영하여 서비스 품질 향상 및 서버 부하 완화 기능

2024년 성과
• 네이버의 통합검색, 쇼핑, 플레이스, 크림, 회원 등 다양한 서비스에 적용, 서비스별 트래픽의 최대 80%까지 검출
• 서비스 어뷰징 완화 및 퀄리티 향상 기여 중

NCaptcha

개요
• 규칙 기반으로 이용자 브라우저 환경에서 동작하는 Invisible Captcha로 이용자 경험 저하 없이 적용 가능
• WASM(Web Assembly) 형태 구현 및 강력한 난독화 기능의 적용을 통해 기존 Captcha의 문제점을 보완

2024년 성과
• 회원 로그인, 영수증 Captcha, SRP(공통 신고 팝업) 서비스에 적용되어 있으며 다양한 신규 서비스에 추가 도입 고려
• 서비스별 검출률 향상을 위해 세부 룰 개선 중

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

8. 임직원 교육 및 인식 제고 활동

• 정보보안 관련 회사 정책 및 내용을 이해하고 부주의로 인한 정보보안 위반이나 정보 유출을 예방하기 위해 정보보안 교육, 캠페인, 대상별 인식 제고 및 역량 강화 활동 수행

2024년 임직원 대상 주요 활동

정보보안 교육

• 내용: 업무 수행 과정에서 실제 발생할 수 있는 사고 사례 및 위험성
• 대상 및 주기: 네이버 및 계열 법인 전 임직원[1] 대상 연 1회 진행
• 수료율: 네이버 법인 기준 97.3%
• 만족도: 평균 4.77점(5.0 만점 기준)

정보보안 참여 캠페인

• 1회차: 음성·영상 파일 유출 주의사항
• 2회차: 브라우저 '자동 로그인' 기능 사용 주의
• 3회차: 모바일 기기 사용 수칙 A to Z
• 4회차: 전사 임직원 정보보안 교육 다시 보기
• 5회차: 다운로드 폴더 주기적 삭제 안내

대상별 인식 제고 및 역량 강화 활동

신규 입사자 대상

• 정보보호, 개인정보보호, 정보보안 실천사항, 개발자 대상 보안 교육 및 가이드 등 5개 교육으로 상세 개편하여 신규 입사자 대상 업무 시작 전 교육 시행
• 교육 만족도와 개선 의견을 조사하여 교육 효과성 개선

개발자 대상

• 2019년부터 'TechShare' 매월 운영
• 시스템과 보안 영역에서 기술성장위원회가 설계한 기술 기본기를 다질 수 있는 사내 기술교육 정규과정으로, 사내외 전문가가 멘토로 참여하여 정보보안과 관련하여 자신의 기술, 업무 경험, 노하우 강의
• Tech 직군 대상 '개발자가 알아야 할 단계별 보안 프로세스'를 주제로 정보보안 교육 시행

1) 임원, 정규직, 계약직, 파견직, 인턴 포함

9. 파트너 정보보안 관리

• 외부 파트너와 업무 위탁 및 협업 과정에서 준수해야 하는 각 단계별 정보보안 관리 강화

개요

• 외부에서의 사내 네트워크 및 사내·기타 계정에 대한 접근 과정에서의 정보보안을 위한 파트너 정보보안 서약 실시
• 파트너(외부 직원) 대상 보안 인식 제고 및 협업 과정에서의 보안 위협 예방을 위한 정보보안 교육 실시

프로세스

• 파트너 협업 관리 업무 프로세스

1 파트너 협업 발주 및 계약 단계

파트너 협업 전 보안 검토

• 네이버 Github Enterprise Org 및 Repository 접근
• 운영 서버 운영 DB 및 운영 데이터 접근
• 회사 기밀정보의 위탁
• 모바일 VPN 프로그램으로 사내 네트워크 접근

2 파트너 협업 진행 단계

파트너 협업 계약
파트너 정보보안 서약

외부에서 사내 네트워크 접근	VPN 계정 신청
오피스 출입	출입증 신청(방문증, 단기·장기 출입증)
PC 필요 및 사내 네트워크 접근	외부인 PC 대여
사내 계정	임시 계정 신청
기타 계정	플랫폼별·시스템별 권한 신청

파트너 정보보안 교육

파트너 협업 보안 관리

• 커뮤니케이션 도구 사용
• 외부 Cloud형 소프트웨어 및 서비스 사용 제한
• 악성코드 감염 주의
• 지정된 장소에서 근무
• 규정 준수 여부 감사

3 파트너 협업 종료 단계

파트너 협업 종료

• 임시 계정 및 VPN, 기타 권한 삭제 신청
• 파트너 업무 종료 서약

TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

10. 이용자 인식 제고 활동

• 회사 공식 정보보안 블로그를 통해 다양한 이용자 대상 캠페인 및 가이드라인 제공 네이버 Security 공식 블로그

2024년 주요 활동

피싱 예방 캠페인

• 네이버 계정 정보 탈취 목적의 피싱 메일 주의 안내 및 체크리스트 공유
• 피싱 메일 주의 안내 및 예방 체크리스트 공유

중고거래 피싱 예방 가이드라인

• 중고거래 단계별 확인 및 대응 방안과 체크리스트 공유

검색 피싱 예방 캠페인

• 검색 피싱 설명 및 대응 방법
• 사이트 관리자 대상 대응 방안

11. 정보보안 기술 및 지식 공유

• 정보보안 기술 공유를 통한 개발자 및 이용자 대상 정보보안 대외 기여 활동 전개

NShiftKey

• Toothless 운영 경험과 노하우를 바탕으로 DevSecOps 보안 도구인 NShiftKey를 외부 개발자들이 무료로 사용할 수 있도록 공개
• 2023년 6월 배포 이후, 2024년 Github 8,504개 Repository에서 사용
• 소스코드 정적분석, 민감정보 노출 여부 분석, 오픈소스 라이브러리 취약점 분석 기능 포함, 14개 언어에 대해 분석 기능을 제공

8,504 개
2024년 Github Repository 사용 수

네이버 보안백서

• 네이버 보안백서(NAVER Security Whitepaper)를 매년 발간해 주요 정보보안 활동 및 보안 이슈 공개
• 내부 임직원 대상으로 공유하던 보안백서를 2022년부터 공개 버전으로 발행
• 네이버 정보보안의 투명성을 높이고, 우수한 보안 콘텐츠 및 기술을 외부에 공유
• 사옥 내 커넥트라운지를 통해 인쇄물로 제공

TOPIC 3. # 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

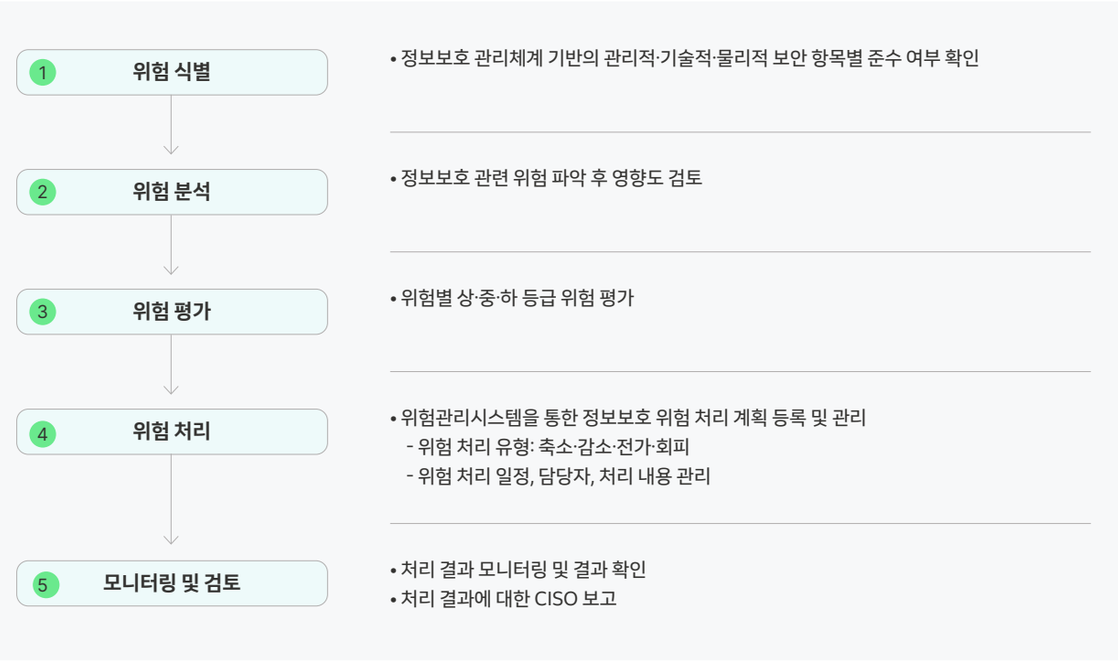
정보보호 리스크관리 가이드라인

• 정보보호 관련 잠재적 위험 요인을 식별하고, 식별된 위험에 대해 위험 영향도 및 발생 빈도 등을 고려한 리스크 평가를 수행하여, 위험허용 수준을 넘어서는 위험을 우선적으로 관리

단계	방법
위험 식별	• 내부 정보보호 점검, 외부기관 인증 및 심사, 언론 기사, 제보 등 회사의 내외부 상황 파악을 통해 위험을 식별 - 외부 고려 요인: 외부 이해관계자, 법률 및 규제 요구사항 - 내부 고려 요인: 회사의 목적, 부서 및 프로세스의 목표 고려
위험 분석	• 위험의 내용 및 맥락에 따라 정성 분석, 정량 분석 또는 복합 분석 수행
위험 평가	• 위험 평가는 분석 과정에서 발견된 위험 수준(위험 영향도, 발생 빈도 등)과 네이버 경영환경을 종합적으로 고려하여 위험 기준과 비교 • 위험허용수준(DoA, Degree of Assurance)을 초과하는 위험에 대해서 리스크관리 시스템을 통해 리스크관리를 수행
위험 처리	• 위험을 최소화하기 위해 아래와 같은 방법으로 관리 - 위험 회피: 위험을 발생시키는 행위를 하지 않거나 중단 - 위험 수용: 효용성을 고려하여 위험을 감수 - 위험 전가: 위험을 제3자에게 이전 - 위험 감소: 위험의 원인 제거, 위험의 가능성, 위험의 결과로 인한 영향도를 최소화
모니터링 및 검토	• 위험 기준 변경 및 위험 관리, 우선 순위의 수정이 필요할 수 있는 위험 등의 변화를 확인 • 리스크관리 통제 프로세스의 효과성과 효율성을 평가 • 새로운 위험 요소를 식별

전사 정보보안 리스크 관리 프로세스

• 정보보호 관리체계 기반의 관리적·기술적·물리적 보안관리에 대한 위험을 식별
• 회사의 위험관리 프로세스에 따라 위험 평가 및 위험 처리 계획을 수립
• 계획된 위험에 대한 처리를 진행하고, 위험 처리 결과에 대해 모니터링 및 보고 수행



TOPIC 3. 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

서비스보안 리스크 관리 프로세스

- 각종 보안 위협에 대응하기 위해 'Let's Shift Left' 보안 전략을 통해 서비스 기획·설계·개발 단계에서부터 보안 취약점 발생에 대한 관리 및 감독을 통해 최소화 및 발생한 보안 취약점의 신속한 개선 조치 수행
- 서비스 보안 점검 프로세스를 통해 서비스 기획·설계·개발·출시 전 단계에서의 보안 취약점 식별

1 위험 식별	• 설계 및 개발 단계에서 보안 리뷰 • 보안 검수 및 취약점 탐지 자동화 스캔 • 버그바운티 제도 활용
2 위험 분석	• 발견된 위험에 대해서 상세 분석 및 서비스 영향도 검증
3 위험 평가	• 내부 평가 기준에 따라 Critical, Major, Minor로 위험 등급 산정
4 위험 처리	• 이슈 관리 도구를 통해서 상세 기록 및 전파 - JIRA를 통해 이슈 등록 및 개발 담당자 지정 - NB3Roker[1]를 통해서 지속적인 이슈 처리 상태 확인
5 모니터링 및 검토	• 이슈 패치 여부 확인 및 우회 포인트 점검 - 수정 완료 시 이행 검수 진행 - 취약점 탐지 툴(SSRP)을 통해 롤백 대응

1) NAVER Security에서 자체 개발한 시스템으로, 보안 검수, 모의해킹, 종합보안진단 결과로 나온 취약점을 관리

전사 위험관리 통합 방법

- 전사 단위의 리스크관리 워킹그룹을 운영을 통해 전사 통합 리스크관리를 수행, 2주마다 정기 회의를 실시하며, 필요시 수시 회의 소집
  - 전사 통합 위험관리 내 정보보안 이슈를 포함하고 관리 책임자가 참여하여 주기적으로 리스크 통합관리
  - 매년 정보보안 이슈에 대한 주기적 현황 보고 및 리스크 관리·예방 (2024년 기준 12회 참석, 정보보안 안건 4건 보고)
- 매년 리스크관리위원회에 전사 통합 리스크관리 차원으로 계획 및 진척을 2회 보고

TOPIC 3. # 정보보안

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

목표 및 성과

목표	지표	성과 (2024년)	세부 추진 목표 (2025년)	세부 추진 목표 (2027년)
정보보호 생태계 조성 리딩·선도	양방향 AI Safety 보안 기술 강화 및 점검 영역	• AI를 활용한 애플리케이션 보안 가이드 작성 및 내부 배포	• AI 모델 및 AI 이용 서비스에 대한 보안점검 프로세스 수립	• AI 모델 및 AI 이용 서비스에 대한 보안 점검 강화
	이용자 및 파트너 정보보안 인식 제고 강화 건수	• 카페서비스, 그린인터넷, 고객센터와의 협업을 통해 중고거래 피싱 예방 캠페인 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 7건 주의 안내 글 공유 • KISA·기업 공유체계 마련 ① 구글 doc 기반 검색 피싱 정보 제공, ② 페이 피싱 KISA 채널 신고 진행 • 2024년 2월, 네이버 보안백서 (NAVER Security Whitepaper) 발간	• 이용자 대상 정보보안 캠페인 연 1회 진행 • 신규 피싱 패턴 5건 이상 공유 • 파트너 협업 대상 정보보안 교육 1회 이상	• 공식 채널을 통한 이용자를 위한 정보보안 캠페인 및 기술 공유 확대 • 파트너 정보보안 기술력 강화 이행 지원
	이용자 보호를 위한 기술 개발	• 2024년 1분기, 유출 의심 계정 24시간 내 보호조치 기술 개발 및 적용 - 다크웹 수집 계정 자동 보호조치 모듈 개발 완료 - 피싱 URL 기반 유출 의심 계정 자동 보호조치 모듈 운영 • 세이프 브라우징 V2 서비스 API 개발 및 웨일, 네이버 앱 대상 연동 완료 - 세이프 브라우징 서비스 카페 채팅, 네이버 공유하기 대상 연동 완료 • 이용자 보호 운영 및 신규 개발 - QUAXAR[1] 제공 채널 기반 수집 채널 2개 확보 - 피싱 의심 URL 검토 최대 6시간 이내 처리 적용	• 피싱 사이트 탐지 고도화 및 자동화 • 세이프 브라우징(사전 피싱 방지 URL경고 솔루션) 연동 사용처 2개 이상 확대	• 이용자 보호 기술 고도화, 세이프 브라우징, 이용자 보호 운영·개발
	서비스 보안 침해 및 유출 방지를 위한 신규 개선과제 발굴 및 이행	• 서비스별 취약점을 관리하기 위한 보안 취약점 보상제도(버그바운티) 및 CVE 발행 시스템 운영 • 사내 컨테이너 보안관리 플랫폼 Seawall과 컨테이너 이미지 취약점 검사 플랫폼 Promote 통합 고도화 • 네이버 오픈 소스 관리시스템 OMS 신규 개발 - 각종 산출물(소스코드, 컨테이너 이미지 등)에서 사용하는 오픈소스 라이브러리 취약점 정보 확인을 통한 취약점 현황 파악 및 대응	• Access Log Monitor 시스템 구축을 통한 신규 위협 포인트 사전 차단 10건 이상 발굴 • 컨테이너 보안 시스템(Seawall) 탐지 품질 향상 및 로직 개선 • 정보 유출 체계 관리 강화를 위해 PC 데이터 유출 경로 감시 및 차단 솔루션 도입	• Security 자체 운영 솔루션 기능 고도화 확산

1) 피싱 정보 수집 및 분석을 위한 플랫폼/서비스

성과 및 보수 연계

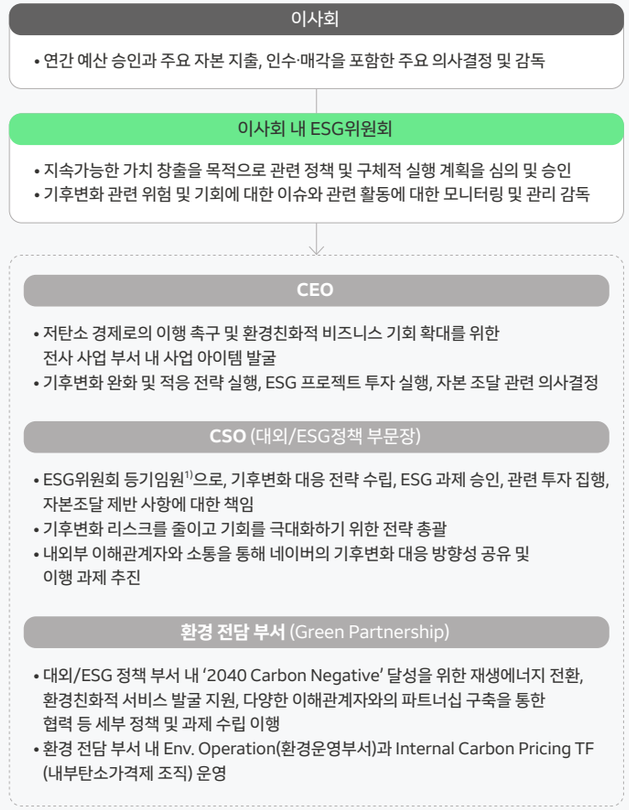
- 매년 정보보호 및 정보보안 관련 위험 예방 및 기회를 위한 목표를 수립, 이를 경영진 및 이사회에 보고
- 경영진 및 부서 KPI로 수립하여 달성 여부 등 성과를 점검하고, 연말 성과 인센티브 및 보수 등에 연계

TOPIC 4. 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

관리·감독기구

• 의사결정기구는 다음으로 구성



1) 2025년 3월까지 등기임원 직무 수행

관리 및 감독 역량

• 법적 자격요건과 업무 경력, 보유 기술 및 자격증, 전공 등을 종합하여 ESG 분야의 전문성을 가진 자를 사외이사 및 사내이사로 구성
• 이사회 내 ESG위원회 대상으로 기후변화 관련 교육 연 1회 이상 정기적으로 실시
• 경영진은 연 1회 환경경영시스템(ISO 14001)과 연계된 경영검토 보고 시 기후변화 관련 교육 실시 및 필요시 워킹그룹과 논의 진행

통제 및 절차

• '네이버 환경경영방침' 기반 정책 제정 및 수립
• ESG위원회는 분기마다 개최되며, 환경 및 기후 관련 안건은 최소 연 2회 이상 정기적으로 보고
• 환경 전담 부서는 기후변화 관련 중요 위험 및 기회에 대한 주요 과제 및 이행 결과를 대외/ESG 정책 부문장, CEO 및 ESG위원회에 정기적으로 보고하고 이를 토대로 ESG위원회는 기후변화 주요 안건에 대한 의사결정 시 반영

주요 의제 - 2040 Carbon Negative 로드맵 이행 추진

• 이해관계자 요구사항 및 대응 체계 검토
• 재생에너지 PPA 최종 승인
• 온실가스 저감 성과 확보 등 사업장과 공급망 내 자원 절감 활동 지속적 발굴
• TCFD 공시 권고안을 채택한 사업장별 리스크관리 가이드라인 수립
• 부서 신설 및 임직원 환경 교육 현황 관리
• 국내외 기후 공시 요구 초안에 따른 연결 법인 온실가스 배출량 산정 및 공개
• 기후 관련 개선과제는 ESG 전담 부서이자 이사회 내 ESG위원회 간사인 Green Impact로 전달되어 네이버 ESG 7대 전략에 부합하는지 상호 점검 및 논의

정책

• 네이버는 환경 전담 부서 Green Partnership의 주관으로 온실가스 및 에너지 관리 내용을 포함한 '네이버 환경경영 정책'을 수립

목적

회사의 활동으로 유발되는 기후변화 영향을 최소화하고
다양한 이해관계자와 함께 저탄소 사회 실현을 위한 목적으로
환경정책을 수립 및 운영

정책 범위

내부 임직원, 자회사, 파트너 등 네이버의 사업에 참여하는
모든 이해관계자에게 적용

준거 및 협약

파리협정 및 UN SDGs1)에서 제시하는 기후 관련 공통 목표 달성에 대한
책임 및 이와 연관된 법률 및 규제사항

1) United Nations Sustainable Development Goals

TOPIC 4.

온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

위험 및 기회

- 물리적·전환 위험 및 기회 요인에 대해 중대성 평가를 통한 발생 가능성과 영향도를 파악하고 이에 대해 물리적 위험은 SSP[1] 시나리오, 전환 위험 및 기회 요인에 대해서는 IEA[2], NGFS[3] 시나리오를 기반으로 네이버 사업장의 위험 노출도 평가 및 재무 영향을 분석하여 그 결과를 경영 전략 및 의사결정에 반영
- 위험 요인은 재무적 손실을 최소화하고, 기회 요인은 재무적 이익 효과를 최대화하는 방안 적용

구분	리스크 요인	잠재적 영향	영향 범위	기간[4]			대응 전략 및 활동
				단기	중기	장기	
위험	물리적 위험	• (급성) 태풍, 폭염 등 이상 기후로 인한 비즈니스 피해 영향의 증가	전 가치사슬	●	●	●	**2040 Carbon Negative 추진 전략**
		• (만성) 평균 기온 상승 및 기상 패턴의 변화로 인한 비즈니스 피해 영향의 증가	자사	●	●	●	1. Operational Excellence: 운영상의 환경영향 저감
	전환 위험	• (현 규제) 온실가스 배출량 증가로 인한 탄소배출권 구매 부담의 증가	자사		●	●	2. Future Green Product: 친환경 제품·서비스 솔루션 개발
		• (신 규제) 탄소 규제 강화로 인한 재생에너지 전환 비용의 증가	자사		●	●	3. Green Partnership: 외부 파트너십 확대
		• (시장) 국제 에너지 가격 동향 및 전망에 따른 에너지 비용의 예기치 않은 변화로 시장 저하 및 금융시장 불안정 등 경제적 리스크 발생	자사		●	●	
		• (평판) 기후 정보 공개 시 2040 Carbon Negative 진행률 저조에 따른 부정적 평판 이슈	자사	●	●	●	
기회	시장 기회	• (자원 효율성) 재생에너지 전환에 따른 에너지 및 배출권 구매 비용의 절감	자사		●	●	
		• (에너지 자원) 에너지 효율 개선에 따른 에너지 소비 비용의 감소	자사	●	●		
		• (제품/서비스) 친환경 서비스[5] 확대에 따른 이용자의 증가 및 산업 경쟁력 확보	자사	●	●	●	

1) Shared Socioeconomic Pathways
2) International Energy Agency
3) Network for Greening the Financial System
4) 물리적 위험은 10년 단위로 기간 설정, 전환 위험은 1년 미만(단기), 1년 이상 ~5년 미만(중기), 5년 이상(장기)으로 설정
5) 네이버 쇼핑 내 환경 인증 제품이나 지도앱 내 자원순환에 대한 정보접근성 향상, 전자문서 서비스로 탄소 감축 및 자원 사용 절감 등 IT산업의 특성을 활용하여 환경에 기여하는 서비스

TOPIC 4. # 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

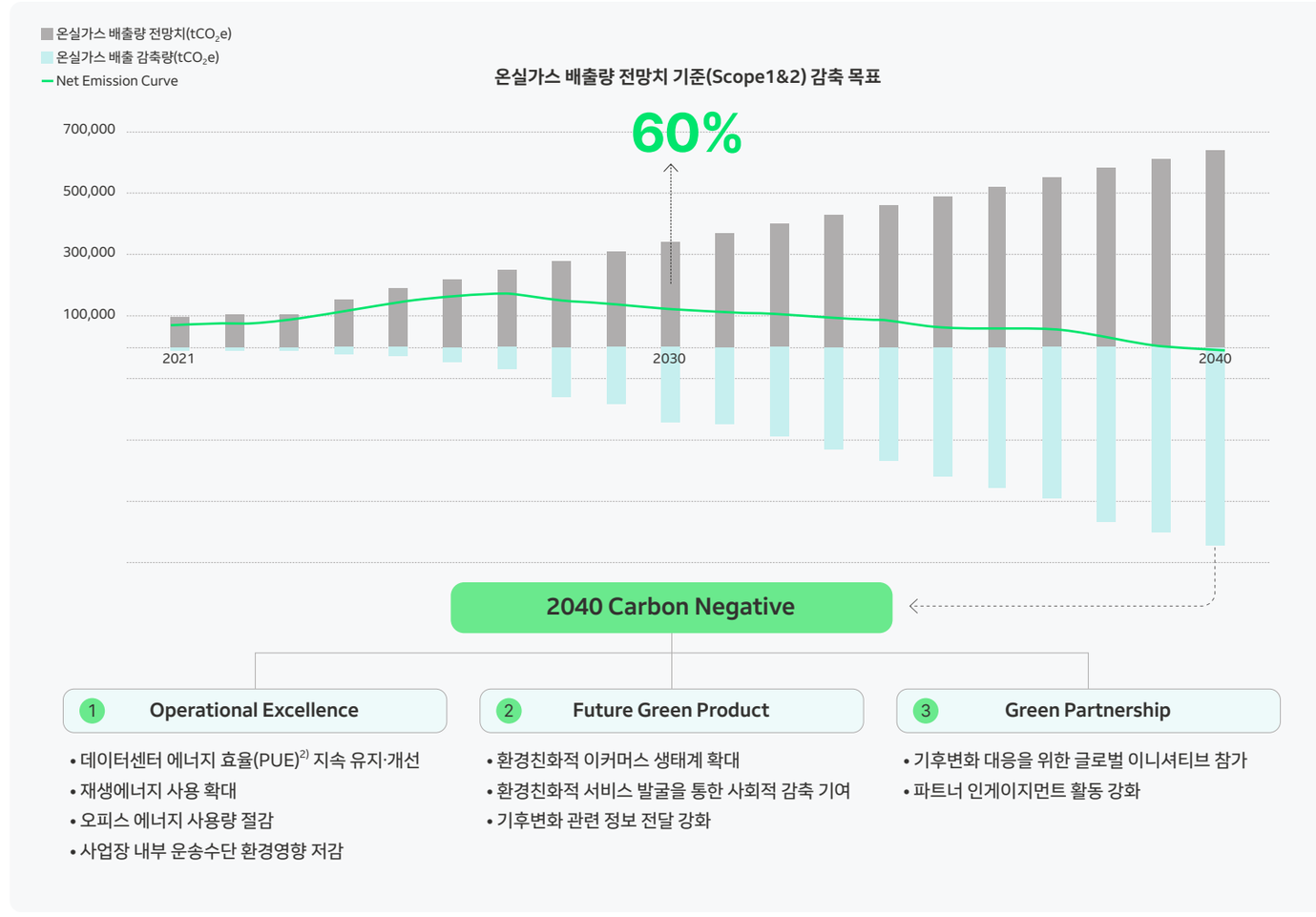
전략 및 대응 활동

2040 Carbon Negative 추진 전략

- 네이버는 식별된 기후 리스크 대응 및 시장 기회 확장을 위해 온실가스 배출과 비재생에너지 소비를 점진적으로 줄여 나갈 계획을 수립
- 2024년 네이버의 직·간접 온실가스 배출량의 약 98%는 데이터센터와 사옥의 전력 사용으로부터 발생하였으며, 비즈니스가 지속적으로 성장함에 따라 향후 수년간 온실가스 배출량의 증가와 함께 비재생에너지 전력 사용에 따른 배출량[1] 비중이 증가할 것으로 전망
- 기준연도인 2020년 온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 2040년 순 배출량을 0 이하로 만드는 '2040 Carbon Negative' 전략 수립
- 2040 Carbon Negative 달성을 위해 세 가지 세부 전략 방향을 설정하고 관련 활동 확대 진행 중

1) 지역 기반 배출량 기준

온실가스 감축 목표 및 전략



2) Power Usage Effectiveness

TOPIC 4. 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

1. Operational Excellence: 운영상의 환경영향 저감

사옥 및 데이터센터 에너지 효율성 관리

- 네이버의 모든 사옥과 데이터센터는 계획 단계부터 운영까지 에너지 소비와 온실가스 배출을 줄이는 방안을 고민하여 건축
- 2023년 신설된 데이터센터 각 세종을 포함하여 국제 친환경 건물 인증 제도인 LEED(Leadership in Energy and Environmental Design)에서 가장 높은 레벨인 Platinum 획득
- 지속적인 재생에너지 전환 추진을 위해 데이터센터 및 사옥에 자체 태양광 발전설비 설치 확대 및 대규모 재생에너지 공급을 위한 PPA 체결을 적극적으로 추진

데이터센터

각 세종
- 2023년 준공된 데이터센터 '각 세종'은 최첨단의 하이퍼스케일 데이터센터로 AI, 클라우드, 로보틱스 등 다양한 미래 기술을 적용하여 운영 중
- 자체적으로 개발한 공조 시스템인 NAMU(NAVER Air Membrane Unit) 설비[1]를 활용해 자연 바람으로 서버 냉각을 위한 에너지 사용 효율을 개선
- 서버를 냉각시키는 과정에서 따뜻해진 공기(폐열)를 활용하여 겨울철 데이터센터 내부 도로에 쌓인 눈이 얼지 않도록 하는 '스노우 멜팅' 시스템 운영
- 건물에 적용된 태양광 발전시설, 지열을 통한 냉난방 공급, 자연 공조 냉방기 활용을 통해 2024년 11,155 tCO_2e의 온실가스 감축

각 춘천
- 네이버의 첫 번째 데이터센터인 '각 춘천'은 축구장 7개 크기(연면적 4만 6,850m²) 규모로 약 10만 대의 서버를 수용할 수 있는 규모의 데이터센터
- 차가운 외기를 이용해 서버실의 온도를 낮추는 AMU(Air Misting Unit) 및 NAMU를 개발 및 적용하여 1에 가까운 PUE(전력효율지수)를 지속적으로 유지
- 태양광 발전시설 설치 → 2024년 발전량 200,192kWh
- 태양광 에너지 전력 생산, 자연 공조 냉방기 활용 등으로 2024년 11,433tCO_2e의 온실가스 배출량 감축

사옥

그린팩토리
- 제1사옥인 그린팩토리의 에너지 효율 제고를 위한 리모델링 공사를 2024년에 실시
  - 2024년 11월에 28층 옥상에 18.7kW 태양광 발전설비 설치 완료 → 2024년 전력 발전량 1,279kWh
  - 주요 업무 공간에 설치된 28W T5 조명 17,624개를 18W LED 조명으로 교체
  - 1층 정문 및 후문에 방풍실을 설치하여 외기 침입을 감소하였으며, 부가적으로 실내 온도 유지 성능 향상
  - 1층 로비 바닥에 복사 난방 설비 설치하여 타 난방 방식보다 효율적으로 실내 목표 온도 도달
  - 임직원 휴게공간 외기 침입 차단을 위한 유리식 폴딩도어 교체 및 단열 보강과 오픈 천장 구조 유리 설치
  - 총 19대의 엘리베이터를 전력회생형으로 교체하고 제어반에 전원 공급
  - 지하 1층 식당 설비 재편성으로 연간 13,284m²의 LNG 사용량 감소
- 2022년 엔라이튼과 체결한 제3자 PPA를 그린팩토리로 이전하여 2024년 전기 사용량의 약 25%를 재생에너지로 전환
- 2025년 하반기 중 6MW 태양광 발전 제3자 PPA 신규 체결에 따른 재생에너지 공급 추가 예정[2] → 예상 연간 발전량 약 7.4GWh, 예상 온실가스 감축량 3,400 tCO_2e

1784
- 전체 건축자재 중 약 38%를 재활용 자재로 사용하였으며, 건설 폐기물의 재활용률은 98% 달성
- 복사냉방 시스템, 수축열 시스템, 고효율 조명 시스템 등 각종 에너지 절감 요소 기술을 적용하여, 건축물 에너지효율등급 1++등급 인증
- 이중외피와 루버를 결합하여 단열 및 열차단 효과를 극대화
- 지하 240m 깊이에 지열 시스템을 구축하여 냉난방 에너지 사용을 절감하고 재생에너지의 활용 극대화
- 1784 옥상에 태양광 발전설비 설치 → 2024년 전력 생산량 171,873kWh
- 수자원공사 용담 제2수력과 PPA를 체결하여 1784의 일반전기 대비 재생에너지 사용 비율 78% (재생에너지 공급량 11,641,066kWh, 심야전력 등 포함 65%) 달성

커넥트원
- 자가태양광 발전 설비 52.8kW 추가 설치하여 총 용량은 112.44kW → 2024년 재생에너지 총생산량 112,410kWh, 온실가스 감축량 51.6 tCO_2e

사업장 환경 인증 마일스톤

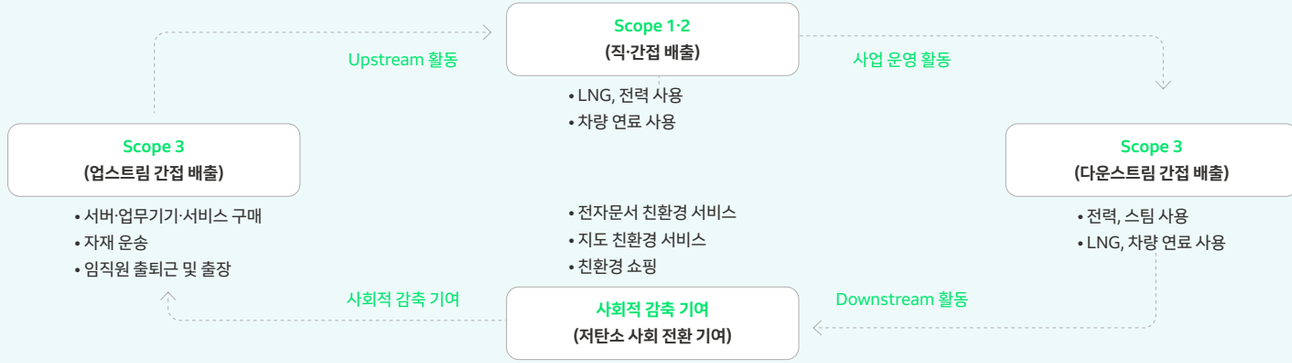
- **2013** 데이터센터 각 춘천
  - 데이터센터 최초
- **2014** 그린팩토리
  - 건물 분야 세계 최고 점수
  - LEED 친환경 건축 인증 Platinum 획득
- 커넥트원
  - ISO 14001 환경경영시스템 전 사업장 인증 완료
- **2023** 데이터센터 각 세종

1) 각 춘천에서부터 쌓아온 10년 이상의 경험과 노하우가 반영된 3세대 공조설비로, 기후 환경에 따라 직접 외기와 간접 외기를 선택적으로 사용할 수 있는 하이브리드 시스템
2) 내부 전력 이용량에 따라 타 사업장으로 사용처 변경 가능

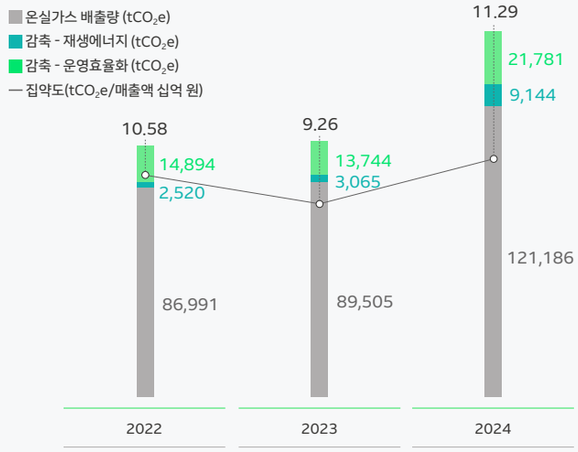
TOPIC 4. 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

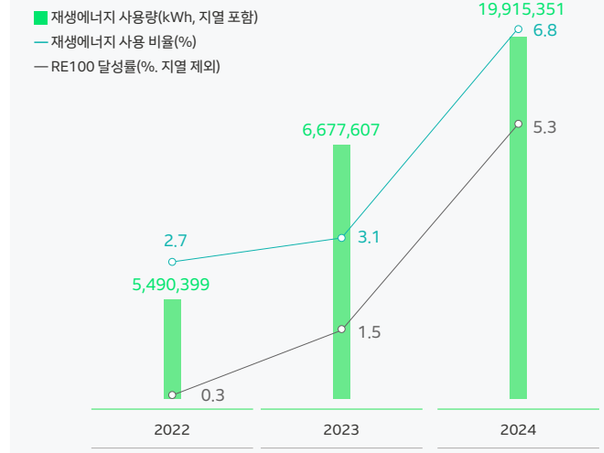
Scope 1·2·3 및 사회적 감축



온실가스 배출량 및 감축량 현황



재생에너지 사용 현황



지속적인 전기차 전환 및 충전 인프라 확대

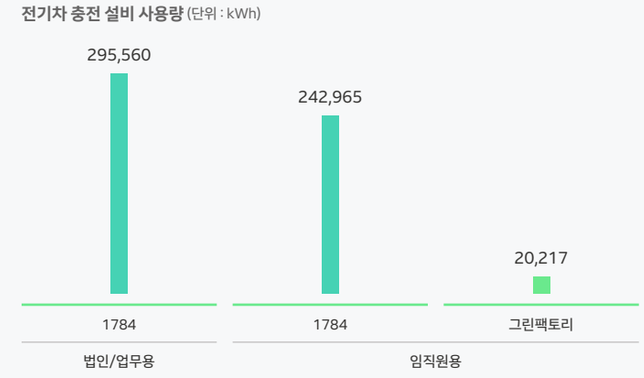
• RE100 기업이자 EV100 기업인 네이버는 Scope 1 온실가스 저감을 위해 2021년부터 매년 전기차 전환 및 충전 인프라 확대 이행

전기차 전환 성과

• 전기차 전환비율 20% 달성, 하이브리드 차량 포함 시 저탄소 차량 전환 비율 36% 달성
• 네이버가 사용하는 차량 중에 가장 많은 이동 거리를 가지는 네이버지도 거리뷰 촬영 차량을 우선적으로 저탄소 차량으로 전환 중으로 2024년 기준 72% 전환 완료 (거리뷰 차량 22대 중 EV 5대, HEV 11대 전환)

전기차 충전소 설치 확대

• 모든 직접 운영 사업장에 전기차 충전소를 운영하고 있으며, 2024년 기준 133개의 전기차 충전소를 사옥 내에서 운영 중(전체 주차 면적의 5% 이상)
• 전기차 충전 설비를 통한 충전량에 따른 온실가스 감축량[1]은 약 237.5 tCO_2e로 산출



1) 온실가스 감축량: 가솔린 대비 전기차종 평균 온실가스 감축량(tCO_2e) = [(가솔린 평균 연비) x {(전기 차종 평균 전비) x (총 충전량)}] – [(전기 차종 평균 연비) x {(전기 차종 평균 전비) x (총 충전량)}]

TOPIC 4. 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

2. Future Green Product: 친환경 제품·서비스 솔루션 개발

환경친화적 사업 기회 창출

- 사업 운영 활동에서 발생하는 Scope 1·2 온실가스를 저감하고 밸류체인 및 임직원 활동에서 발생하는 Scope 3 배출량을 체계적으로 관리하기 위해 노력
- 플랫폼 기업으로서 사회 전체의 친환경 전환에 기여하는 방법을 모색하고 사회적 탄소배출 저감에 기여하는 방안을 고민하여 이를 서비스로 제공하고자 하며, 특히 정량적 탄소 감축량의 산출을 목표로 추진
- 네이버가 제공하는 다양한 서비스에서 환경적 포인트를 발견해 개선하고, 그에 따른 탄소 감축량을 산출하여 2040 Carbon Negative 달성과 저탄소 사회 전환에 기여하고자 함

주요 활동

그린 커머스 | 플레이스 자원순환 정보 제공 | 전자문서 서비스 | 환경 스페셜 로고

내부탄소가격제(Internal Carbon Pricing) 적용 확대

- 2021년부터 재생에너지 계약, 탈탄소 설비 투자 등 주요 의사결정에 탄소가격[1]을 반영하고 있으며, 재생에너지 PPA 계약, 사업장 내 자가 태양광 설비 추가 설치, 전기차 전환 등 탈탄소 투자를 지속적으로 진행
- 2024년 하반기부터 임직원 개개인의 업무기기 선택을 위해 탄소가격을 반영한 "친환경 소비 정보"를 제공하여, 환경 영향을 인지한 의사결정을 할 수 있도록 지원하고, Scope3 배출량과 연계하여 산정하는 정책을 시행

주요 성과

- 재생에너지 계약, 사업장 에너지 절감 투자 등에 탄소 가격을 반영하여 주요 의사결정 수행(국내 배출권/EU-ETS[2] 가격에서 CAGR[3]을 고려한 값과 IEA 예측값을 활용하여 연도별 배출권 가격 예측)
- 업무기기 내부탄소가격제 시행으로 내부 임직원 인식 개선과 함께 공급망 인게이지먼트를 추진하는 효과

2024년 녹색 구매[4] 비율

97%
발주 건수 기준

62%
매입 금액 기준

1) 탄소가격: 적용되는 탄소 가격은 전년도의 배출권 거래 평균 가격을 기준으로 매년 선형 상승하는 것으로 가정
2) European Union Emissions Trading System
3) Compound Annual Growth Rate
4) 녹색 구매 기준: 지속가능경영실천협약 체결 여부

3. Green Partnership: 외부 파트너십 확대

협력 파트너십 구축

- 2022년부터 참여한 RE100, EV100, CDP 등 국내외 환경 이니셔티브에 적극적으로 참여
- 2023년부터 정부, 공공기관 및 기업, 민간단체와의 기후변화 완화, 물 위기 극복, 플라스틱 사용량 절감과 순환경제 등 친환경 가치 확산을 위한 협력 파트너십 추진

주요 성과

2024년 3월

- **환경부, K-water, CDP 한국위원회 및 4개 기업,** 기후변화 대응 및 물위기 해소를 위한 업무 협약
  - Water Positive 등 글로벌 이니셔티브에 주도적으로 대응함으로써 국가 물관리, 기업경영의 실체적 위험인 물 문제 해결을 위한 협력

2024년 7월

- **성남시,** 성남자원순환가게re100 정보 접근성 강화를 위한 업무 협약
  - 성남시의 성남자원순환가게re100 정보를 네이버 스마트플레이스(지도)와 연동하여 자원순환에 대한 정보 접근성을 개선하고 이를 통해 성남시민의 올바른 분리배출 및 소각되는 폐기물 발생량 감축으로 기후변화 대응과 지역사회 순환경제 활성화에 기여

2025년 1월

- **한국생태학회,** 생물다양성 보전활동 및 ESG 고도화를 위한 업무 협약
  - 네이버 사업장의 생태현황을 파악하고 생물다양성 보전활동을 발굴함으로써 네이버의 환경영향을 저감할 수 있는 방안을 모색하고 ESG 경영을 고도화하여 기후 위기에 대응

2025년 3월

- **성남시, 6개 협약기관,** 성남시 ESG 환경분야 상생협력을 위한 업무 협약
  - 지역사회 기여를 위한 ESG 환경 분야 활동 및 교육 실시 약속
- **한국환경공단,** 고품질 재활용 회수·보상사업 업무 협약
  - 성남시와의 성남자원순환가게 접근성 강화 활동을 기반으로 하여 전국적으로 확대하고자 환경공단과 관련 협약 체결
  - 고품질 재활용품 회수·보상제 거점 정보를 네이버 스마트 플레이스(지도)와 연동하여 정보 접근성 확보하고 일반 국민의 올바른 분리배출을 유도하여 지역사회 순환경제 활성화에 기여

2025년 4월

- **K-water,** ESG 기후공시 의무화 대응 협력을 위한 업무 협약
  - 기후변화로 인한 물 리스크 인식 제고 및 공동 대응 강화
  - 양 사의 기술을 융합한 기후변화 물리적 리스크 (홍수 등) 평가 등 정밀 수해분석 시뮬레이션 협력 과제 발굴 및 추진

TOPIC 4. 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

재생에너지 제도 개선

• 정부, 공공기관, 시민단체, RE100 기업 협의회 등 다양한 경로의 인게이지먼트를 통한 재생에너지 제도 개선 추진

3월
- 자동차 산업의 넷제로를 향한 정책 혁신 라운드 테이블 토론 패널 참석
- 환경부-수자원공사 물 이니셔티브 MOU

4월
- 산업부 재생에너지 정책관 주재 간담회 참석
- 경기도 RE100 간담회 참석

5월
- 경기연구원 경기RE100플랫폼 추진사업단 미팅 참석
- 기업 재생에너지 실무협의체 참여
- RE100 기업 비공개 간담회 참석

7월
- 한국에너지공단, 자발적 재생에너지(RE100) 정책 설명회 참석

9월
- 기업재생에너지재단 재생에너지 조달 장애요인 개선을 위한 기업 비공개 간담회 참석

10월
- RE100 탄소중립 산업계 간담회 발제
  - RE100 전환과정의 어려움 및 정부의 지원 요청
  - 재생에너지 인허가(발전 허가, 개발행위 허가, 건축허가) 제도 개선 필요성 언급
- 기후 위기와 통상 환경 변화 대응을 위한 '2024 한국RE100컨퍼런스'연사 참여
  - 네이버의 2040 Carbon Negative 전략 중심 IT 기업의 탄소중립 현안 과제와 네이버의 RE100 이행 동향 등
- CREF 기업재생에너지재단 한국재생에너지 매칭 포럼 참여

11월
- 월드뱅크 주최 '한국녹색혁신의 날(KGID) 제주' 연사 참여
  - Pioneering Innovations for Climate-Resilient Growth 세션에서 네이버 친환경 방향성[1], 데이터센터의 친환경 기술[2], 협력 방안

12월
- 대한상의 기업 재생에너지 실무협의체 3차 회의 참석
  - 산업부, 한전, 전력거래소 대상 건의사항에 대한 진행 상황 점검 및 재건의 논의

1) 기후변화 대응, 자원순환 강화, 생물다양성 확대를 위한 네이버의 활동
2) 재생에너지 활용, 생태계 친화, 단열 등

CREF 멤버십 가입

• CREF(Corporate Renewable Energy Foundation, 기업재생에너지재단)에 특별 회원으로 가입하여 인게이지먼트 활동 참여
• 재생에너지 정책 및 제도 개선 요구 채널 확보를 통한 현 글로벌 RE100 한국 파트너, 산업부 주관 'PPA 제도 개선 TF'의 사용자 대표 역할 등 수행
• 매년 '재생에너지 매칭 포럼' 참여하여 재생에너지 업계 네트워킹 및 공급망 확보

구매 파트너(협력사) 기후변화 대응 역량 강화 지원

• 온실가스 산정 및 에너지 정보 관리 등 ESG 실행에 어려움을 겪고 있는 구매 파트너를 위해 온라인 ESG 교육, 온라인 ESG 자가 진단, ESG 컨설팅 등 단계적으로 활용할 수 있는 프로그램을 제공하여 기후변화 대응 역량 강화 지원 및 ESG 경영 문화 확산에 기여

파트너스데이 ESG·환경 교육 개최

2024년 성과	교육 주제
76개사, 120명	ESG의 개념, 중소기업이 ESG를 해야 하는 이유, ESG 활용 사례, Scope 3 밸류체인 온실가스 배출량 산정 등 ESG 및 환경 기본사항

TOPIC 4. # 온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

리스크 관리 프로세스

• 네이버는 TCFD 권고안 기반 글로벌 기후변화 트렌드, 동종업계 기후변화 대응 현황을 고려하여 주기적으로 리스크 Pool 도출

프로세스	실시 주체	주기	방법
식별	ESG워킹그룹 & Env Operation (부서 환경 리스크관리 TF)	연 1회	내외부 이슈와 이해관계자 요구사항 파악 → 리스크에 따른 영향(손익, 재무 상태) 파악, 가치사슬(사업장, 업스트림, 다운스트림), 발생시점 구분
분석	ESG워킹그룹 & Env Operation (부서 환경 리스크관리 TF)	연 1회	발생 가능성과 재무·비재무적 영향도 분석
평가	Green Partnership (전사 환경 리스크/기회 관리 담당자)	연 1회	발생 가능성 없을 시, 영향도로 리스크 레벨 결정 (중대성 평가), 레벨2 이상 조치 계획 수립 및 이행
처리	Green Partnership	연 1회	중대성이 높은 위험·기회에 대하여 사업에 미치는 재무 영향을 수치로 도출하고 회피, 완화, 전가, 수용 또는 채택 등의 대응 계획 수립
모니터링 및 검토	Green Partnership	연 1회	주요 위험·기회에 대해서는 연 1회 이상 상시 모니터링을 진행 필요할 경우 전사 리스크 관리 프로세스에 통합되어 전사 리스크관리 부서에서 지속 관리

전사 위험관리 통합 방법

전사 리스크관리 통합 여부

• 이사회 내 ESG위원회에서 위험·기회 관리 프로세스를 전사적인 위험관리 프로세스와 일관되게 통합하여 관리하며 전반적인 사업 계획과 고려하여 기후 관련 최종 의사결정 수행

• 환경 부서는 기후 위험 및 기회 관리 프로세스를 검토하며, 중요도가 높은 사항은 네이버 대외/ESG 정책 부문장에게 보고 후 ESG위원회에 안건 상정

• ESG 워킹그룹 내 책임부서에서 기후 관련 위험 및 기회를 식별하고 관리
- 직접 운영 및 가치사슬 내 발생할 수 있는 기후 규제 대응을 위한 협력체계 구성
- 데이터센터 및 사옥에 영향을 줄 수 있는 물리적 위험 및 의존성과 영향을 주기적으로 검토
- 각 사업부 대표가 이해관계자의 요구를 전달

TOPIC 4.

온실가스 및 에너지관리

거버넌스
전략
위험관리
지표 및 목표

목표 및 성과

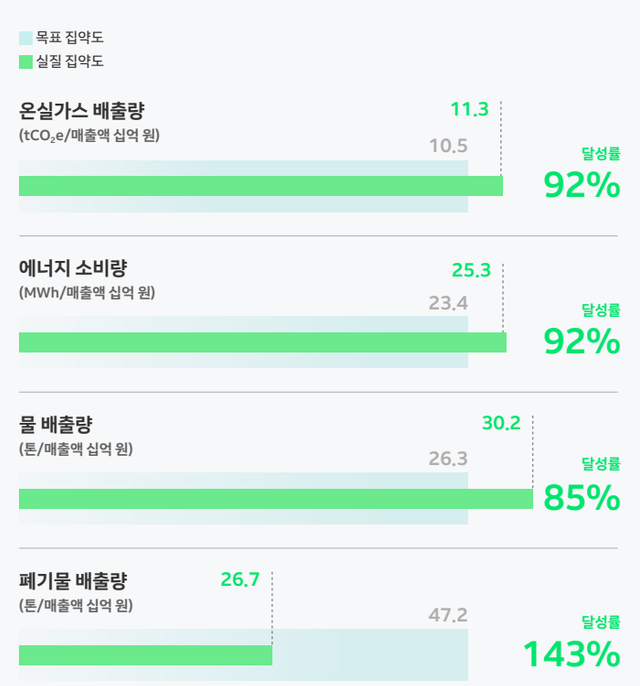
목표	지표	성과 (2024년)	세부 추진 목표 (2025년)	세부 추진 목표 (2030년)
2040 Carbon Negative	에너지 절감 활동 및 재생에너지 사용 확대를 통한 온실가스 감축량	• 온실가스 감축량 30,925 tCO_2e • 전사 재생에너지 사용량 20GWh 달성 • 자체 데이터센터(각 춘천, 각 세종) 연간 에너지효율(PUE) 1.20 이하 달성 • 업무차량의 20% 전기차 전환 완료	• 온실가스 감축량 3만톤 이상, 재생에너지 사용량 14GWh 이상 달성[1] • 데이터센터 재생에너지 확보 기반 마련 - PPA, 발전소 투자 등 다각적 검토를 통한 경쟁력있는 지속가능 에너지 확보 추진 • 업무차량의 30% 저탄소 차량 전환 달성	• 전사 RE60 달성 - 2030년까지 전체 에너지 사용량 기준 60% 재생에너지 전환 • EV100 달성 - 2030년까지 업무차량의 100% 전기차 전환
	기후변화 대응을 위한 환경경영체계 확대	• 연결법인 온실가스 정보 최초 산정 및 공개 • 주요 계열 법인 기후변화 공시체계 구축 • 임직원 저탄소 기기 사용 촉진을 위한 업무기기 대상 내부탄소가격제 도입	• 매출액 기준 98% 이상 연결법인에 대한 온실가스 배출량 산정 및 공개 • 연결 기준 ESG 지표관리 시스템 구축을 통한 데이터 신뢰도 확보 및 전사 환경경영 체계 확립 • 내부탄소가격제 적용 확대를 통한 내부, 공급망 인게이지먼트	• 글로벌 지속가능성 공시 대응 및 환경경영 체계 내재화
	기후변화 및 환경문제 관련 이용자 정보 전달 강화 활동 건수	• 환경부 협업을 통한 기후변화 관련 검색 결과 개선 • 국립생태원 협업을 통한 멸종위기 야생동물 정보 검색 결과 반영 • 성남시 협업을 통한 '성남자원순환가게re100' 관련 정보 제공	• 재활용품 회수 보상 거점 정보 제공 전국 확대 - 전국 지자체에서 운영중인 재활용센터 정보를 네이버 플레이스를 통해 제공 - 기존 성남시에서 전국단위로 정보제공 확대로 국가수준 재활용 정보 접근성 향상 • 디지털 트윈 활용 기후변화 및 물 관련 리스크 분석, 시뮬레이션 결과 공개	• 환경영향 저감(탄소배출 저감, 에너지 효율, 자원 절감 등)을 고려한 서비스 포트폴리오 확대 및 서비스 환경영향 산출 (LCA 기반 평가)

1) 재생에너지 사용량은 발전설비의 고장, 자연적 여건에 따른 간헐성, 발전량 편차 등을 감안한 목표를 설정하여 전년도 실적과 차이가 있을 수 있음

성과 및 보수 연계

- 환경경영 강화를 위해 이사회 내 ESG위원회에서 매년 중대한 환경 목표 및 추진과제를 검토하여 경영진의 ESG KPI로 설정 및 성과 모니터링
- 목표 및 추진과제에 대한 평가는 연간 단기성과에 해당하는 Target 인센티브 산정 시 고려

2024년 주요 환경 영역별 감축목표 및 달성 현황



ESG Fundamentals

Technology

People

Planet

Principle

Technology for People

이용자 보호 및 만족
AI 안전
디지털 포용성
서비스 안정성

이용자 보호 및 만족

네이버는 글로벌 기술 플랫폼 기업으로서 전 세계 이용자들이 안전하고 편리하게 디지털 환경을 누릴 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

네이버의 플랫폼 생태계 내에서 정보와 콘텐츠를 안전하게 관리하고, 이용자를 유해한 환경으로부터 보호하며, 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하는 데 최선을 다하고 있습니다.

네이버는 계속해서 이용자 보호와 만족을 최우선으로 삼아 변화하는 대외 환경과 이용자의 요구에 신속하게 대응하며, 혁신을 바탕으로 플랫폼의 미래를 선도해 나가겠습니다.

Target

KPIs

이용자 보호 활동을 통한 불법 유해 콘텐츠 불편 최소화

- 20% ↓ UGC 스팸 조치 필요 신고 건수
- 10% ↓ UGC 유해 조치 필요 신고 건수

서비스·콘텐츠 책임 및 이용자 보호를 위한 기술 강화

- AI 콘텐츠 리스크 (딥페이크 등) 해소를 위한 보호 기술 확대
- 피싱 자동 검출 기술 모니터링(uMon) 적용 및 자동화
- AI 기반 유해게시물 차단 프로그램 'CLOVA Green-eye' 모델 탐지 정확도 튜닝 및 개선

서비스 이용자 소통 및 대응 강화

- 20% ↑ 디지털 ARS를 통한 고객 문제해결률
- 50% ↓ 디지털 ARS 기반 상담 편의성 개선을 통한 고객 상담 중도 이탈률
- 이용자 요구사항 관련 컴플라이언스 대응 체계 구축

2024

불법 유해 콘텐츠 불편 최소화

- 스팸 신고지수 25% 감소
- 유해 신고지수 50% 감소

이용자 편의성 증대

- 디지털 ARS 도입을 통한 상담 및 문의 편의성 확보

2025

맞춤형 고객 지원 및 사전 예방 시스템 강화

- 디지털 유산 서비스 제공
- AI 콘텐츠 및 서비스 리스크 해소를 위한 보호 기술 고도화
- 고객 행동 데이터를 분석하여 개인화된 지원 서비스 제공
  - 고객 VOC 해결률 및 상담 이탈률 지속 개선

2027

불법 유해 콘텐츠 관리를 위한 기술 및 프로그램 강화

- AI 기반 유해 게시물 차단 프로그램 CLOVA Green-Eye 기능 최적화
- 이용자 계정 및 불편·피해 사례 조기 식별을 위한 감지 기술 고도화

2030

이용자 보호 활동과 관련한 내외부 이해관계자 소통 확대

- 법률·사회적 환경에 부합하는 권리침해 대응 체계 구축
- 이용자 보호 관련 운영 지표 및 VOC 공개 확대

이용자 보호 및 만족

관리 및 감독

- 서비스 이용 과정에서 유해 콘텐츠 및 운영상의 다양한 문제로부터 이용자를 보호하고 안전하게 서비스를 이용할 수 있도록 정책/RM 조직 부문장 직속으로 고객서비스 최고 책임자 지정

- 고객서비스 최고 책임자 관리 하의 담당 조직을 통해 이용자 보호에 관한 미션과 세부 목표에 기반한 이용자 보호 활동 수행

- 이용자 보호 활동은 고객서비스 최고 책임자 및 최고 경영자가 승인한 이용자 보호정책에 근거하여 수행되며, 이용자 보호 활동의 주요 사항은 전사 리스크관리 회의체인 리스크관리 워킹그룹에 공유 및 논의되고, 정기·비정기적으로 이사회 내 리스크관리위원회에 보고

이용자 보호 관리 프로세스

- 리스크관리 워킹그룹에서는 복합적 리스크 전사 단위 검토 및 대응을 하고 있으며, 매달 정례회의를 통해 이용자 보호를 위한 리스크를 전사적 차원에서 다각도로 식별하고, 개선 아이템 도출, 이행, 모니터링을 수행

1. 이해관계자가 가장 중요하게 생각하는 주요 이슈를 식별하고 전사 차원의 통합 과제로 관리
2. 네이버 서비스 특성상 이용자 보호를 위한 분야가 광범위하며, 주요 이슈별 개선 활동 및 효과성 평가의 경우 리스크관리 워킹그룹 내 이슈 담당 부서에서 각각 수행
3. 리스크관리 워킹그룹 정례회의를 통해 식별한 리스크에 대한 개선 활동 계획 및 성과를 공유하고 검토 및 관리 수행

이용자 보호 주요 식별 이슈	리스크 평가 및 관리 프로세스
이용자 보호 및 만족	• 이용자 보호 리스크 관리 프로세스 • 서비스 출시점검 프로세스
이용자 개인정보보호	• 개인정보보호 리스크 관리 프로세스
정보보안 및 어뷰징 대응	• 정보보안 리스크 관리 프로세스 • 서비스보안 리스크 관리 프로세스
서비스 및 데이터 안정성	• 업무연속성계획 프로세스
AI 안전	• AI 위험 평가 매트릭스 • AI 윤리 자문 프로세스

- 이용자 보호 활동 통합관리의 성과로, 2024년 '방송통신위원회 주관 이용자보호업무 평가'에서 검색 및 SNS 분야에서 '우수'등급을 획득했으며, 특히 네이버 쇼핑의 경우 부가통신업계 최초로 '매우 우수'등급을 획득함

방송통신위원회 이용자 보호 업무 평가	2022[1)]	2023	2024
네이버 검색	우수	우수	우수
네이버 SNS(밴드)	-	우수	우수
네이버 쇼핑	-	우수	매우 우수

1) 밴드, 쇼핑의 경우 2022년 시범 평가 수행, 2023년부터 본평가 시작

정책 및 체계

서비스 이용자 보호정책

- 서비스 이용 시 발생할 수 있는 다양한 문제로부터 이용자를 보호하고, 이용자의 불만과 불편 사항을 최소화하며 고충을 개선하기 위해 한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책 규정을 적용한 이용자 보호 운영 정책을 수립
- 변화하는 디지털 환경에 맞춰 이용자 보호 및 서비스 개선을 위해 기업 스스로 자율규제 방안을 마련하고, 점검 체계 구축을 위한 9인의 외부 전문가들로 구성된 독립적인 '이용자 보호 및 자율규제위원회'를 지속적으로 운영
- 이용자 피해 예방 활동 및 보호 프로세스를 더욱 강화하기 위해 관련 현업부서를 경영진 직속 위원회로 별도 분류하고 경영진 관리책임 고도화

이용자 보호 및 만족

그린인터넷 운영 정책

• 이용자 보호를 위해 안전하고 건전한 인터넷 환경 조성 6가지 주요 영역 정책과 가이드라인을 수립

그린인터넷 관리 항목

1 음란 게시물 차단

• Green-eye 실시간 AI 이미지 필터링 시스템 적용 확대
• 신속한 조치를 위한 모니터링 전담 부서와 긴급신고센터 운영

2 저작권 보호

• 창작자 권익 보호를 위한 권리보호센터 운영
• 저작물 불법 유통 사전 방지를 위한 저작물 사전 보호 요청
• DB와의 연계를 통해 저작권이 있는 콘텐츠 자동 블라인드 처리

3 불법 게시물 차단

• 불법 게시물 신고 접수를 위한 24시간 신고센터 운영
• 신속한 불법 게시물 차단을 위한 모니터링 전담 부서 운영
• 청소년에게 부적합한 결과를 포함한 질의어 검색 시, 검색 결과 노출 제한
• 불법성 질의어 검색 시, 신고·상담·구제 등 채널 노출

4 개인정보보호

• 네이버 내 개인정보 관리를 위한 프라이버시 센터 운영
• 개인정보에 관한 다양한 지식을 전하는 개인정보보호 블로그 운영
• 개인정보 노출에 대한 신속한 조치를 위해 긴급신고센터 운영

5 아동·청소년 보호

• 인터넷 내용 등급을 참고하여 유해한 게시물 차단
• 연령 제한 기능을 통해 아동·청소년에게 유해한 게시글 노출 최소화
• 보호자의 요청 등이 있는 경우, 오픈톡 서비스 일부 기능의 이용을 한시적으로 제한하는 미성년자 보호제도 운영
• 지식iN 내 청소년상담지원센터 등 상담 기관과의 연계를 통한 전문 상담 진행
• 신속한 조치를 위한 모니터링 전담 부서와 긴급신고센터 운영
• 유해 콘텐츠 없이 청소년들이 안전하게 배우고 성장할 수 있도록 돕는 교육 콘텐츠 플랫폼 엔트리 운영

6 이용자 보호 및 만족

• 이용자 만족도 조사, 이용자 VOC 분석 등 이용자 경험 기반 서비스 개선
• 이용자 VOC 전용 수집 채널 운영
• 스마트봇, 모바일 고객센터 등 차별화된 CS 서비스 확대
• 모니터링 및 서비스 유형별 전담 고객센터 운영

게시물 운영 정책

• 네이버는 서비스의 안전성과 신뢰성을 위해 법령 위반, 타인의 권리 침해 등 특정 기준에 부합하는 게시물에 대한 게재를 제한하고 있으며, 이러한 기준을 이용자에게 명확하게 제시하고자 정책 수립 후 홈페이지 게시 중
• 이용자가 네이버 서비스에 부호, 문자, 음성, 음향, 그림, 사진, 동영상, 링크 등 다양한 형태로 게재한 각종 콘텐츠 자체 또는 파일에 해당 정책 적용

게시물 운영 정책

주요 내용

이용자 보호 및 만족

이용자 보호 프로세스 및 소통 채널

이용자 소통 채널

- 이용자의 권리와 이익을 보호하기 위해 사회적 책임과 투명성 요구에 부응하며, 보호 활동 결과를 투명하게 공개하고 이용자의 불편·불만 응대 수준을 높여 서비스 만족도를 향상시키는 다양한 소통 채널 운영
- 권익 침해 가능성이 있는 모든 위험 요소를 사전에 식별하고 선제적으로 대응하는 프로세스를 구축하여 이용자 피해를 최소화

네이버 고객센터	• 이용자의 권익에 대한 피해 발생 시 손해보상 절차 및 처리 지침, 이용자 피해 관련 처리 절차, 분쟁조정 프로세스 및 유의사항, 신고 방법 등 상세하게 안내 • 이용자 문의, 의견, 기능 개선, 불편 접수 및 대응, 365일 24시간 운영 • 디지털 ARS, 채팅상담 및 AI 기술을 접목한 스마트봇 상담 등 이용자 편의 지속 확대
네이버 게시물 신고센터	• 유해 게시물, 권리 침해, 불법촬영물, 허위 정보, 사칭 피해 등 포털 게시물에 대한 다양한 유형의 피해 신고 채널 한눈에 확인 • 2024년 딥페이크 신고 채널, 허위 정보 신고 채널 등의 신고 채널을 추가, 이용자 표현의 자유와 지식재산권을 보장하고 유해 콘텐츠 제한을 통한 디지털 안전 확보 목적
네이버 권리보호센터	• 기존 쇼핑지식재산신고센터, 게시 중단 서비스, 저작권보호센터를 통합하여 이용자 권리 보호를 위해 구축 • 권리침해 콘텐츠를 유형에 관계없이 원스탑으로 신고할 수 있는 신고 채널로, 이용자가 소유한 권리권을 직접 등록·관리하고 스스로 보호받을 수 있도록 운영
그린인터넷 운영 포털	• 건강한 인터넷 환경을 위한 네이버 운영 정책, 선제적 조치, 모니터링, 신고 처리 전담 부서 운영 등 네이버의 노력 공개 • 그린인터넷 운영 리포트: 자체적인 유해 콘텐츠 차단 및 이용자 보호 활동과 외부 요청에 따른 이용자 콘텐츠 차단 등에 대한 조치 결과 공개

이용자 보호 리스크 개선 프로세스

분석
- 전반적인 통계 분석
- 주요 VOC 유형 분류
- 상세 VOC 내용 분석
- 주요 문제점 분석
- 주요 개선 포인트 확인

개선안 도출
- 서비스 개선안 도출
  - 서비스 기능 개선
  - 서비스 기능 추가
  - 서비스 내 안내 강화
- 고객센터 개선안 도출
  - 도움말 개선
  - 스마트봇 개선
  - 문의 양식 개선

개선 활동
- 서비스 개선 활동
  - 서비스 부서 논의를 통해 시급도와 중요도에 따라 활동 진행
- 고객센터 개선 활동
  - 도움말, 스마트봇, 문의 양식은 즉시 개선 진행

개선 후 점검활동
- 개선 완료 후 이용자의 만족도와 문의 내용을 재점검하여 후속 개선 활동을 진행

주요 개선 성과

세심한 케어를 통한 2차 클레임 확산 방지	반복적 컴플레인 원인을 확인해서 개선	문의 해결의 신속성 강화	일관적이고 명료한 안내를 통한 오해 방지
클레임 감지 누락 최소화 / 서비스 및 고객센터 대응력 강화	이용자 불만을 유발하는 서비스 기능 및 안내 지속적 개선	상담 채널 최적화 (셀프 해결 강화) / 이관된 이용자 문의 답변 신속화	답변 가이드 및 메일 템플릿 개선 / 자동 메일 템플릿 개선
채널별 상담원 및 키워드 자동 센싱 등 이슈 감지 프로세스 가동 중	네이버플러스 멤버십 개선 도출 및 이행	디지털 ARS 도입	고객센터 메일 템플릿 및 답변 가이드 개선
클레임 이슈 대응 및 서비스 개선	예약 및 주문 개선 도출 및 이행	신규 서비스광장 시스템 오픈 및 안정화	네거티브 유형 자동 메일 템플릿 개선

이용자 보호 및 만족

이용자 VOC 대응 체계

- 이용자 VOC (Voice of Customer, 고객의 소리)에 다방면으로 적극적 대응 추진
- 이용자의 불만이나 문제 제기와 같은 클레임·컴플레인 CS에 대해 신속한 대응을 위한 빠른 감지와 전파 체계 구축
- 고객센터와 서비스 담당 부서 간의 이용자 문의 관련 커뮤니케이션 시스템을 개편하여 이용자 문의에 대한 빠른 대응 진행

이용자 소통 편의성 확대	• 디지털 ARS 도입을 통한 상담 및 문의 해결 편의성 증대 • PC 및 모바일 환경 어디서든 접근 가능한 고객센터 운영 • 채팅상담 및 AI 기술을 접목한 스마트봇 상담 등 소통 채널 확대 • 고객센터 페이지를 방문하지 않고도 네이버 포털에서 관련 내용을 검색하면 해당 도움말을 바로 확인할 수 있는 서비스 제공을 통해 이용자 편의 확대
VOC 점검 및 개선	• VOC 데이터 실시간 모니터링 기반 이상징후 파악 및 전담 부서 개선 진행 • 이용자 문의 분석을 통해 주요 문제점 파악, 서비스 전담 부서와 협력하여 빠른 개선 진행 • 서비스 담당자와 고객센터 담당자 협업을 통한 이용자 불편 최소화
이용자 안내 개선	• 메일 안내 시 가독성을 높이기 위하여 사용하는 템플릿, 디자인 가이드 및 시스템 개선

이용자 보호 및 만족 관리 현황

관리 현황		단위	2022	2023	2024
이용자 VOC 관리현황	접수 건수[1)]	건	3,168,294	3,200,657	**3,297,553**
	처리 건수	건	2,992,985	3,137,958	**3,235,494**
	처리율	%	94.50	98.00	**98.12**

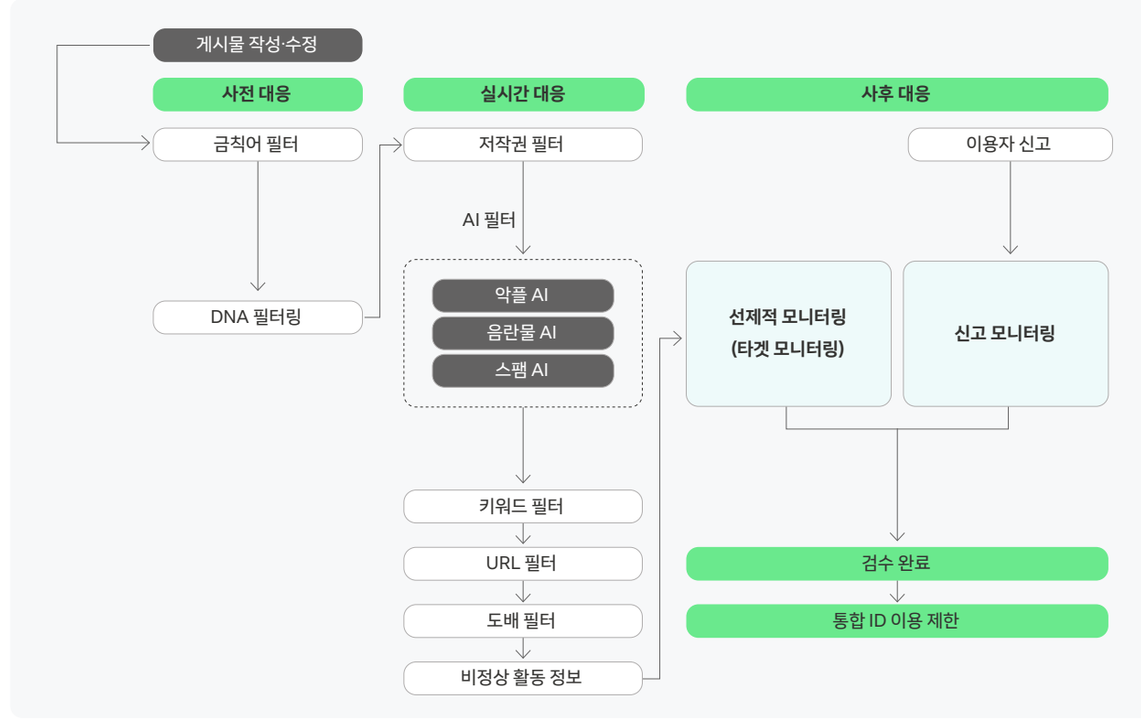
1) 네이버 고객센터에 접수된 이용자 불편·불만 외 단순 문의·제안 건도 포함

이용자 보호 콘텐츠 모니터링 및 관리

서비스 콘텐츠 통합 모니터링 시스템 (uMon)

- 불법촬영물 등 유통방지, 악성 댓글 차단 등 유해 게시물로부터 이용자 보호를 위한 UGC(User-Generated Contents) 관리 및 검수 통합 모니터링 시스템을 구축하고 네이버가 제공하는 서비스 전반에 걸쳐 운영

UGC 모니터링 프로세스



이용자 보호 및 만족

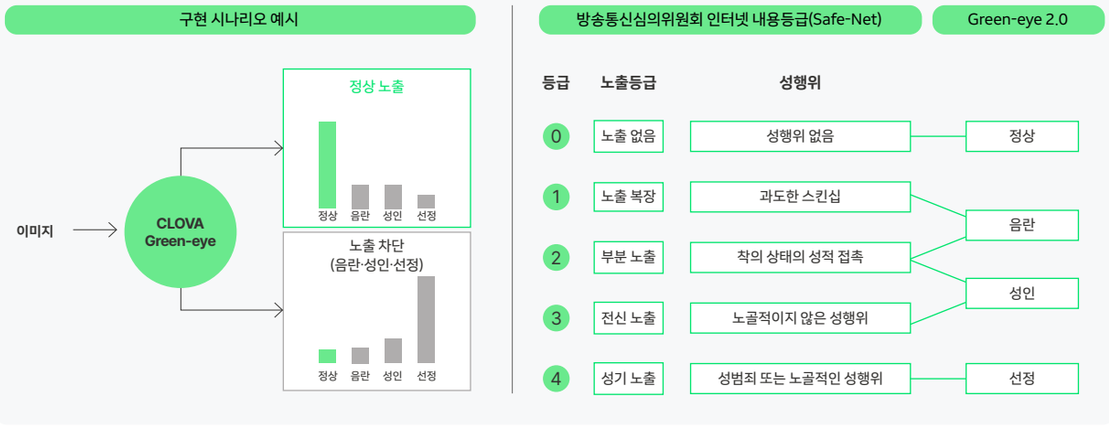
AI 기술 기반 콘텐츠 관리

• 방송통신위원회 기술 기반의 DNA 필터링 시스템(불법촬영물 등에 특화) 도입 등 방송통신위원회와의 지속적인 협업을 통해 관련 기술 고도화 추진 및 네이버 자체 불법 유해 콘텐츠 차단 AI 기술 지속 개선

CLOVA Green-eye

개요
• CLOVA AI 기술을 바탕으로 한 이미지 분석 솔루션을 사용하여 이미지의 유해성을 판단하는 서비스

특징
• uMon[1]과의 연동을 통한 모델 업데이트 과정 자동화 및 상시 업데이트를 통해 음란물 사전 차단 기능 정확도 상승 및 용이성 증가
• 기술력이 부족한 스타트업이나 기관 등에서 사용할 수 있도록 오픈 API 방식으로 네이버클라우드 플랫폼을 통해 외부 공개



성과
불법 유해 게시물(음란물) 99% 사전 차단

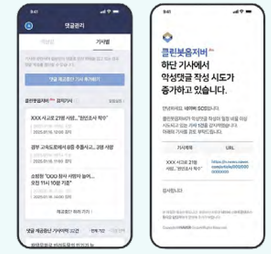
2017	2021	2022	2023	2024
· X-eye 1.0 출시	· X-eye 2.0 출시 * 1.0대비 정확도 강화 (99% → 99.5%)	· Green-eye 리브랜딩 · Open API	· 커버리지 확대 · 불법 상품 필터링	· 온라인판매 불가 상품 AI 모델 준비 (2025년 상반기 출시)

1) UGC(User-Generated Contents)를 총체적으로 관리 및 검수하는 통합 모니터링 시스템

AI 클린봇

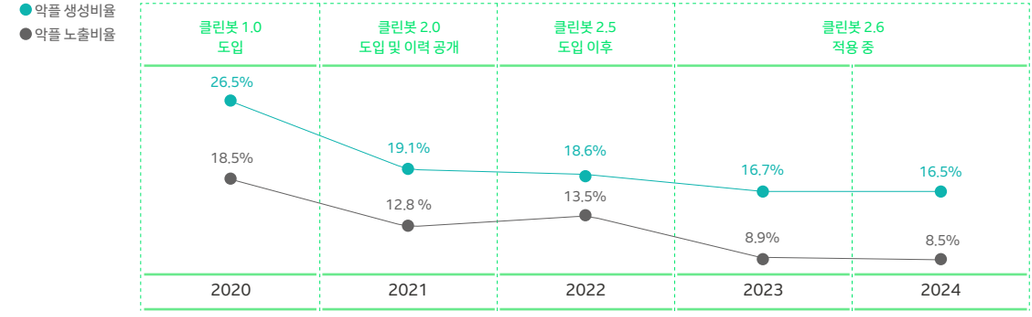
개요
• AI 기술을 기반으로 욕설, 성적 표현 등 혐오적인 표현을 필터링하는 악성 댓글 차단 프로그램

특징
• AI 클린봇 필터링 커버리지 확대를 통해 '혐오·비하·차별 특화모델'을 출시
• 악성 댓글 이용자 댓글 차단 기능 및 상습 악성 댓글 이용자 차단을 위한 자동징계 프로세스를 도입, 징계 해제 시 관련 퀴즈 풀기 화면 노출
• 커뮤니티서비스 장문 댓글과 게시글에 AI 클린봇 활용을 확대하는 등 탐지 기술 강화
• SCS[1] 클린봇 옵저버 기능을 개선하여 특정 기사에 대한 악플 비율이 올라가면 자동으로 선별해서 언론사에 안내하고 댓글에 대한 ON/OFF를 판단할 수 있도록 지원



2025년 네이버는 '클린봇 옵저버' 기술을 고도화하여,
대형 참사를 포함한 인명사고 보도에서 악플 감지와
알림 기능을 강화

성과
• 온라인 혐오 표현 관련 AI 클린봇 도입 효과



1) Smart Contents Studio

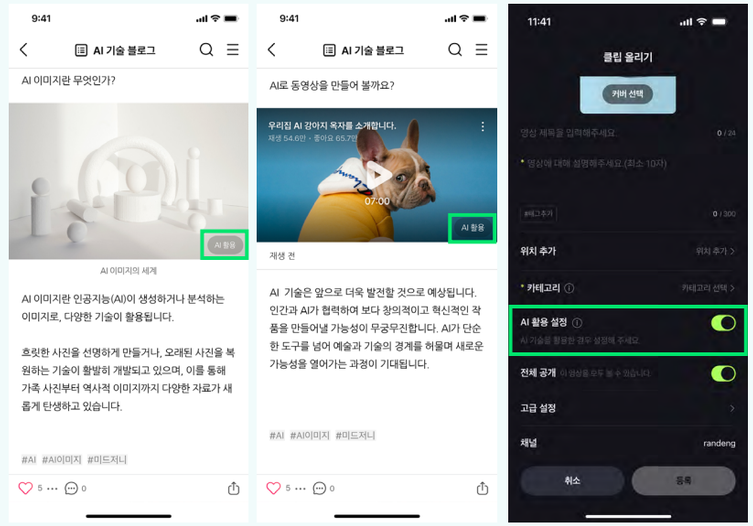
이용자 보호 및 만족

AI 콘텐츠 표시·유통 정책

• 네이버 서비스를 이용하는 모든 이용자들이 AI·딥페이크로 인한 피해를 보지 않도록 보호 활동을 적극적으로 진행

배경	• 2024년 11월 정보통신망법 개정을 통해 딥페이크 방지법[1]이 국회를 통과하여 2025년 6월 시행
정책	• AI 콘텐츠 표시 공통 가이드 수립 - AI 설정 제목, 필수, 방식을 선택할 수 있고 AI 설정 안내문 및 도움말을 제공 - AI 표시 단위 선택, 컴포넌트 표시 방식, AI 정보 설명 제공 방식 등 AI 콘텐츠 표시의 통일성 제고
출시 예정 활동	• AI 콘텐츠 이용자 설정: 블로그, 카페, 클립, 네이버 TV, 밴드 등에 대한 AI 정보 및 설정 옵션을 추가 • AI 콘텐츠 설정 표시: 블로그, 카페, 클립, 네이버 TV, 밴드 등의 이미지·동영상 등 콘텐츠에 각 'AI 정보' 표시를 추가

AI 정보 예시



1) AI·딥페이크 기술을 악용하여 공인, 일반인의 얼굴을 조작해 허위 사실을 유포하거나 타인 신체를 합성하는 등의 게시물 유포를 통한 디지털 성범죄를 방지하기 위한 법률

서비스 콘텐츠 관리 현황

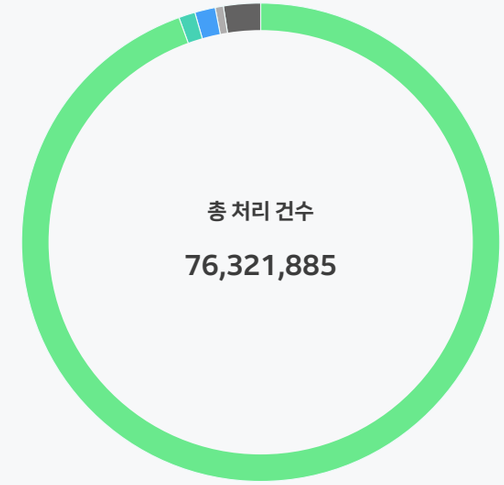
• 네이버는 다양한 AI 시스템을 통해 운영 정책을 위반하는 게시물을 빠르게 감지하여 자동으로 처리될 수 있게 조치하고 있으며, 전담 인력을 통해 면밀한 추가 검토 후 처리 진행

• 불법 유해 콘텐츠 처리 및 이용자 권리보호 현황, 불법촬영물 방지 노력 등 보고서를 통해 투명하게 공개

게시물 보호 현황(운영 정책 위반 유형별)

(단위: 건)

스팸·홍보	72,125,221
욕설·차별·혐오	912,373
청소년 유해	971,401
불법 정보	414,941
기타	1,897,949



이용자 보호 및 만족

이용자 보호 역량 강화

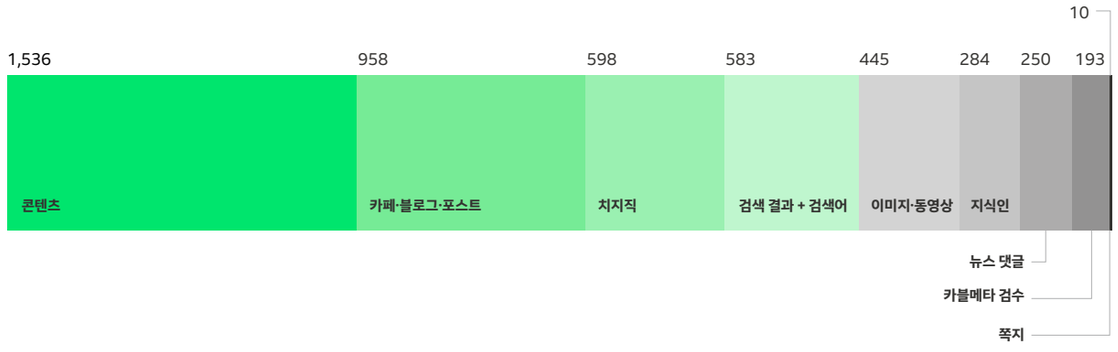
불법 유해 콘텐츠 전담 부서 교육

• 불법 유해정보 모니터링을 수행하는 전담 부서 담당자를 대상으로 정기적인 서비스 관련 직무교육 실시

담당자 대상 직무교육

교육 유형	단위	2024
이미지·동영상(Green-eye)	시간	445
카페·블로그·포스트	시간	958
지식인	시간	284
쪽지	시간	10
카블메타 검수	시간	193
콘텐츠	시간	1,536
검색 결과 + 검색어	시간	583
뉴스 댓글	시간	250
치지직	시간	598

총 교육시간 : 4,857시간



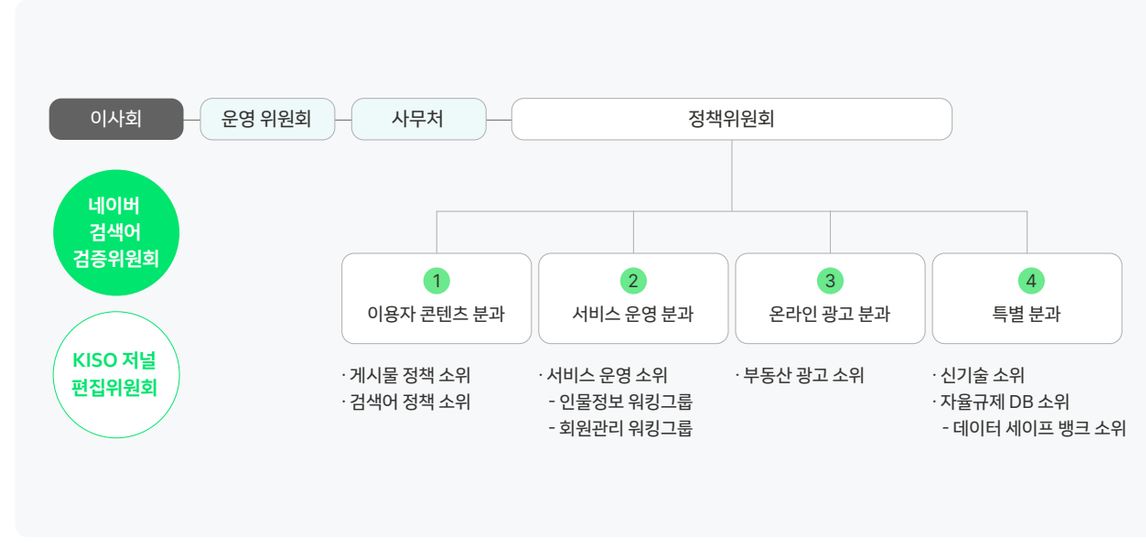
불법 유해정보 산업 이니셔티브 참여

KISO(한국인터넷자율정책기구)

• 2009년 인터넷 자율 규제를 위하여 네이버를 포함한 포털 업체들이 자발적으로 설립한 기구

• 네이버, 카카오, KISO 정책위원들과 청소년 부적합 질의어, 검색어 등에 대한 논의를 위해 정기 회의 운영

KISO 조직도



네이버 이용자 보호 및 자율규제위원회

• 네이버 이용자 및 파트너사들의 권리 보호와 서비스 개선을 위한 제도적 기반을 마련하고자 각 분야의 외부 전문가 9명으로 구성	• 네이버 쇼핑, 커뮤니티, 콘텐츠 등 다양한 서비스 영역에서 이용자 보호와 서비스 품질 개선에 자율적인 노력	• 네이버의 이용자 보호 및 서비스 개선에 대한 적정성과 충분성을 점검하고 개선 현황을 자율적으로 대외 공개

이용자 보호 및 만족

CASE STORY

서비스 출시 점검 프로세스

- 이용자 보호를 위한 규제 혹은 발생할 수 있는 평판 리스크 및 잠재적 이용자 불편이나 불만을 식별하고 개선하는 프로세스
- 서비스의 출시, 개편, 종료, 이벤트 진행 시, 사전 확인 사항을 통합 점검하는 절차로 각종 규제 및 CS와 평판 리스크를 예방하고 이용자 만족과 보호를 견인
- 2024년 1,000건 이상의 출시 건에 대한 점검을 진행하였으며, '치지직 서비스 출시', '플러스스토어 개편', '네이버플러스 멤버십 - 넷플릭스 연계' 등 이용자 영향도가 높은 출시(변경) 건에 대해 집중 점검을 실시하고 리스크를 최소화하기 위한 다양한 예방 활동을 진행

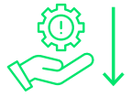
출시 계획 점검 방식

아래 3가지 유형으로 나누어 점검 수행

통상적이고 이용자 영향도가 크지 않은 건	규제, 개인정보 등 특정 영역의 리스크가 우려되거나 이용자 영향도가 큰 건	정책적 의사결정이 필요하며 복잡도 및 민감도가 높은 건
• 실무 레벨에서 점검 및 고객센터 응대가이드 준비	• 실무 레벨에서 점검 후 정책/RM 리더회의를 통해 최종 의사결정 지원 • 리스크가 높을 경우 서비스 조직과 추가 협의 및 출시 후 동향 모니터링	• 서비스 조직 및 CR, 법무 등 개별 리스크 조직이 모두 참여하는 확대 출시 점검 회의 진행

효과

- **출시점검 프로세스가 안착된 후 법률/규제 위반 이슈 발생 및 이용자 경험 측면에서 긍정적 효과 발생**

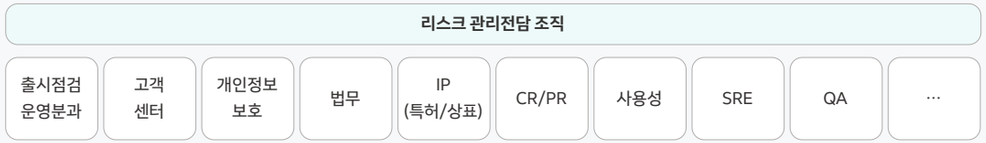


서비스 출시 후 부정 동향 발생률, 오류 문의 발생률, 이용자 클레임성 cs 발생률 감소

출시 점검 프로세스

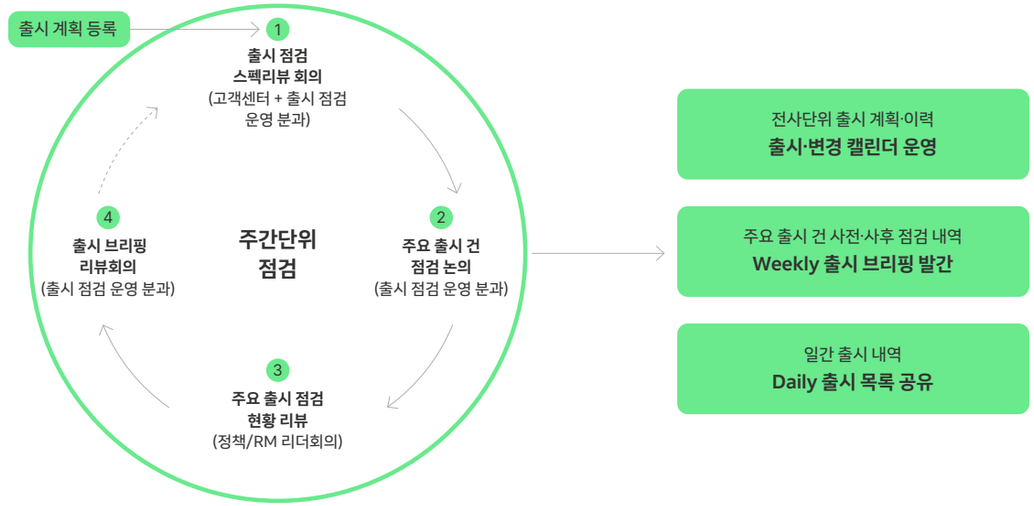
1) 리스크 식별·평가

- 등록된 서비스에 대해 출시 점검 운영 분과, 고객센터, 정책/RM 조직 점검
- 출시 후 기능 오류 이슈 예방을 위해 SRE 조직 및 QA 조직도 함께 점검



2) 리스크 개선 및 모니터링 수행

- 각 점검 조직의 리뷰 의견은 4단계에 걸쳐 공유 및 논의 이후 개선을 수행하고 향후 점검 및 모니터링 수행



AI 안전

네이버는 AI의 개발과 이용에 있어 인간 중심의 가치를 최우선으로 생각하며, 이용자를 위한 일상의 도구로 발전시키고 있습니다.

이러한 흐름에서 사회가 우려하는 위험에 대응하고자 AI 시스템의 개발부터 배포까지 전 주기를 관리하고 있으며, 기술 발전 및 글로벌 흐름에 따라 네이버의 정책 또한 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한 AI 안전을 빠르게 추진하기 위해 정부 등 공공기관이나 글로벌 기업과 파트너십을 맺고 기술 연구 및 AI 안전 문화 확산에 기여하고 있습니다.

앞으로도 이용자의 일상에 편리함을 더하는 사람을 위한 AI 시스템을 개발하고 서비스에 적용할 수 있도록 노력하겠습니다.

Target

2024

네이버 AI 안전 체계 수립 및 대외 공표

- 네이버 AI Safety Framework(ASF) 6월 발표 및 대외 공개
- 11월 Conference on Frontier AI Safety에서 ASF 소개
- 5월 AI Seoul Summit 리더 세션, AI Safety 위한 노력 발표
- UN총회 AI 라운드테이블, 맨하탄 선언 서명 참여

AI Safety 고도화 연구 성과 공개

- AI Safety 고도화 연구 목표 대비 250% 달성
  - 총 25건 발표 및 공개 : Top-tier Conference 17편, arXiv 8편
  - 과학기술정보통신부·한국정보통신기술협회 주최, '생성 AI 레드팀 챌린지' 대표 파트너 참여
  - 싱가포르 IMDA 주최 Regional Red-teaming Challenge에 한국 파트너 기관으로 참여
- 지방 AI 정보격차 해소 위한 강연(10회) 목표 대비 125% 달성

KPIs

AI 안전 규제 대응 및 관리체계 구축

AI 기본법 시행에 따른 최신 기술 동향을 반영한 전사 AI 모델 및 서비스의 잠재적 위험을 평가·점검하는 안전 관리체계 구축

Safety Compliance를 관리하는 전담 부서 구성 및 고도화된 Framework에 기반한 AI 결합 서비스와 모델의 법령·규제 준수 강화

AI 안전 포용적 인게이지먼트 강화

정부·기업·학계 협력을 통한 안전한 AI 생태계 확산 주도

AI 안전 연구 성과 및 정책 방향 선도적 외부 공표

2025

AI 안전

관리 및 감독

• 2024년 1월 신설한 AI 안전성 연구 전담 조직 '네이버 Future AI 센터' 인력을 포함한 AI Risk Management TF를 이사회(리스크관리위원회) 내 리스크관리 워킹그룹 직속으로 신설

1

조직 역할

• 네이버 AI 전 주기 위험 관리 정책 수립 및 총괄
• AI 모델, 서비스의 위험 요소 식별, 평가, 대응 방안 연구 개발

2

주요 업무

• HyperCLOVA X 등 AI 모델과 이에 기반한 응용 서비스 안전성 관리체계 마련
• AI 안전성 기술 연구 고도화: 독일 튀빙겐대학과 '안전하고 신뢰 가능한 AI 연구 개발' MOU 체결, 캐나다 토론토대학과 AI 공동 연구 진행 등
• 안전성 평가 데이터 Set, 사내 red-teaming[1] 프로세스 구축

1) AI 모델의 잠재적인 약점을 찾아내고 예기치 않은 행동이나 오류를 사전 점검

정책 및 체계

AI 윤리 준칙

• AI 기술을 누구나 쉽고 편리하게 활용할 수 있는 일상의 도구로 만들고자 하는 방향성을 담은 네이버의 AI 윤리 준칙

사람을 위한 AI 개발

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

다양성의 존중

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

합리적인 설명과 편리성의 조화

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

안전을 고려한 서비스 설계

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

프라이버시 보호와 정보보안

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

AI 안전

AI 안전성 실천 체계

• 2024년 6월 AI 시스템을 개발하고 배포하는 모든 단계의 AI 잠재적 위험을 인식·평가·관리하기 위한 대응 체계인 'NAVER AI Safety Framework' 제정·공표

팀네이버 AI 정책
NAVER ASF(AI Safety Framework)

정의

• 네이버 AI 윤리 준칙에 기반하여 네이버 임직원이 AI 시스템을 개발하고 배포하는 과정에서 AI 안전을 구체적으로 실천할 수 있도록 지원

주요 내용

• AI 안전을 위한 경영 의사결정 구조 및 외부 이해관계자와의 협업 구조 구축
• 사회 기술적 맥락을 반영하여 생성형 AI를 둘러싼 두 가지 우려사항(통제력 상실, 악용 위험성) 대비를 위한 AI 안전성 관리

AI 위험 평가 스케일(통제력 상실)

AI 시스템의 능력이 발전함에 따라 위험이 발생할 수 있는지 여부를 살펴보고
위험 인식·평가·관리

위험 인식·평가·관리 방법

• Frontier AI 중심으로 통제력 상실 위험에 대한 평가를 진행
• AI 기술 발전과 기술 수준에 맞춰 위험 인식·평가·관리하는 방식을 고도화할 계획

AI 위험 평가 매트릭스(악용 위험성)

AI 시스템의 사용 목적과 안전 조치의 필요성 정도에 따라
AI 시스템 전체 라이프사이클에 맞춰 위험 인식·평가·관리

목적 영역		안전 조치의 필요성: 낮음	안전 조치의 필요성: 높음
일반		**AI 시스템 위험 낮음** AI 시스템을 배포하고, 배포 후 안전성 모니터링을 통해 AI 시스템 위험을 관리	**AI 시스템 위험 있음** 추가적인 안전 조치를 시행해 AI 시스템 위험을 완화할 때까지 AI 시스템을 배포하지 않음
		← 안전 조치로 기술적 조치, 정책적 조치 등 다양한 방식의 위험 완화 조치를 취해, AI 시스템 위험이 충분히 완화되었다고 판단되는 경우에만 AI 시스템 배포	
특수		**AI 시스템 위험 있음** 특별한 자격이 있는 사용자에게 AI 시스템을 제공해 AI 시스템 위험을 완화	**AI 시스템 위험 높음** AI 시스템을 배포하지 않음

일반 영역에서는 특수 영역에서 활용되는 능력이 발현되지 않도록 안전 조치를 취함

AI 안전

네이버 윤리 자문 프로세스
(CHEC: Consultation on Human-Centered AI's Ethical Considerations)

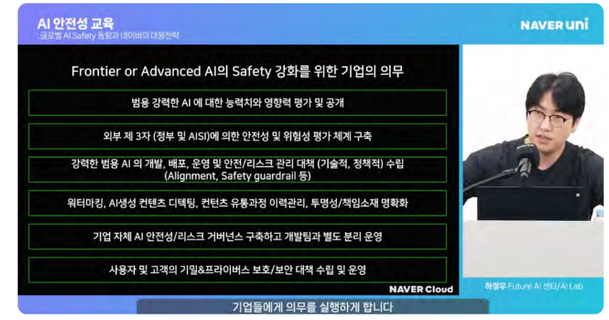
- 네이버 AI 윤리 준칙을 기반으로 한 AI 서비스 위험 관리 프로세스
- 서비스와 관련해 제기되는 우려사항을 전사적 관점 및 외부 전문가 협력을 통해 개선
- 네이버 AI 서비스에 비즈니스적 관점뿐만 아니라 인간 중심의 사회적인 관점을 더해 '사람을 위한 AI '라는 가치를 부여
- 현실적 개선 사례 기반 원칙을 구체화하여 네이버 AI 윤리 준칙을 자연스럽게 준수하는 기업문화로 내재화

프로세스

임직원 AI 안전 교육

- 임직원 AI 안전성 관련 경험 지식, 기술 리터러시를 위한 사내 영상교육을 2024년 총 7회 진행

교육 콘텐츠		
	· 글로벌 AI 안전 동향과 네이버의 대응 전략	· 글로벌 AI 안전 동향 및 CLOVA X에의 실적용 사례
	· 네이버의 신뢰 가능한 LLM을 위한 데이터셋 접근 방법	· 네이버 ASF의 방향성과 AI 윤리 자문 프로세스 CHEC 소개
	· 비전 생성 모델의 윤리 및 안전 문제	· AI 서비스 단계별 개인정보보호 이해하기
	· 이미지 콘텐츠를 위한 Vision Safety 기술	



AI 안전

AI 안전 생태계 기여

외부 파트너십 강화

• AI 안전 연구 성과를 대외적으로 공유하고, 글로벌 파트너십 강화를 통해 안전한 AI 생태계 구축 기여

AI 행동 정상회의	**2023년 1차 블레츨리 선언**	• '안전'을 주요 키워드로 개최된 첫번째 AI 정상회의로 미국, 영국, EU, 한국 등 29개국이 서명 참여 • 주요 의제: 공통된 AI 안전 위험 파악 및 과학적 증거 기반의 이해 구축 / 각국의 위험 기반 정책 구축 / 상이한 접근 방식에 대한 인식과 협력
	2024년 2차 서울 선언	• '안전', '혁신', '포용'을 주제로 한국과 영국이 공동 주최하였으며, 총 15개국이 서명 참여 • 네이버 포함 15개 국내외 AI 기업이 함께 책임·발전·혜택 등 AI 기업의 방향성을 담은 '서울 AI 기업 서약'을 자발적으로 체결 • 주요 의제: AI의 안전 혁신 포용성이 상호 연계된 목표 확인 / AI 거버넌스 구축
	2025년 3차 포용적이고 지속가능한 AI 선언	• '포용', '지속가능', '혁신'을 주제로 개최되었으며, 가장 많은 60개국이 서명 참여 • 네이버는 글로벌 정상 및 업계 리더들과 함께 총회 패널로 참여하여 '지속가능하고 안전한 AI 개발과 사용'을 통한 디지털 생태계 선순환 촉진을 약속 • 네이버 CEO가 직접 파리 정상회의 '지속가능한 AI의 미래' 패널로 참석, AI 기술을 활용한 디지털 생태계 선순환 구조 촉진 경험 공유 • 주요 의제: AI 혁신 촉진과 투자, 문화·창작 생태계에의 영향, 환경 지속가능성 및 포용과 격차 해소 등으로 어젠다를 넓혀 AI 기술의 실질적인 활용 방안 논의
프론티어 AI 안전성 컨퍼런스 (Frontier AI Safety Conference)		• 미국 샌프란시스코에서 영국 AI 안전연구소가 주최한 프론티어 AI 안전성 컨퍼런스에 참석 - 2024년 5월 AI 서울 정상회의 프론티어 AI 안전 서약 후속 행사 • 네이버는 AI 위험, 안전성 관리 프레임워크 최신 정책 업데이트 동향을 상호 공유
주제네바 대한민국 대표부 공동 개최 행사		• 2024년 12월 스위스 UN 제네바 사무소에서 '신기술에 대한 인권 기반의 접근'을 주제로 2022년부터 네이버와 공동 연구를 진행 중인 SAPI[1], URG[2], 주제네바 대한민국 대표부와 공동으로 행사 개최 • 네이버는 AI 윤리 자문 프로세스(CHEC), CLOVA X 활용 가이드, ASF 등 안전한 AI를 위한 추상적 원칙을 산업 실무에 적용해 온 사례 공유

1) 서울대 인공지능 정책 이니셔티브
2) Universal Rights Group

AI 지식 공유

전 국민 AI 리터러시 및 활용 역량 강화 교육

• 부산, 경남, 광주, 인천, 대구, 대전 등 10여회 이상 다양한 지역 AI 강연
• 서울·부산·인천·전남·전북 지역 교사 대상 강연으로 교사들의 AI 리터러시 강화

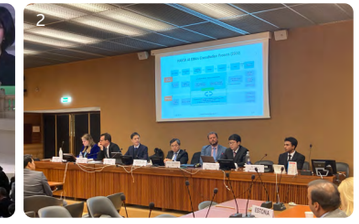
AI 안전 연구 성과 공유(2024년 기준)

• 17건의 연구 성과를 세계적인 수준의 컨퍼런스 및 저널에 발표 및 게재
• 총 8건 arXiv[1] 공개

전체 연구보기

1) 미국 코넬 대학교에서 운영하는 논문 공유 사이트

1. AI 행동 정상회의
2. 주제네바 대한민국 대표부 공동 개최 행사

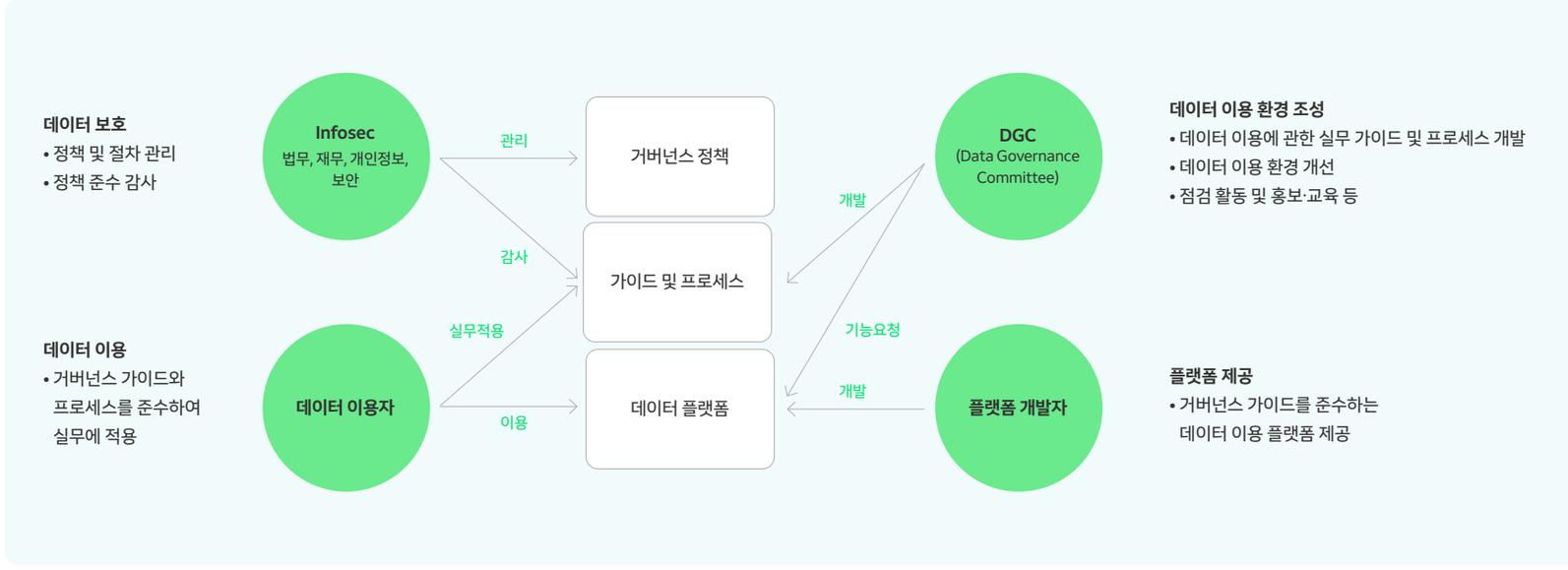


AI 안전

AI 개인정보 및 저작권 보호를 위한 노력

데이터 관리 거버넌스 체계

조직	• 네이버 데이터 관리 정책 수립 및 배포와 데이터 활용과 관련된 이슈를 관리하기 위해 CEO 산하의 개발, 법무, 재무, 개인정보보호, 보안, 기술 플랫폼 전략 등 다양한 조직의 멤버로 Data Governance Committee 구성
정책	• 네이버 데이터의 가치를 보전하고 안전하게 활용하기 위한 정책 수립 및 적용
역할 및 책임	



AI 모델 학습 단계

데이터 수급 및 확대	LawQ를 통한 법무 검토와 nPIMS를 통한 개인정보 검토를 통해 데이터 수급 및 활용 확대 가능 여부 의사결정
데이터 학습	저작권, 개인정보 등 법적인 문제가 발생할 가능성이 없는 데이터만을 이용하여 학습

AI 서비스 운영단계

개인정보

- CLOVA X 이용자가 CLOVA X로 특정인의 개인정보를 요구하는 경우 → 거절 및 회피 답변
  - 다양한 내용으로 red-teaming하여 학습 데이터를 구축 중 (예시. OOO 집 주소 알려줘 → 거부하는 것으로 데이터 구축)

저작권

- 이용자 질의 중 저작권 문제가 있을만한 질의는 거절하며, 저작권 문제에 대한 안내를 답변
  - '저작권 관련해서는 발췌를 하지 않는다'가 기본 정책 (예시. 시 혹은 노래 가사를 알려줘 → 거절로 답변)

디지털 포용성

네이버는 AI와 같은 첨단 기술을 활용하여 세상을 연결하며 우리의 삶을 더욱 편리하고 스마트하게 만들고 있습니다.
AI 기술이 모든 사람에게 공정하고 포용적으로 활용되기 위한 'AI for Good'을 실현하고자 고령 독거노인, 치매 어르신과 같은 약자를 사회와 연결하는 케어콜 서비스, 소상공인이나 중소기업의 고객센터 운영을 돕는 클로바 AiCall 등을 운영하고 있습니다.

또한 UN 지속가능발전목표(UN SDGs)에서 제시하는 모든 사람의 보편적인 접근성을 실천하고자 모든 이용자가 네이버의 제품과 서비스를 효과적으로 이용할 수 있도록 디지털 접근성을 높이는 전략을 적극 추진하고 있습니다.

네이버는 지속적으로 모든 디지털 플랫폼 기술과 AI 기술이 다양한 사회 구성원들을 위한 도구가 될 수 있도록 디지털 포용성을 강화하며 지속가능한 디지털 환경을 구축하는 지속가능경영을 실천해 나가겠습니다.

Target

2024

복지 사각지대 클로바 케어콜 서비스 확대

- 도입 기관 수 약 130개
- 서비스 누적 이용자 약 4만 5천명

서비스 접근성 준수 강화

- 웹·모바일 디자인 시 접근성 강화를 위한 솔루션 (ColorFix) 개발 완료
- 전 세계 최초 정적코드 접근성 자동진단솔루션 (AEGiS) 개발 완료

KPIs

AI 전화 돌봄 서비스 클로바 케어콜 서비스 취약지역 점진 확대

150	55,000
서비스 도입 지자체 150여 개 기관으로 확대	서비스 누적 이용자 5만 5천 명 달성

클로바 케어콜 서비스 연간 사회적 가치 측정 기반 효용성 검토

1년간 총 안부 전화 발신 건에 대한 정량적 측정 이행	응급 구조, 병원 동행, 복지 지원 등 케어콜 서비스 기반의 사회적 효용성 검토

단계별 접근성 진단과 접근성·사용성 통합 솔루션 개발 및 전사 관리

UI/UX 단계에서 접근성 명도대비 자동 체크 플러그인 개발 및 적용	서비스 개발 시 자동으로 접근성 진단하는 솔루션 적용 확대
서비스 대상 중요 사용성 지침을 빠르게 진단하는 프로세스 적용	접근성 자동 진단 솔루션 기반 전사 서비스 모니터링 및 관리

네이버 전사 웹 접근성, 모바일 앱 접근성 준수 지수 향상

2025

정책 및 체계

디지털 접근성 제고 전략

- 모든 이용자가 특정 환경이나 신체적 장애 등의 제약과 무관하게 네이버의 웹사이트와 모바일 애플리케이션에서 제공하는 정보에 동등하게 접근하고 이용할 수 있도록 디지털 접근성과 사용성에 대해 지속적인 개선
- AI 기술을 활용한 포용적 혁신(AI for Good)의 실천이자, UN 지속가능발전목표 (UN SDGs)가 강조하는 디지털 포용성(Digital Inclusion) 확대 노력의 일환

접근성 4대 핵심 원칙

인식의 용이성	운용의 용이성
모든 콘텐츠는 이용자가 인식할 수 있어야 한다.	이용자 인터페이스 구성요소는 내비게이션과 조작이 가능해야 한다.
이해의 용이성	**견고성**
콘텐츠는 장애 유무와 관계없이 이해할 수 있게 구성되어야 한다.	웹 콘텐츠는 미래의 기술로도 접근할 수 있도록 견고하게 만들어야 한다.

디지털 포용성

디지털 서비스 접근성 향상

• UI/UX 단계에서부터 개발 및 배포까지 단계별 자동화 솔루션과 프로세스 체계화

ColorFix	AEGiS	LINK	UQC
Color Contrast For Accessibility	Accessibility & Easy diagnosis Solution		Usability Quick Check Process
UI/UX 디자인 단계 접근성 강화 솔루션(ColorFix) 개발 및 적용	전세계 최초 정적코드 접근성 자동진단 AEGiS(Accessibility & Easy diagnosis Solution) 개발 및 적용	한국에서 유일한 접근성 & 사용성 통합 솔루션(LINK)으로 전사 서비스 접근성 모니터링 및 관리	서비스 배포 단계에서 빠르게 시급한 사용성 이슈를 진단하는 UQC(Usability Quick Check Process) 적용

ColorFix

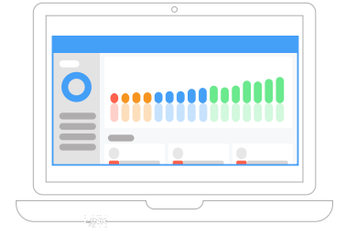
• UI/UX 디자인 단계에서 명도대비 접근성을 자동으로 점검할 수 있는 피그마 플러그인 'ColorFix'를 개발 및 적용하여, 웹·모바일 환경에서 색상 대비(Color Contrast) 문제를 사전에 식별하고 개선할 수 있도록 지원
• 디자이너와 개발자가 접근성을 고려한 색상 배치를 적용하도록 하여, 명확한 가독성과 포용적 이용자 경험을 보장

AEGiS

• 전 세계 최초로 AI 기반의 AEGiS(Accessibility and Easy diaGnostic Solution) 솔루션을 도입하여, 정적 코드의 사전 접근성 자동 진단을 수행
• 개발 코드의 정적 코딩 단계부터 접근성 문제를 자동으로 식별하고 해결 방안을 제시하여 접근성 향상을 내재화

LINK

• 네이버 전 서비스의 접근성과 사용성을 통합 관리하는 '엔터프라이즈 접근성·사용성 통합 솔루션(LINK)' 개발 및 운영
• 전사 웹 서비스 및 모바일 서비스의 접근성을 통합적으로 모니터링하고, 자동 및 수동 진단을 병행, 이용자의 접근성과 사용성을 제고
• 진단에서 개선까지의 전 과정을 체계적으로 관리하며, 진단 결과의 매트릭스 우선순위 확인을 통한 효과적인 솔루션 제공
• 실무자들의 클릭 한 번으로 진단된 접근성 이슈의 해결 방안과 가이드를 확인하여 개선 결과를 검토
• 지속적인 접근성 모니터링을 위한 전사 디지털 플랫폼 서비스에 대한 통합 대시보드를 운영하며, 전사 차원의 접근성 개선을 실천



UQC

• 접근성 진단과 개선만으로 사용이 불편하지 않도록 사용성(Usability) 지침과 진단을 개발하여 서비스에 적용 중
• 중요 서비스는 배포 전에 빠르게 사용성을 진단하여 이용자의 사용성에 문제가 없도록 돕는 프로세스를 도입

글로벌 웹·모바일 접근성 표준과 사용성 준수

• 다양한 접근성 기술을 활용해 국제 및 국내 웹·모바일 접근성 표준을 준수하며 지속적인 개선
  - 웹 표준: KWCAG (Korean Web Content Accessibility Guidelines) 2.1~2.2 준수
  - 모바일 표준: 모바일 접근성 지침 2.0 준수

접근성 해결 방안 및 가이드 제공

• 자동 및 수동 접근성 진단을 통한 서비스별 접근성 준수 항목을 체계적으로 관리
• 한 번의 클릭으로 진단 결과에 따른 상세 이슈, 해결 방안과 가이드를 확인할 수 있도록, 실질적인 접근성 개선 지원

디지털 포용성

디지털 접근성 선도 플랫폼 널리(NULI)

- 디지털 정보 접근성의 선두 주자 '널리(NULI)'는 다양한 이용자의 디지털 정보 접근성 향상을 위해 체험, 표준 및 지침, 교육, 개발 도구를 제공하여 누구나 쉽게 접근성을 개선하도록 지원
- 전맹 이용자, 색각 이상 이용자, 청각장애인 등 다양한 이용자 유형을 고려한 가이드를 제공
- 대체 텍스트, 자막 제공, 조작 기능 지원 등의 접근성 준수 지침을 제공

널리(NULI)의 접근성 기술 공유 및 인식 제고 활동

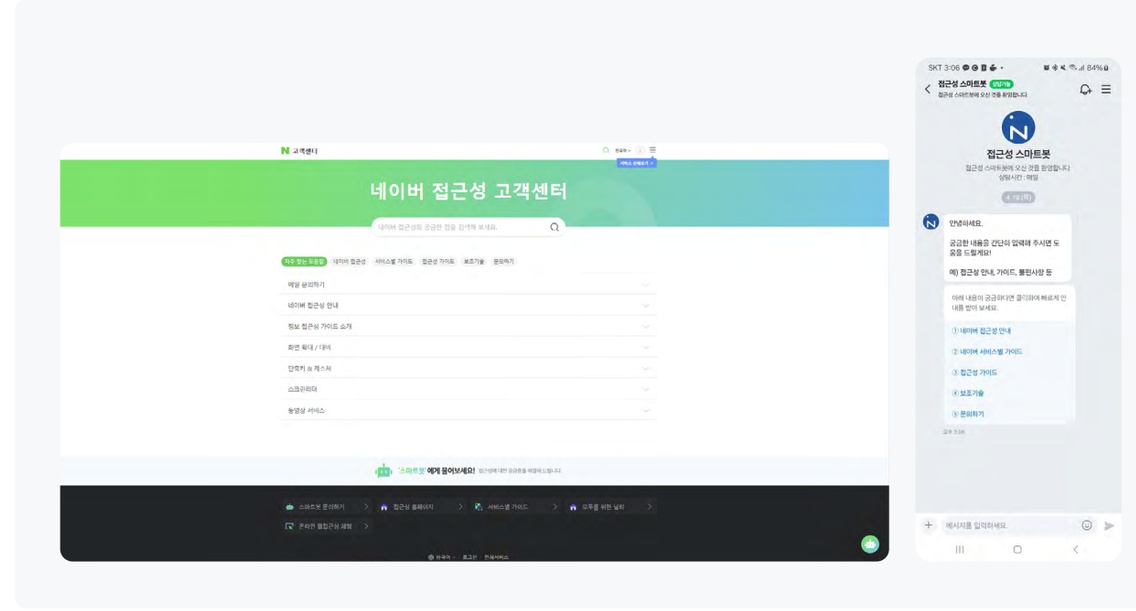
개발 도구	• 접근성 실천을 돕기 위한 다양한 기술 및 개발 도구 공유 • Chart Library Nwagon, WAI-ARIA UI 라이브러리, Unused CSS Check Tool, NUF Dreamweaver Extension 플러그인 등 접근성 준수를 위한 다양한 기술 도구 제공
세미나 & 웨비나	• 2012년부터 매년 '널리 세미나'를 개최하여 국내외 전문가, 학계, 기업과 함께 최신 접근성 동향과 기술 정보를 공유 • 2024년 'AI 접근성을 통한 사람 중심의 디지털 포용'을 주제로 제12회 널리 웨비나 개최 • 'Accessibility is a Human Right: 접근성은 인권이다'라는 슬로건 아래 네이버, Google, NTS, 이화여대, 국회의원, 엔비전스, 정보통신정책연구원 등 학계, 기관, 기업의 전문가들이 AI를 활용한 디지털 서비스 접근성 개선 사례 및 제도적 지원 방안을 논의
교육	• 직군별 맞춤형 교육 제공(웹 접근성, 모바일 앱 접근성 등) • 글로벌 접근성 법안 및 표준, 비즈니스 사례 공유
체험	• 다양한 접근성 문제를 직접 경험할 수 있는 디지털 정보 접근성 체험 제공 • 저시력 및 전맹 시각장애, 손 운동 장애, 중증 운동 장애 등 다양한 장애로 겪을 수 있는 접근성 문제에 대한 이해와 경험 기회 제공

이용자 접근성 강화

- 네이버는 모든 이용자가 디지털 서비스에 동등하게 접근할 수 있도록 다양한 접근성 지원 도구와 이용자 지원 시스템을 운영하며, 'AI for Good'과 UN 지속가능발전목표(SDGs)의 디지털 포용성 확대 기조에 부합하는 접근성 지원 전략 실천 중

네이버 접근성 고객센터 및 AI 스마트봇 '톡톡(TalkTalk)' 상담 시스템

- 다양한 이용자의 어려움을 해결할 수 있는 전담 채널을 통한 이용자 문의에 실시간 대응
- 접근성 개선 요청 및 이용자 피드백을 반영하여 지속적으로 서비스 품질 향상 중
- AI 기반의 스마트봇 '톡톡'(TalkTalk)을 도입하여 24시간 접근성 관련 문의를 신속하게 응대



디지털 포용성

멀티미디어 콘텐츠 접근성 지원

다양한 접근성 지원 도구 제공

- 스크린리더, 접근성 자동 진단 솔루션, 웹 브라우저 개발자 도구, 접근성 지원 앱 등을 다운로드하여 사용할 수 있도록 제공
- 접근성이 준수된 자체 동영상 플레이어를 개발 및 제공하여, 모든 이용자가 멀티미디어 콘텐츠를 원활하게 이용할 수 있도록 지원

디지털 서비스 플랫폼 내 접근성 강화

- 이용자가 직접 콘텐츠를 올리는 서비스 플랫폼에 '접근성 입력 폼'(시각장애인용 대체 텍스트 입력 양식 등)을 제공
- 이용자가 쉽게 이해할 수 있도록 접근성 가이드를 함께 제공하여 이용자 참여를 증대

지속적인 접근성 개선 및 모니터링

- 네이버 서비스 전반에 걸쳐 접근성을 준수하고 있으며, 지속적인 모니터링과 이용자 피드백을 반영하여 개선 중

베리어프리 웹툰

- 장애나 언어 등 장벽 없이 누구나 웹툰을 창작하고 감상할 수 있는 접근성 환경 구축
  - AI 기술을 통한 전맹 및 시각장애인 이용자를 위한 웹툰 대체 텍스트 제공
- 웹툰 이미지 정보 → 텍스트 변환 → 청각 정보의 변환 과정을 거쳐 웹툰 감상 지원
  - 활용 기술: 광학문자인식(Optical Character Reader), 웹툰 오브젝트 디텍션(Webtoon Object Detection)

오디오클립

- 시각적 장애나 나이, 상황 등에 구애받지 않고 사용할 수 있는 다양한 목소리와 양질의 콘텐츠를 제공하는 오디오 콘텐츠 전용 플랫폼
  - 글을 배우기 전의 아이, 전맹 및 시각장애인, 난독증으로 독서에 어려움이 있는 이용자 등 다양한 배경과 상황의 이용자의 정보 격차 완화
  - 플레이어 조작 버튼 최소화를 통해 운전, 대중교통, 요리, 업무, 휴식 등 다양한 환경에서 콘텐츠 향유
- 성우, 작가 등이 낭독한 오디오북 제공, 강연, 어학, 웹소설, 동화, ASMR 등 다양한 채널 콘텐츠 제공
  - 문화체육관광부, 한국문화예술위원회가 운영하는 통합 인문 온라인 서비스 '인문 360'의 21개 채널에 대한 오디오클립 서비스 제공 등 지속적으로 콘텐츠 다양화를 위해 노력 중

지도 서비스 내 접근성 강화

- 교통약자 및 외국인 이용자의 지도 서비스에 대한 접근성과 활용성을 강화하기 위해 계단 회피 경로 안내 서비스, 외국인 이용자 가이드, 장애인 이용 숲길 제공 등 서비스 개선 노력

계단 회피 경로 안내 서비스	기능	• 네이버 지도 앱을 통해 계단 이용이 어려운 이용자를 위한 계단 회피 경로 안내 서비스 구현 • 데이터를 지속 보강해 경로의 적합성·정확도 등을 높일 계획 - 2025년 하반기 대중교통 계단 피하기 길 찾기, 대중교통 이용자 대상 길 찾기 내 계단 피하는 정보 추가 구현 예정 • 2024년 8월 역 운영 및 편의 정보 제공과 이용에 관한 협약 체결, 지하철 탑·환승 관련 편의 정보 확충 - 철도공단의 철도산업정보센터로부터 도시·광역철도의 역 운영과 편의시설 정보를 제공받아 이를 네이버 지도에 구현 - 교통약자 이동·환승 경로, 역사 시설·노선 정보, 출입구 승강장 이동 경로, 역사별 인접 승강기 위치정보 등 총 5종 59개 항목 정보
	효과성	• '모두의 편의성'에 초점, 교통약자 편의성 증대 - 임산부·노약자는 물론 목발을 짚거나 휠체어를 타는 교통 약자의 시선에 맞춘 서비스 제공 목적 • 일반인도 계단을 피해야 하는 상황(퀵보드 이용, 무거운 짐 또는 캐리어, 유모차 이동 등)에서 유용하게 사용 가능
외국인을 위한 이용자 가이드	기능	• 방한 외국인 관광객이 네이버 지도로 원활하게 여행할 수 있도록 돕는 '네이버 지도 활용 가이드' 제공 • 국내 유일의 한국어, 영어, 중국어, 일본어 4개 언어 지원 지도 앱
	효과성	• 외국인들이 취향에 맞는 장소를 탐색할 수 있도록 국내 최대 수준의 장소 정보와 함께 텍스트, 사진, 동영상을 아우르는 방문자 리뷰를 다국어로 제공하는 등 외국인 편의성 증대 • 실시간 대중교통 도착 정보, 지하철 노선도, 승/하차 안내 등 효율적인 이동을 돕는 정보를 참고하여 목적지까지 원활한 이동을 지원
장애인 이용 숲길 제공	기능	• 한국산림복지진흥원이 조성한 숲길인 전국의 '무장애나눔길' 112곳에 대한 위치 및 경로와 거리 등 관련 정보 제공 • 네이버 지도 앱에서 '무장애나눔길' 혹은 구체적인 길 이름을 검색하여 정보 확인 가능
	효과성	• 보행약자, 교통약자 안전성 확보 - 데크로드(Deck Road)와 황토포장길 조성으로 장애인, 임산부, 노약자 등 누구나 안전하고 편리하게 숲을 이용하고 휴식을 누릴 수 있는 무장애나눔길(누구나 편한 길)에 쉽게 접근할 수 있도록 지원

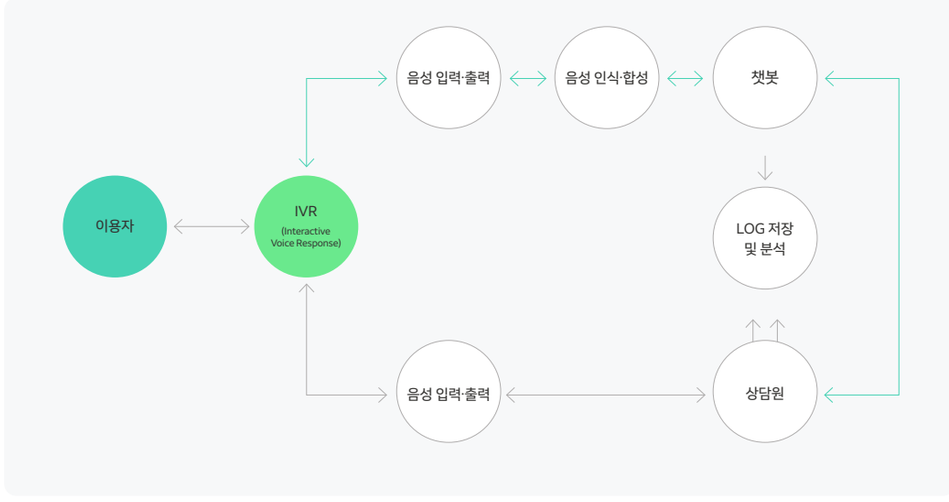
디지털 포용성

AI 서비스 기반 디지털 포용성 제고

- 사람을 돕는 기술이자 일상의 도구로서 활용할 수 있는 다양한 AI 서비스 제공을 통한 디지털 격차 개선 및 접근성 강화
- 장애나 언어 등 장벽 없이 누구나 손쉽게 접근할 수 있는 환경 구축을 위한 AI 기술 활용

클로바 AiCall

개요	• AI 기능을 기반으로 고객센터를 구축하고 운영할 수 있는 서비스
특징	• 고객센터를 구축하기 어려운 소상공인부터 일반 기업 고객센터까지 활용 가능 • 다양한 비즈니스 분야에서 전화 문의, 응대, 예약, 이용자 만족도 조사, 보험, 투자 상품 등으로 활용할 수 있는 AI 기반 응대
AI 기반 응대 프로세스	① 전화망으로 인입된 음성을 음성 인식 엔진을 통해 실시간 텍스트로 변환 ② 변환된 텍스트를 통해 자연어 처리 엔진이 의도를 파악하여 최적의 답변 도출 ③ 이를 다시 음성 합성 엔진을 통해 자연스러운 음성으로 합성하여 이용자에게 전달



클로바 케어콜

개요	• 한국어에 특화된 AI가 돌봄 대상자와 일상적인 주제로 통화하면서 건강 상태를 확인하는 전화 돌봄 서비스
특징	• 독거노인·중장년의 고독사 방지, 정서 케어를 통한 우울감 완화, 생활 건강 관리 등 복지 사각지대 발굴 효과 ① 지자체 제휴를 통해 돌봄 대상자의 건강 상태와 긴급 상황 파악을 지원 ② 자유 대화에 목적성 대화를 더하여 재난 공지, 피해 확인 등 특정 업무 수행이 가능 ③ 세계 최대의 한국어 언어 모델 기반 공감, 정서 케어 및 기존 대화 주제를 기억

2024년 고도화 기능

- 지자체 복지 및 알림 사항 전달을 위한 대화 시나리오 수정 기능 제공
- 행정안전부, 3개 지자체와 함께 복지 사각지대 발굴 및 민원 알림 서비스에 대한 실증 진행

주요 성과 (2024년 12월 31일 기준)	• 도입 기관 수: 약 130개(전년 대비 약 1.3배 ↑) • 서비스 누적 이용자: 약 4만 5천 명(전년 대비 약 2.65배 ↑) • 누적 통화 수: 약 100만 콜(전년 대비 약 3.33배 ↑) • 자연스러운 대화로 개인 맞춤형 알림이 가능한 대화 기능을 제공하여, 기억하기 API 특허 1건 출원
서비스 효과성	**90%** 전국 평균 서비스 만족도 **95%** 전국 평균 서비스 연결률

디지털 포용성

클로바 노트

개요	• AI에 기반하여 음성 인식, 내용 요약 기능을 제공 • 회의, 강의, 인터뷰 등 다양한 주제의 음성 데이터를 텍스트로 변환하며 핵심 내용을 자동으로 요약하는 서비스
특징	• 다양한 사회 구성원을 위한 AI 기술로서 청각장애인, 난청 이용자가 회의나 강의를 원활히 이해하거나 자막 생성 기능과 결합하여 영상 콘텐츠 접근성을 향상 • 고령자 및 학습 취약 계층을 지원하기 위해 정보 과부하를 줄여 정보 습득을 돕는 기능을 손쉬운 UI/UX를 통해 제공 • 디지털 포용성을 강화하는 도구로서 회의록 자동화로 업무 효율성 강화, 장애인 및 외국인의 회의 참여를 확대한 정보 격차 해소, AI 음성 요약을 통한 디지털 격차 완화를 가능하게 하는 포용적 기술 구현

AI 쇼핑 추천 시스템

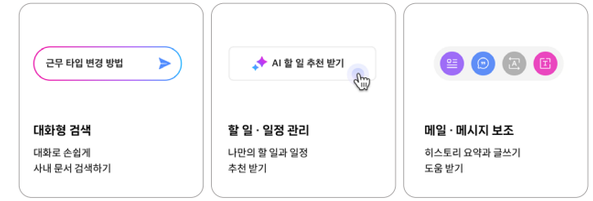
• 네이버의 AI 쇼핑 추천 시스템은 이용자의 검색 및 구매 데이터를 기반으로 맞춤형 상품을 추천하여 포용적 소비 경험을 제공

AI 기술을 통한 다양한 사회 구성원의 맞춤형 경험 제공	• 장애인 및 고령층을 위한 맞춤형 쇼핑 경험 • AI가 이용자의 선호도와 소비 패턴을 분석하여, 장애인 및 고령자에게 적합한 제품을 자동 추천
포용적 소비 유도	• AI 기반 맞춤형 추천을 통해 이용자의 필요에 맞는 제품을 신속하게 제공함으로써 반품 및 불필요한 소비 감소 • 디지털 소외 계층을 위한 쇼핑 접근성 개선으로 공정한 소비 기회 제공 • AI 추천 기능을 활용한 맞춤형 소비 패턴 형성

Project CONNECT X

• 기업 임직원의 업무 효율 및 생산성 향상을 위해 HyperCLOVA X 기반 업무 생산성 도구인 'Project CONNECT X'를 2023년 11월 론칭하고 네이버 및 네이버클라우드 임직원을 대상으로 약 1년 2개월간 시범 운영

개요	• 기업 임직원이 매일 반복적으로 수행하는 업무를 AI로 자동화하여 본질적인 업무에 보다 집중할 수 있도록 도움을 주는 것을 목표로 하는 AI 활용 업무 생산성 도구
특징	• 업무 식별부터 정보 탐색, 창작 그리고 협업까지 업무 사이클 전체를 초대규모 AI를 활용해 유기적으로 지원 • 업무의 자동화 및 효율화를 목표로 ①대화형 검색, ②할 일·일정 관리, ③메일·메시지 보조 등의 기능을 제공
성과	• 시범 운영 기간 내에 약 7,000명이 CONNECT X를 활용하며 약 10만 건 이상의 대화를 생성 • 운영 기간 첫 한 달간 임직원을 대상으로 직접 의견 설문을 실시하여 개선 아이디어를 응모, 실제 성능 개선에 활용



① 대화형 검색: 회사 생활 가이드, 사내 공지, 규정집, FAQ 및 업무 위키를 검색하고 출처와 함께 요약하여 제공

② 할 일·일정 관리: 대량의 메일 및 메시지에서 할 일과 일정을 자동으로 파악하여 제안

③ 메일·메시지 보조: 쌓인 메일과 메시지 내용을 신속하게 파악 가능한 '요약 기능'과 답장할 메일의 초안을 작성해 주고 문체 변환, 길이 조정, 맞춤법 교정, 번역 등 초안 편집을 돕는 AI 기능 제공

"CONNECT X를 통해서 제가 원하는 내용을 빠르게 LLM 문의를 통해 찾을 수 있는 게 큰 장점인 것 같아요. CONNECT X가 없었다면 회사 생활 가이드에서 어디를 봐야 할지를 열심히 찾아서 들어가 보고, 안 나오면 다시 찾아야 하는 복합적인 부분에 대해서도 깔끔한 답변으로 받으니 훨씬 업무하기가 수월해진 것 같습니다."

"일본 담당자랑 주고받은 메일도 빠르게 번역, 요약되었어요! 메일 전체 내용을 다시 살펴보지 않아도 될 정도로 이전 메일 내용까지 요약해 줘서 업무에 큰 도움이 되고 있습니다."

"오늘까지 완료해야 하는 일을 등록해 놓고 퇴근 전 다 마무리했는지 체크하는 기능을 잘 쓰고 있는데요, AI 할 일 추천을 눌렀더니 까먹고 있었던 필수 보안 소프트웨어 설치를 알려줘서 잊지 않고 할 수 있었어요."

서비스 안정성

네이버는 재난·재해 및 사회적 이슈 발생 시에도 서비스 이용 안정성 및 비즈니스 연속성을 유지하기 위해 다양한 시스템을 운영하고 있습니다.

전담 관리부서의 커뮤니케이션을 중심으로 한 대응 체계를 갖추고 있으며 돌발 상황에 대비하기 위해 자동화된 시스템을 가동하고 있습니다. 특히 서비스 및 인프라 이중화 체계를 구성하여 서비스의 연속성을 유지하고 있습니다.

앞으로도 서비스 신뢰성에 대한 끊임없는 관심과 공감을 통해 네이버 서비스의 안정성 유지를 위해 노력하겠습니다.

Target

2024

SRE Health Report 도입

- 네이버 서비스의 신뢰성 및 건강도 지표를 정의 및 가시화
- 각 서비스의 장애 대응력 현황 확인 및 궁극적인 목표 지점을 제시

SRE Emergency Report 도입

- 재난·재해 및 주요 사회적 이슈 발생 시, 네이버 주요 서비스의 현황을 실시간으로 확인할 수 있는 Emergency Report를 도입
- 서비스별 가용량, 비상 대응 여부, 트래픽 유입량 변화 등의 주요 지표를 1분 이내에 확인 가능

일관성 있는 장애 대응 커뮤니케이션 및 장애 리뷰 체계 구축

- 장애 발생 시 대응 가능한 One-stop 통합 체계 구축 및 일관된 메시지 전달

2025

KPIs

네이버 서비스의 99.99% 가용성 보장

기술 조직에 SRE 컨설팅 제공을 통한 가용성 목표 수준 달성 서비스 확대 (14개 이상 달성)

장애 분석 및 전사 교육, SRE 레터 등의 커뮤니케이션 강화를 통한 조직별 장애 예방력 강화 (서비스 변경 대비 장애 발생 비율 2024년 대비 감소)

과학기술정보통신부 보고 대상 서비스 MTTR[1] 개선

전년도 수준의 장애 대응력과 장애 복구 속도 유지 및 개선

MTTR 30분 달성을 위한 도구 개발 및 솔루션 도입

장애 발생 시 탐지 속도 단축 및 빠른 현황 확인·전파를 위한 시스템 도입

Status Board

상시로 네이버 모든 서비스의 현황을 파악할 수 있는 Status Board 도입

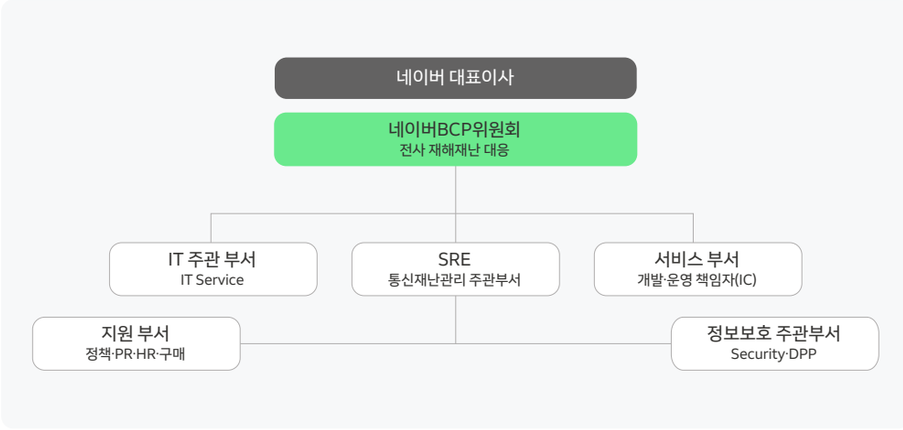
ChatOps와 같이 신속하게 대응할 수 있는 시스템 도입

1) 평균 장애 지속시간

서비스 안정성

관리 및 감독

• 네이버 서비스 안정성을 높은 수준에서 유지하기 위한 조직 체계를 갖추고 효율적으로 커뮤니케이션



네이버 대표이사	• 위기 상황 총괄 및 주요 의사결정 • 전략 임원과의 커뮤니케이션
네이버 BCP 위원회	• 전사적 재해·재난 통합 대응 • 위기 상황에 대한 의사결정 지원, 사내 커뮤니케이션 수행 • 정책/RM, 정보보호, 인프라, 장애관리, 안전보건 등 조직장으로 구성
IT 주관 부서	• 인프라 정상 유무 확인 및 재난 관리 주관 부서에 보고 • IT 인프라 자원(서버, 스토리지, 네트워크 장비 등)의 안전재고 관리 및 운영
SRE	• 서비스 장애 상황 관리 및 위기 경보 발령 • 서비스 복구 계획 수립 및 복구 업무 총괄
서비스 부서	• 서비스 정상 유무 확인, 통신 재난 관리 주관 부서에 보고 • 서비스 배포 시스템 등을 이용하여 서비스 중요도에 따른 서비스 복구 수행

정책 및 체계

업무연속성계획(BCP, Business Continuity Plan)

• 재해·재난 비상 상황 발생 시 피해 발생을 최소화하고 신속하게 서비스, 업무를 복구시키기 위한 업무연속성계획 운영
• BCP에는 비상 상황 발생 시 위기 대응 부서와 역할, 위기 경보 단계 및 발령, 상황 전파 프로세스, 협력업체 및 유관 기관의 협조 체계 포함
• 10개(화재, 지진, 대설, 테러, 풍수해, 전염병, 전력 분야, 전시·사변, 전자적 침해, 사무공간 전력 분야)의 위기 상황에 대한 세부적인 재난 대응 조치 매뉴얼 마련
• 상황별 대응조치 매뉴얼뿐 아니라 비상 연락망, 보고 체계, 직무별 개인행동 요령까지 상세히 규정
• 네이버클라우드 부서를 중심으로 매년 4회 이상 재해·재난 대응 모의훈련을 상황별 시나리오 및 매뉴얼에 따라 진행하며 위기 경보 단계 발령, 상황 전파, 보고, 의사결정 등을 수행

업무연속성계획 유지·관리 프로세스

위기대응 행동매뉴얼 실효성 확보	• 업무연속성계획을 지속적으로 업데이트하고 현행화함으로써 위기대응 행동매뉴얼의 실효성 상시 확보 • 보안정책에 위반하지 않는 범위 내에서 유관부서 직원이 상시 열람할 수 있도록 공개
업무 영향 분석 및 관리	• BIA[1] 분석 후 지속적 관리 수행 • 각 서비스 부서와 협의하여 서비스 중요도 재설정 • 서비스 중요도에 따른 우선 순위 도출 • 주요 서비스별 복구 목표 시간 재설정
재해복구 방안·계획 관리	• IT인프라 운영매뉴얼 및 업무복구활동계획 최신성이 유지되도록 관리 • IT조직의 복구 계획서 검토 및 미비점 보완 • 모의훈련 계획 수립 • 모의훈련 후 미비점 파악 및 개선
재해복구 체계 수립 및 관리	• 위기 경보 단계 기준 선정 • 위기대응 조직 관리 • 재해 발생 시 내부의 역할 분담 및 수행 활동 지침, 커뮤니케이션 방안 수립

1) Business Impact Analysis(업무영향분석)

SRE(Site Reliability Engineering)

• 이용자들이 네이버의 수많은 서비스를 365일 24시간 동안 문제없이 사용할 수 있도록 하는 모든 활동 수행
• SRE 조직은 네이버 서비스의 신뢰도 향상을 위해 서비스 가용성 향상, 장애 대응력 및 체계 강화, 장애 관련 정책 및 시스템 개선에 집중
• 이용자들이 네이버를 이용하는 과정에서 불편함이 없도록 장애뿐 아니라 서비스 성능, 이용자 경험, 그리고 시스템 안정성의 전반을 관리

서비스 안정성

모니터링 및 장애 대응

24시간 모니터링 체계

• 장애 발생 시 신속한 대응을 위해 서비스·IT 인프라 모니터링 시스템 운영

서비스 모니터링
• 별도 전담 관리부서를 통해 24시간 X 365일 운영
• 서비스 장애 감지 시 사전에 정의된 중요도에 맞춰 복구 담당자에게 이메일, 푸시(Push) 알림 등을 통해 즉시 전달

IT 인프라 모니터링
• 각 영역별로 메트릭 데이터를 수집하여 전담 관리부서를 통한 실시간 상시 모니터링 수행
• 이상 징후 발생 시 각 담당자 및 유관부서와 즉시 공유하여 서비스 영향도를 파악해 정상화를 위한 대응조치를 시행

전담 관리부서
• 24 X 365 서비스 모니터링 및 장애 전파
• 장애관리 거버넌스 수립 및 정비
• 원인 규명 및 재발 방지 활동 관리

업무 프로세스
• 부서별 R&R
• 방법론 및 복구 절차

관리 기준
• 우선순위, 긴급도, 중요도 기준
• 측정 및 분석 체계
• 복구 담당자 상시 관리

서비스 장애 모니터링
• Trouble Ticket System
• 서비스 장애 감지 시스템
• 통합 이벤트 모니터링 시스템

장애 예방을 위한 지표 가시화

SRE Health Report 도입

개요
• 2024년, 네이버 전 서비스 대상 각 서비스의 연간 가용성 및 변경 대비 장애 비율을 측정하여 각 조직의 장애 대응력 지표를 가시화하는 시스템 도입
- 과거 개별 서비스별 지표 대시보드를 전사 버전으로 확장
• 서버 가용성, 장애 현황, 복구 시간으로 서비스별 신뢰성과 건강도를 측정하고 이를 개선할 수 있는 지표를 대시보드화하여 전 임직원에게 공유

효과
• 네이버 모든 서비스에서 공통적으로 사용할 수 있는 신뢰성 및 건강도의 기준 지표를 정의하고 가시화
• 각 서비스의 연간 가용성 및 변경 대비 장애 비율을 측정하여 장애 대응력 현황을 확인하고, 궁극적인 목표 지점 제시

기준 지표를 기반으로 네이버 서비스의 신뢰성 목표 달성을 위한 지표 관리

MTTR(Mean Time to Recovery) 지표

개요
• 신뢰성 제고 및 가용성 목표 달성을 위해서 장애 발생 건수를 줄이는 것 만큼 신속한 장애 복구 또한 필요
• 서비스 부서별 장애 대응력 측정을 위해 장애 한 건당 대응 및 복구까지 걸리는 시간에 대한 지표(MTTR) 도입

효과
• MTTR 측정을 통해 각 서비스 담당 부서의 장애 대응력을 측정하고, 보다 신속한 장애 대처 능력을 갖출 수 있도록 개선

2024년 주요 서비스 평균 장애 지속 시간 63% 감소(2023년 대비)

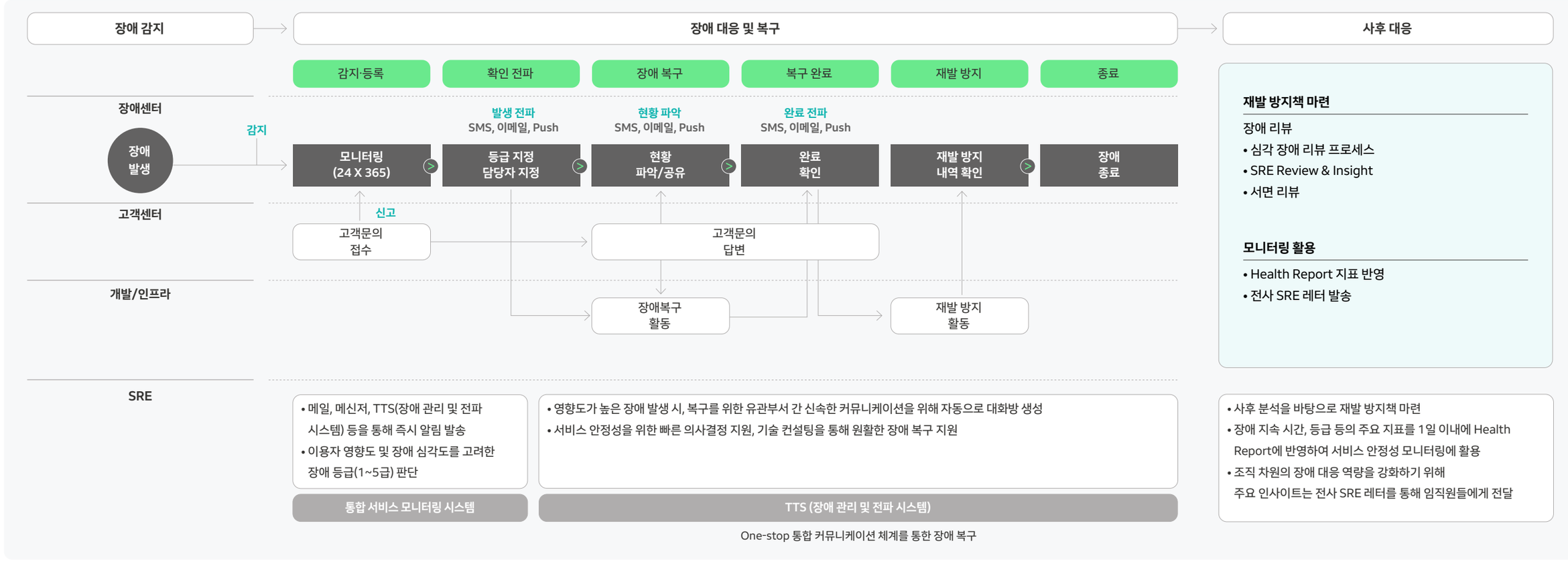
• 장애 감지 사각지대 존재, 서비스별 감지 조건 차이, 표본 수 부족 등의 어려움을 해결하기 위해 MTTM 지표를 추가 도입
- MTTM(Mean Time to Mitigation): 서버의 이상 증상이 감지되어 경보가 발생한 시점부터 증상의 완화(Mitigation) 시점까지 걸린 시간의 평균
- 장애의 발생~복구만이 아닌 서버 이상 증상의 감지~완화를 측정 데이터로 사용하여 담당 부서의 장애 대응력을 보다 구체적으로 파악할 수 있음

서비스 안정성

장애 발생 대응 체계

- 모니터링을 통해 징후 발생 시 즉각 대응 및 신속한 복구가 가능하도록 장애 대응 프로세스 구축 및 운영
- 장애 발생 및 종료까지 모든 활동과 장애 관련 통계 및 보고 등에 대해 관리, 향후 모니터링 고도화 활용
- 반복적인 장애를 검토하고 장애 발생을 미연에 방지하기 위한 재발방지 활동 수행

장애 대응 프로세스



서비스 안정성

비상 대응 시스템

비상 대응 시스템 운영

• 재난·재해 등 네이버 서비스에 중대한 영향을 미칠 수 있는 이슈 발생 시, 서비스 연속성을 보장하기 위해 비상 대응 시스템 가동 및 비상 모니터링 수행

재난·재해 특징 및 대응 고려 사항

1

지진 등의 재난·재해 발생 시 트래픽이 급격히 증가하며, 연쇄적인 시스템 장애로 최대 가용량에 빠르게 도달

• 복잡한 계층 구조와 분산된 서버 구성으로 인해 일부 영역의 문제가 나머지 영역에 부하를 전달할 가능성 존재
• 특정 서버의 작은 장애가 전체 시스템 안정성에 영향을 줄 수 있는 구조
• 트래픽 처리 과정 내 병목 발생 지점 파악 필수

2

매우 짧은 시간 내에 이상 상황 및 서비스 간 영향도를 파악하고 신속한 의사결정 필요

• 재난·재해는 새벽, 주말 등 시간 관계없이 발생하며 대부분 5분 안에 상황 종료
• 수동으로 사람이 대응할 시 빠른 상황 파악 및 조치에 어려움이 있어 자동화된 대응 시스템 필수

네이버 비상 대응 시스템

목표

• 전 국민이 동시에 네이버 서비스에 접속하더라도 안정적으로 이용할 수 있는 견고한 대응 체계 구축
• 서비스 연속성 보장을 위해 주요 서비스의 비상 모드 마련, 이슈 발생 시 자동 동작 설정

특징

1 **빠른 이상 탐지 및 규칙 설정**
• 트래픽 지표 수집 주기 단축을 통해, 평상시 피크 트래픽의 n배 이상 트래픽이 유입되면 이상으로 판단

2 **비상 대응 동작 자동화**
• 수동 대응 시 발생하는 대응 시간의 제약을 극복하기 위해 이상 탐지부터 비상 대응 동작까지 자동화

3 **손쉬운 비상 모드 UI/UX**
• 필요시 추가 비상 대응 동작을 수동으로 실행할 수 있도록 서비스 담당자가 손쉽고 빠르게 대응할 수 있는 인터페이스

4 **상위 레벨 모니터링 시스템 연동**
• 의사결정자가 시스템의 건강도와 현재 상황을 빠르게 파악할 수 있도록 지원하여 커뮤니케이션 비용 및 의사결정 시간 단축, 이상 탐지 규칙의 기준 제공

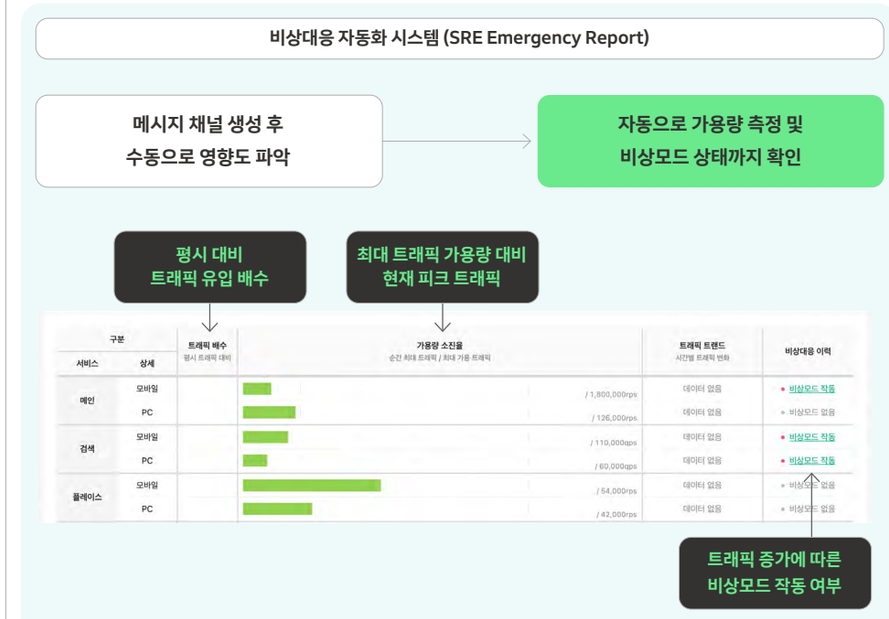
작동 프로세스

• 재난·재해 및 트래픽 집중 가능성이 있는 사회적 이슈 발생 시 네이버 각 서비스에 자동으로 비상 모드 발동
• 비상 모드에서는 캐시데이터를 최대한 활용하여 선별적으로 콘텐츠 최신성 유지

SRE Emergency Report(비상 모니터링) 도입

특징

• 재난·재해 및 이슈 발생 시 서비스별 주요 지표를 자동으로 불러와 신속하게 확인할 수 있는 Emergency Report를 도입
- 주요 서비스별 가용량, 비상 대응 여부, 트래픽 유입량 변화 등의 주요 지표를 확인할 수 있는 비상 모니터링 시스템



효과성

• SRE Emergency Report 도입 이후, 시간이 오래 걸리던 전체적인 영향도 및 정보 파악의 소요 시간을 1분 이내로 단축

서비스 안정성

무중단 서비스·인프라 구성

- 안정적 서비스 제공을 위한 데이터센터 설비 구성
- 서비스의 가용성을 높이고 서비스 지속성을 보장하기 위한 서비스 이중화 기술 적용

안정적 설비 구성

AI, 디지털 트윈과 같은 미래기술을 안정적으로 운영할 수 있도록 하이퍼스케일 데이터센터를 세종시에 신규 구축

네이버 자체 데이터센터(춘천, 세종) 특등급의 내진설계 적용

전원, 기계, 소방 등의 중요 인프라 설비는 최소 N+1 이상의 구조로 구성하여 안정성과 가용성을 확보

운영 중 예기치 못한 기능 고장에 대비해 예비 인프라 설비를 확보하고 기능 고장 등의 사고 발생 시 신속한 고장 복구가 가능하도록 대비

IT 서비스 변화 및 트래픽 증가, 서비스 이중화를 고려해 수도권, 강원, 세종, 경상남도 등 다양한 지역에 자체·임대 데이터센터 분산화 운영

인프라 설비에 대한 선제적 투자 및 관리를 통해 데이터센터의 안정성을 높이고, 관련 기술 역량 내재화 등을 통해 데이터센터 서비스 연속성 강화

서비스·인프라 이중화 체계 구성

- 2023년부터 서비스 이중화를 관리하는 Data Disaster Recovery Task Force(DDR TF)를 통해 주요 서비스 및 데이터의 이중화 및 데이터 분산을 점검하고 서비스별 이중화 인증제도 실시

- 서비스 중단 지속시간과 영향을 받는 기능 범위를 기준으로 7단계의 이중화 기준을 수립하였으며, 각 서비스는 레벨에 따라 비상 상황 발생 시 자동 혹은 수동으로 복구될 수 있도록 서비스·인프라 이중화 체계 수립

- 서비스 연속성에 있어서 국내 IDC[1] 이중화를 통해 현재 레벨5를 달성하고 있으며, 서비스에서 필요한 모든 기능이 연속적으로 제공 가능할 수 있는 형태의 레벨6 달성을 위한 활동을 추진 중

1) Internet Data Center(인터넷 데이터센터, 서버·스토리지·네트워크 장비 등을 운영하고 관리하는 전문 시설)

서비스 이중화 기준

- 서비스 복구 수준: IDC 장애 발생 시 실시간 서비스는 보장하지 않지만 일정 기간 내에 복구할 수 있는 수준
- 서비스 연속성 수준: IDC 장애 발생 시 전체 또는 일부 서비스에 대한 실시간 연속성을 보장하는 수준

서비스 복구 수준(Recovery Service)				서비스 연속성 수준(Continuous Service)		
LEVEL 1	LEVEL 2	LEVEL 3	LEVEL 4	LEVEL 5	LEVEL 6	LEVEL 7
국내 IDC 장애 발생 시, 복구 작업을 통해 서비스가 가능한 상태	국내 IDC 장애 발생 시, 신규 인프라를 구축하여 수일 내에 서비스 재개가 가능한 상태	국내 IDC 장애 발생 시, 수시간 내에 서비스 재개가 가능한 상태	국내 IDC 장애 발생 시, 수시간·수일 내에 해외 IDC를 통해 서비스 재개가 가능한 상태	국내 IDC 이중화를 통해, 일부 기능 또는 일부 이용자에게 제한적으로 서비스되는 상태	국내 IDC 이중화를 통해, 서비스에서 필요한 모든 기능이 연속적으로 가능한 형태	해외(글로벌) IDC를 이용하여 Global Continuous Service가 가능한 상태

데이터센터 비상 상황(재난·재해) 점검 체계

- 매월 데이터센터 정기 점검을 통해 취약점 및 개선 필요 사항을 검토 및 개선
- 비상 상황(재해·재난) 발생 시 서비스, 인프라별 긴급 복구 우선순위를 지정하고 긴급 복구 물자와 인력을 투입할 수 있도록 대응 체계 보유
- 실제 재난 발생을 가정해 매월 3회 이상 데이터센터 자체 모의 훈련을 실시하고, 연 1회 이상 민관 합동 소방 훈련을 진행함으로써 재해 복구 체계의 실효성 점검
- 데이터센터 설비의 고장·이상 동작이 발생하는 경우, 협력사와 협조하여 신속히 원인을 파악하고 고장에 대한 조치와 재발방지 대책을 수립하도록 절차 마련

People

조직문화
인권경영
공급망
사회공헌

조직문화

네이버는 임직원의 업무 몰입과 행복 증진을 위해 건전한 조직문화를 조성하여, 안전하고 건강한 삶을 영위할 수 있도록 노력하고 있습니다.

다양한 임직원이 공통된 미션 아래 한 방향으로 나아갈 수 있도록 네이버의 정체성('변함없이 변화를 만드는 사람들, Navigators')과 지향점('모든 이의 더 나은 가능성을 만듭니다') 및 일하는 방식('Navigators' Rule')을 담은 메시지를 전사적으로 공유하고 있습니다. 아울러 안전한 업무환경을 조성하기 위해 주기적으로 사업장의 시설과 장비를 점검하고, 임직원 대상 교육과 훈련으로 안전의식을 제고하고 있습니다.

앞으로도 임직원의 건강한 업무 환경을 저해할 수 있는 불안요소를 식별하고, 이를 완화 또는 제거하기 위한 다양한 아이디어를 업무환경에 반영하여 임직원이 자신의 업무에 몰입할 수 있도록 힘쓰겠습니다.

Target

KPIs

회사와 임직원이 함께 성장하는 일하는 문화·환경 조성

보다 더 나은 가능성을 위해, 변함없이 변화를 만드는 '네이버다움' 철학 및 정체성 지속 강조

회사·조직 방향성 공유 및 소통, 교류 기회 확대

개인별 경험 및 역할에 맞춘 단계별 리더십 지원 프로그램 확대 운영

조직문화진단 결과 및 결과 기반 개선과제 임직원 대상 공유

조직 내 다양성 증진을 위한 다각적 제도적 지원 제공

출산휴가 및 육아휴직 사용 후 복귀 비율 모니터링 및 개선방향 설정

육아휴직 후 복직자 대상 리보딩 프로그램 운영

임원 교육 내 다양성 관련 콘텐츠 보강을 통한 조직관리 인텔리전스 확보 지원

외국인 임직원 네트워킹 그룹 정례화

여성 직책 리더 비중 국내 평균 대비 10% 이상 지속 유지 (2023-2025 3개년 목표)

리더십 지원 프로그램에 워킹맘 그룹 고려 등 여성 리더십 지원

2024

임직원 의견 반영 조직문화진단 비전 수립

- 조직별 Pulse Survey 운영 신규 도입
- 리더와 팀 구성원 간 관점 공유 목적 프로그램 확대

일·가정 양립 지원 확대

- 임신 팀 구성원 케어를 위한 리더 대상 가이드 제공
- 난임 휴직, 난임 시술비 지원 신설

안전한 업무환경 조성

- 2024년 산업재해율 0%
- 안전보건경영시스템 ISO 45001 인증 취득

2025

연령, 성별, 출신, 배경에 구애 받지 않는 건강한 협업문화 조성

- 모·부성보호 측면의 인사제도·복리후생 강화를 통한 일가정 양립 지원을 위한 제도적 기반 강화
- 외국인 임직원 대상 지속적인 네트워킹 활동 강화를 통해 원활히 온보딩을 거쳐 성과를 낼 수 있는 다국적 조직문화 조성

정기 진단 기반 조직문화 지속 개선

- 조직문화진단 정기 시행 및 임직원 인식 변화 점검
- 진단 결과 기반 개선과제 도출 및 이행 사례 축적

2027

2030

건강한 조직·협업문화 국내 리딩·선도

- 매년 조직문화 및 리더십의 진단·개선·결과 활용을 통해 데이터 분석 및 시행 사례 축적
- 매년 Connected Work 검토를 통해 회사의 성장과 임직원의 성장 및 니즈에 최적화된 근무 환경 구축
- 임직원 각자의 역할 및 역량에 따른 현재의 위치와 성장 Path를 확인할 수 있는 체계적 성장체계 구축

조직문화

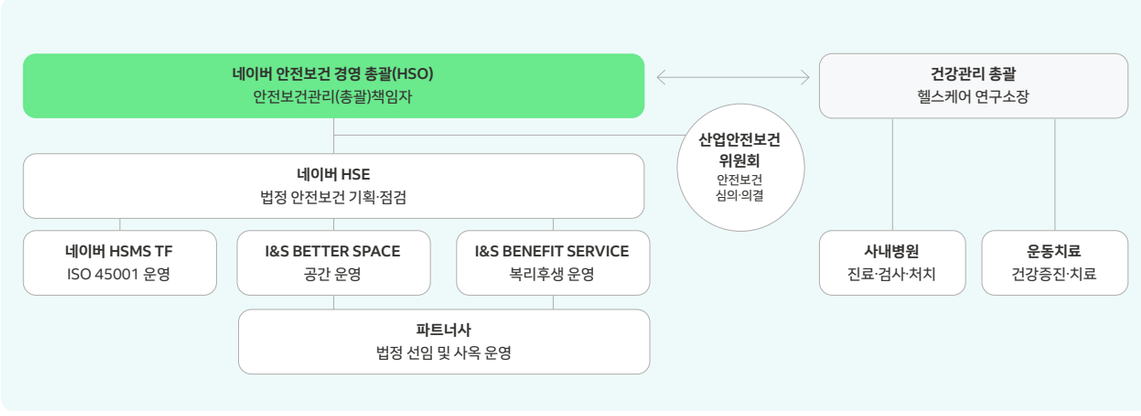
관리 및 감독

조직문화·복리후생·근로조건 관리·감독

- 최고의사결정은 CEO(최고경영책임자)가 담당하며, 그 산하 의사결정기구는 다음과 같이 구성
  - 임직원 성장위원회: CEO 직속 위원회로 CEO, CFO(최고재무책임자), COO(최고운영책임자) 등 다수의 직군 성장 관련 부문장으로 구성되어, 임직원 성장체계 설계 및 심의 역할을 수행
- 임직원 조직문화 관련 위험 및 기회의 감독 책임에 대한 위임사항과 의무사항, 직무 기술 등을 회사 내규에 규정
- 각 위원회의 원활한 직무 수행을 위해 수시로 위원회 임직원에게 필요한 정보와 자원을 제공하고, 위원회가 관장하는 주제별 전담 부서를 설치하여 운영 중
- 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)': 임직원 의견을 청취하기 위한 협의체로 근로조건, 복리후생, 인력 현황 등과 관련된 회사 정책 및 방향성에 대해 근로자위원의 의견 청취 및 논의 진행

안전보건 관리·감독

- 안전보건 전담 부서(HSE): 법령상 의무와 책임을 중심으로 안전보건 업무를 총괄
- 산업안전보건위원회: 사업장의 안전 및 보건에 관한 중요사항을 심의·의결
- 2024년 안전보건경영시스템 국제 표준 'ISO 45001'에 준하는 체제 운영을 위한 전담 조직(HSMS TF) 신설



정책 및 체계

기본 인사가이드(취업규칙 등)

- 네이버 임직원 모두가 일하면서 지켜야 하는 기준
- 인사 기준은 채용부터 퇴직까지 회사 생활 전 영역에 걸쳐 회사의 인적 자본 관리 및 운영을 위한 원칙
- 사내 게시판을 통해 전 임직원이 손쉽게 확인 및 질의할 수 있음

Culture Code 및 Integrity Code

- Culture Code는 '모두가 지켜야 할 공통의 협업 룰'로, 임직원 간 원활한 협업과 팀워크를 위해 필요한 내용으로 구성
- Integrity Code는 회사라는 큰 공동체가 가져야 할 책임과 일하면서 발생할 수 있는 이해상충에 대해, 문화적·법률적 관점에서 함께 지켜야 할 마지노선을 정해 놓은 회사의 기준

노사협의회 운영규정

- 네이버 노사협의회 운영규정 및 노사협의회 선거 관리 규칙에 따라 노사협의회를 구성 및 운영

안전보건 정책

- 임직원의 안전과 건강 유지·증진, 재해 없는 사업장 실현, 안전보건 법령 준수 등 임직원 참여를 통한 산업재해 예방을 목적으로 제정
- 임직원 및 사업장 내 상주 또는 상시 출입하는 협력회사 직원에게 적용
- 기본 원칙
  1) BETTER HEALTH: 발생가능한 신체 또는 정신질환 예방을 위하여 건강 유지 및 증진 관리를 실시
  2) BETTER SAFETY: 유해·위험요인을 제거하고, 사고 발생 시 대응체계 구축을 통하여 피해를 최소화
  3) BETTER ENVIRONMENT: 임직원·협력회사·고객을 위한 쾌적하고 안전한 근무환경을 제공

안전보건경영시스템

- 네이버 임직원 및 사업장(NAVER 1784 및 그린팩토리)을 대상으로, 2024년 10월 국제 안전보건경영시스템 'ISO 45001' 인증 취득
- 네이버 임직원과 협력회사 직원을 포함하여 안전하고 건강한 작업환경을 제공하고 업무 관련 재해, 질환 등의 방지와 안전보건 성과에 대한 지속적 향상을 위한 국제 표준 시스템 운영

조직문화

조직문화진단

- 조직문화와 일하는 방식을 비롯해 업무 환경 및 효율적 업무 실행과 관련된 사항에 대해 임직원의 인식을 점검하고자 2021년부터 매년 전 임직원을 대상으로 조직문화진단을 실시
- 문화적 안전, 자발적 몰입, 실행환경 조성, 명확하고 확실한 방향성, 리더에 대한 신뢰, 존중과 인정, 개발 기회, 급여 및 복리후생 등 16가지 차원에 대한 전반적인 효과성 진단
- 조직문화진단 실시에 따른 결과를 분석한 후, 차원별 전사 차원의 개선과제를 도출하여 연간 이행 중

2024년 조직문화진단 운영기준 개선사항

주관식 문항 추가	• 이슈를 보다 선명하게 확인할 수 있도록, 각 조직효과성 차원별 주관식 후속 문항 추가
전사/조직별 결과 공유 및 후속지원 강화	• 투명한 진단결과 공유를 위해 각 부문장 주관, 부문별 올핸즈 미팅 의무화 • 임원급 리더에 산하 조직에 대한 진단결과 대시보드 접근권한 제공 • 구체적인 현황 확인 및 지속적 추이 점검이 필요하거나, 시행 니즈가 있는 조직에 대해서는 진단 결과와 연계된 후속 Pulse Survey 진행 검토 및 문항 설계 지원

2024년 조직문화진단 결과

- 네이버 임직원 4,369명 중 73.3%인 3,203명이 참여(2024년 9월 시행)
- 2021년부터 중점적으로 개선 노력을 이행한 '문화적 안전' 차원에서 3년 연속 긍정 응답률 상승(3년간 +44%p)
- 임직원의 '1차 조직'에 대한 인식이 전년 대비 크게 개선(전년 대비 상승폭이 큰 문항 Top 3 모두 1차 조직에 대한 인식과 관련된 문항)
- '명확하고 확실한 방향성' 차원에서 회사와 사업의 방향성과 개인 목표 간 Align을 위해 전사의 비전 및 방향성 공유의 기회를 확대, 우리 조직이 집중하고자 하는 목표를 명확히 확인할 수 있도록 지원
- '업무/구조/프로세스' 차원에서는 적정 조직규모 및 Depth에 대한 전사 차원의 점검을 실시하고 가이드라인 배포하였으며, 협업 강화 문화 조성을 위한 지원 예정

조직문화진단 결과표

	핵심 차원	2024년 긍정응답 비율	시계열 비교		
			23년 대비	22년 대비	21년 대비
자발적 몰입도	자발적 몰입	70%	-2%p	-6%p	+2%p
	명확하고 확실한 방향성	47%	-7%p	-18%p	-14%p
	리더에 대한 신뢰	59%	-5%p	-13%p	+1%p
	품질 및 고객중심	79%	-	-2%p	+3%p
	존경과 인정	63%	-	-8%p	+12%p
	개발 기회	65%	-3%p	-7%p	-3%p
	급여 및 복리후생	50%	-	-7%p	-3%p
	문화적 안전	75%	+6%p	+8%p	+44%p
실행환경 조성도	실행환경 조성	65%	-1%p	-6%p	-2%p
	성과 관리	59%	-	-4%p	+4%p
	권한 및 임파워먼트	61%	+1%p	-6%p	+2%p
	가용 자원	59%	+3%p	-2%p	+1%p
	교육 훈련	57%	-1%p	-1%p	+8%p
	협업	73%	+8%p	+2%p	+4%p
	업무/구조/프로세스	45%	-3%p	-10%p	-
	다양성과 포용	75%	+4%p	+3%p	+23%p

조직문화진단 긍정 인식 Top 3 차원

79% '품질 및 고객중심'

75% '문화적 안전'

75% '다양성과 포용'

조직문화

조직문화 개선과제 이행 성과

2024년 조직문화진단 결과 기반 개선과제 실시 내역

리더십 교육 프로그램 지속 강화	• 조직진단 결과에 맞춰 개선이 필요한 항목과 리더십 역량 개발 지원이 필요한 항목으로 구분하여 리더십 지원 프로그램 개선 • 효과적인 조직 관리를 위해 개인의 경험과 역할에 부합하는 단계별 리더십 프로그램 확대 • 2025년 리더십 지원계획 수립
공유와 소통의 기회 확대	• 조직 내 전 임직원이 몰입해야 하는 목표를 공유하는 부문 단위 올핸즈 미팅 The Sync 2025 진행 • 사내 임직원 대상으로 전사 방향성 공유 확대(Companion Day, HR Share, 사내 게시판) • 사내 아이디어 공모전(Open Idea Challenge), N Awards 등 소속 조직을 넘어 자유롭게 의견을 주고받는 사내 아이디어 공유 및 시상 프로그램 확대 • 직군별 소통 기회 확대(2025 Growth Experience SHARE), 공통 스킬 등 직무 전문성 교육 유지

건강한 조직문화를 위한 노력

• 조직문화진단을 통해 식별한 개선과제 뿐만 아니라, 건강한 조직문화를 위한 다양한 프로그램 및 캠페인을 운영 중

팀워크 강화 프로젝트	• 팀네이버 리더십 플러스: 리더와 팀 구성원 간 리더십을 바라보는 관점을 공유하고, 상호 이해도를 높이기 위해 리더십View 전사공유 • 팀플레이@커넥트원: 팀워크 향상을 위한 프로그램으로 2024년 네이버 기준 전체 팀의 51%가 이용 (팀네이버 기준 400팀, 총 4,900명 이용), 2024년부터 팀스포츠 활동(컬링, 양궁 등) 추가
사내 문화 캠페인 시행	• 정보보호, 팀 협업 등과 관련된 권고 사항 이행을 위한 '매너모드' 캠페인 • 반드시 지켜야 하는 원칙 이행을 위한 '이것만은 꼭!' 캠페인 • 워라밸 등 일과 삶의 균형을 위한 '알쓸쉼표' 캠페인

노사 소통 및 노사관계

• 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 임직원의 기본적인 권리를 존중하며, 노사 간의 발전적인 소통을 통한 상생과 협력의 관계를 지향
• 2019년 최초로 노동조합과 단체교섭을 통해 단체협약을 체결한 이후, 2년마다 기존 단체협약 갱신을 위한 새로운 단체교섭 시행
• 2020년부터 매년 임금 교섭을 통해 임직원의 보상 수준에 대한 합의를 진행 중, 임금·단체협약으로 합의된 임금인상 및 복리후생 등 근로조건 관련 사항은 조합 가입 여부와 무관하게 전 임직원에게 동일하게 적용
• '근로자 참여 및 협력 증진에 관한 법률'에 따라 근로자위원, 사용자위원 각각 9명으로 구성된 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)'를 설치하여 임직원과 소통하고 있으며, 2024년에는 네 차례의 정기회의 및 여러 수시회의를 개최해 근로조건, 복리후생 등에 대해 논의

2024년 NVO 정기회의 주요 논의사항

1차	2차	3차	4차
• 사내근로복지기금 신규사업 시행	• 복리후생제도 논의 및 시스템 개선	• HR 리뷰 제도 및 조직문화진단 논의	• 조직문화진단 결과 보고, 기타 지원제도 논의

일·가정 양립 지원 프로그램

• 임직원의 근무 만족도를 높이고 역량을 발휘할 수 있도록 최상의 근무환경과 다양한 복지 혜택을 제공
• 2021년부터 고용노동부가 주관하는 '일·생활 균형 캠페인'에 적극 참여하며, 임직원의 일과 가정의 양립을 돕는 다양한 지원 프로그램 운영

모·부성보호 성과

육아휴직 후 복직자 대상 리보딩 및 네트워킹 프로그램 신규 도입	난임 휴직 및 난임 시술비 지원 신설	임신기 및 육아기 단축 근무 기간 확대

조직문화

복리후생 프로그램

구분			세부내용
업무 몰입 지원	일하는 시간/공간	선택적 근로시간제	• 일하는 시간의 자율성을 임직원에게 부여 • 평일 06시~22시 선택적 근로 시간대에 자유롭게 출퇴근하여 근무시간을 유연하게 활용 가능
		Connected Work 24-25	• 일하는 공간에 대한 선택권까지 임직원에게 부여 • 월평균 주 3일 이상 사무실 출근을 기반으로 하는 'Type_O'(Office-based Work)와 주 5일 재택 가능한 원격 근무를 기반으로 하는 'Type_R'(Remote-based Work) 중 하나를 개인이 자율 선택
	업무 환경	사옥 공기 질 관리	• 먼지 발생을 줄이기 위해 카펫 대신 나무 바닥을 설치하고, 먼지가 쌓이는 천장 마감 최소화 • 실내 적정 습도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리 • 모든 회의실 내부에 CO_2 센서를 설치해 공기의 질을 측정하고, 쾌적한 환경을 유지할 수 있게 관리
		인체공학적 가구	• 전 임직원 대상 인체공학적으로 설계된 고품질 기능성 의자 제공, 희망하는 경우 스탠딩 데스크 지원
		워케이션	• 새로운 공간에서 몰입하며 리프레시할 수 있도록 춘천 네이버 커넥트원, 도쿄 베이스캠프에서 숙식을 제공하며 5일~최대 7일간 근무할 수 있는 환경 지원
	성장/교육	개인 업무지원비	• 업무상 발생하는 통신비, 도서·콘텐츠 구매비, 외부 주차비 등에 활용할 수 있도록 연간 360만 원을 지원
		네이버 서비스이용권	• 네이버에서 제공하는 각종 서비스를 직접 사용해 보고 이해도를 높일 수 있도록 7종의 서비스 이용권 지원
		사내 교육	• Tech Share, Engineering Day, Meetup, S&B Share, NAVER uni 등 직군별 교육 및 리더십 프로그램 지원
		글로벌 어학 및 외부 교육 지원	• 업무 환경의 글로벌 확장에 따라 다양한 방식으로 어학교육을 받을 수 있도록 지원 (연간 240만 원 한도) • 업무와 관련하여 필요한 온/오프라인 외부 교육 참가 비용 전액 지원
	소속감/교류	팀플레이	• 1박 2일간 춘천 네이버 커넥트원에서 팀빌딩을 위한 다양한 프로그램 제공
		사내 동호회(클럽 그리니)	• 취미생활, 봉사활동 등 다양한 주제로 동료들과 네트워킹할 수 있도록 인당 연간 최대 36만 원 지원
		근속 선물	• 근속 10주년, 20주년 선물 및 감사 트로피 지급
		사내 행사	• 정서적 교류 기회 확대를 위한 연사 강연, 연말 전사 행사 및 칭찬과 인정의 문화를 구축하기 위한 사내 시상식 개최
	리프레시	붙여쓰면지원금	• 2일 이상 연속으로 연차 사용 시 하루 5만 원 휴가비 지원
		리프레시 플러스 휴가	• 일정 기간 근무한 임직원들의 재충전을 위해 입사 후 2년 근속 시 연차 외에 유급 휴가 15일 부여되며, 3년 주기로 휴가 부여
		자기돌봄휴직	• 3년 이상 근속 시 자기 개발 및 긴 휴식을 위해 최대 6개월의 휴직 지원
		전용 휴양 시설	• 전국 곳곳에 위치한 네이버 임직원 전용 고급 휴양시설을 매달 추첨을 통해 저렴한 비용으로 제공
건강 지원	식사 및 음료	사내 Café (Juice Bar, Cafe 5, Green Cafe)	• 바리스타가 내리는 신선한 커피부터 생과일 음료 등의 건강 음료를 저렴한 가격에 이용 가능 • 샐러드, 샌드위치 등 포장이 가능한 가벼운 식사 제공
		사내 식당 (B1 Kitchen, Lounge 5, Snack Bar)	• 저염·저칼로리 식사, 프로틴 도시락, 샐러드 등 임직원의 건강을 고려하여, 영양 성분을 균형 있게 맞춘 점심, 저녁 무료 제공 • 매일 저녁에는 가볍게 먹을 수 있는 샐러드 코스 운영
		커피 머신 및 조식 자판기	• 각 층마다 에스프레소 머신, 조식 메뉴(샌드위치, 김밥, 과일 등) 무료 제공

구분			세부내용
가족 지원	몸 건강	상해보험 및 종합 건강검진	• 임직원은 물론 배우자, 임직원의 부모님과 배우자의 부모님, 자녀, 형제·자매까지 상해보험 혜택 제공 • 종합검진은 매년 지원되며, 본인 외 꼭 필요한 가족 및 지인 1명도 격년으로 지원 중
		사내 병원	• 근무 중 갑자기 몸이 좋지 않거나, 건강검진 전후 상담이 필요할 경우 사옥 내 병원에서 전문적인 진료와 상담을 제공하며, 근골격계 및 스트레스성 질환에 대한 물리치료, 전문검사, 예방접종 등을 지원
		사내 피트니스	• 원하는 시간에 자율적으로 운동할 수 있도록 250평 규모의 사내 운동 공간 운영 중 • 전문 트레이너가 상주하여 상시 상담/코칭 가능
		24시간 의료 상담	• 전 세계 어디서든 건강 문제 발생 시, 전용 채널을 통해 전문 의료진 상담 및 긴급 지원 서비스를 제공하며, 상급 병원 예약 서비스도 제공
	마음 건강	심리 상담	• 마음 건강도 전문가의 도움을 받아 관리할 수 있도록, 안심하고 상담받을 수 있는 전문 상담기관과 연계하여 운영. 연 10회까지 상담 비용을 전액 지원하며, 10회 이후에는 회사에서 80%를 지원함. 사내 설치된 심리상담센터는 주 5일 운영 중
		심리 건강검진	• 정기적으로 마음 상태 및 스트레스 수준을 체크할 수 있도록 연 1회 심리 건강검진 지원
	모·부성 보호	난임 시술비 및 난임 휴직	• 임직원 본인 및 배우자가 난임을 겪고 있는 경우, 재직 중 최대 200만 원의 시술비와 6개월 휴직 지원
		사옥 내 임산부 지원	• 임산부의 경우 근무 타입과 관계없이 정기 주차권 지급 및 전용 발레파킹 지원 • 사옥 내 리클라이너 체어와 수유 용품이 구비된 모자유친실 운영
		임신/출산 선물	• 임직원 임신 시 축하금 50만 원 지급 • 임직원 본인 및 배우자 출산 시 출산 경조금 100만 원 및 특화된 출산 축하 선물 지급
		근로시간 단축	• 일·가정 양립에 어려움을 덜 수 있도록 임신기, 육아기, 가족 돌봄 등의 사유로 근로시간 단축 신청 가능
		법정 외 육아휴직	• 법정 휴직 외 추가 1년 휴직 지원
		리보딩 프로그램	• 6개월 이상 육아휴직 후 복직 시 팀과 회사에 잘 적응할 수 있도록 리보딩 서베이 및 면담, 워킹맘&대디 네트워킹 지원
		어린이집	• 서울·경기 지역 6개, 총 613명 정원의 국내 최고 수준의 어린이집 운영
		오픈새러데이	• 가족과 지인들을 사옥에 초대해 회사의 서비스와 일하는 문화를 경험하며 좋은 추억을 만들 수 있도록 지원
	가족 경조사	그린웨딩	• 1784 및 그린팩토리 각 사옥 내에서 결혼식을 진행할 수 있도록 공간 및 시설 지원
		명절 선물	• 연 2회 명절마다 각 40만 원 상당의 네이버페이 포인트 지급
		경조금 및 경조휴가	• 결혼, 출산, 부모님 생신(환갑, 칠순, 팔순, 구순), 사망 등 각종 가족 경조사 발생 시 원활하게 치를 수 있도록 경조 휴가 및 경조금 지원
	생활 안정	대출이자 지원	• 최대 10년간 대출금 한도 최대 2억 원까지, 연 1.5%의 이자를 현금으로 지원
		주식매입리워드	• 네이버 자사주 매입 후 6개월간 보유하면, 연간 200만 원 한도 내에서 매입 금액의 10%를 현금으로 지급
		스톡그랜트	• 전 임직원 대상 연간 1,000만 원 상당의 주식 부여(~2025.01)

*색상 표시는 임원, 정규직, 계약직을 포함한 전 임직원 대상

조직문화

사내 다양성

여성 인재

- 2022년 네이버는 사내 여성 리더십 비중의 꾸준한 상승과 다양성 및 여성 리더십 리딩 기업으로 자리매김하기 위해, 향후 3년간(2023-2025) 국내 평균 여성 관리자 비중 대비 매년 10% 이상 상회하는 중장기 목표를 수립
- 매년 통합보고서를 통해 목표 달성 여부와 그 과정에서의 노력(복리후생, 리더십 지원 및 교육, 일과 삶의 밸런스 관련 제도 운영 현황 등)을 투명하게 공개하고 소통

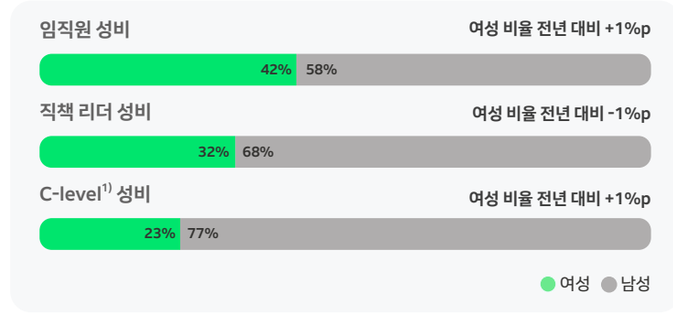
여성 리더십 관련 중장기 목표 연도별 성과

	2022	2023	2024
고용노동통계 여성관리자 비율	21.75%	22.11%	발표 예정
네이버 여성 직책 리더 비율	30%	33%	32%
현황	'국내 평균 대비 10% 이상 상회' 목표 수립 및 공개	10% 이상 상회 달성	2025년 하반기 확인 가능

목표 수립 배경

- 국내 평균 여성 관리자 비율을 준거 기준으로 적용해 국내 노동시장 및 고용 상황을 모니터링하고, 이를 기준으로 지속적으로 선도적이고 능동적인 여성 리더십 관련 목표와 전략을 수립하고자 함
- 목표 수립 당시인 2022년 기준 네이버 여성 관리자 비율은 30%였으며, 고용노동부 <고용노동통계> 기반 전국 여성 관리자 비율은 21.75%로, 네이버는 전국 평균치를 약 8.25% 상회하였음
- 이에 여성 리더십을 강화하고, 이를 통한 기업의 장기적 성과와 사회적 가치 제고를 목적으로 향후 3년간(2023-2025) 사내 여성관리자(직책리더 이상) 비율을 국내 평균치 대비 10% 이상 상회하는 진취적인 중장기 목표를 수립
- 국내 평균 여성 관리자 비율은 2019년 19.76%에서 2023년에는 22.11%로, 목표 수립 시점 직전 5개년 연속 상승한 점을 고려해 최종 목표 시점인 2025년까지 또한 매년 상승할 것으로 예측하고, 국내 평균치를 일정 규모 지속 상회하는 진취적인 목표 달성을 위해 국내 IT 선도 기업으로서 여성 리더십 수준이 지속 제고될 수 있는 업무 환경 조성을 위해 노력 중
- 그 결과 목표 수립 후 첫 해인 2023년, 기준점인 국내 평균치를 약 11% 상회하며 3개년 중 첫 해 목표 달성

직급별 성비



1) 사내이사, 글로벌 투자 책임자 (Global Investment Officer), 부문장, Global Advisor, 최고재무책임자 (Chief Finance Officer), 최고운영책임자 (Chief Operating Officer) 포함

- 고용 실적 외에도, 2024년 기준 여성 직책 리더의 절반 이상(57%)이 자녀 양육을 병행 중이며, 2024년 출산휴가 사용자 중 자발적 퇴직자를 제외한 사용자 100%가 출산휴가 후 업무 복귀 완료
- 2024년 조직문화진단 내 '다양성과 포용[2)]' 차원의 긍정 응답률은 평균 75%로, 조직문화진단 첫 시행 연도인 2021년 대비 23%p 상승(3개년 연속 상승)
- 신규 입사자 채용 과정에서도 우대사항 외에는 최소한의 정보를 수집하고 있으며, 채용 프로세스 경험 리뷰 과정에서도 다양성 측면의 개선 활동을 지속적으로 수행

2) 임산부와 장애인 등에 대한 회사의 제도적 지원, 여성 및 다양한 배경을 지닌 리더십 육성, 공정하고 일관성 있는 정책 시행 등에 대한 질문 포함

2024
아시아경제 양성평등지수 여성가족부 장관상 수상

외국인 임직원

- 사내 외국인 임직원 네트워킹 세션과 Global Lunch 제도의 운영을 통해, HR 담당자와 외국 국적 임직원이 함께 식사하며 회사 생활에 대한 지식과 경험을 공유하고 조직문화와 근무 환경에 대한 의견을 나눌 수 있는 자리를 지원
- 2024년 12월 Global Gathering Session을 통해 네이버 소속 외국인 직원들의 의견을 청취하고, 한국 생활 팁을 공유하며 외국인 직원 그룹의 소속·유대감을 느낄 수 있도록 지원

장애인 임직원

- 2020년 설립된 자회사형 장애인 표준사업장 '네이버핸즈'는 설립 당시 장애인 임직원 21명으로 시작한 이래 발달장애인 채용을 확대하여 2024년 12월 기준 54명의 직원이 근무함

네이버핸즈
- 중증 장애인이 실제로 수행할 수 있는 직무를 지속적으로 발굴하여 카페, 브랜드스토어, 꽃집, 편의점, 커넥트라운지 등 7개 직무에서 정규직으로 근무
- 중증 장애인이 능동적·독립적으로 업무를 수행할 수 있도록 직무별 상세 매뉴얼을 개발하고 교육을 통해 전달하는 체계적인 업무 프로세스를 수립 및 운영
- 네이버 사옥 1784 사내 편의점에서는 발달장애 사원이 사옥 내 인공지능(AI) 자율주행 로봇 '루키'를 이용해 직원들에게 물품을 배달하는 등 다양한 형태의 상호작용 및 업무경험 지원
- 입사 초기 회사 생활에 대한 전반적인 안내 및 법정 교육 등을 실시하고, 쉬운 말로 제작된 교육 자료를 제공하여 안정적인 업무 적응 지원

- 웹 접근성 컨설팅을 수행하는 자회사형 장애인 표준 사업장 '엔비전스'에는 2024년 12월 기준 시각장애인 근로자 22명과 발달장애인 1명이 근무 중

엔비전스
엔비전스 대표 2024년 제 44회 장애인의 날 기념식 국무총리 표창 수상 (시각장애인의 직업영역 확대 및 인식 개선에 공헌)

조직문화

안전·건강한 업무환경

산업안전보건위원회

• 산업안전보건위원회는 매 분기 정기회의를 개최하여 안전보건 점검 활동과 결과, 관련 조치의 적절성 및 효과성을 근로자대표 및 위원과 함께 검토하고 있으며, 논의 결과는 사내 게시판을 통해 전 임직원에게 공지

2024년 산업안전보건위원회 주요 논의사항

1분기	2분기	3분기	4분기
• 위험성 평가 중장기 개선관리 • 건강진단기관 확대 등	• 사옥 안전보건 점검 • 근골격계질환 예방도구 도입 등	• 위험성 평가 운영기준 개선 • 안전보건경영시스템 구축 및 운영 등	• 위험성 평가 결과 • 2025년도 안전보건계획 수립 등

유해·위험관리

• 임직원의 안전 확보 및 건강 유지·증진을 위하여 잠재적인 리스크를 식별하고 평가하여, 위험성에 대한 개선·완화 조치를 이행하는 활동
• 임직원 참여 중심의 활동으로, 정기적으로 업무가 수행되는 '일상업무'와 한시적이거나 특별한 사유로 수행되는 '비일상업무'로 분류하는 기준 추가
• 유해·위험요인 식별 과정에서 근무량, 근무시간, 괴롭힘 및 따돌림 등 사회적 요인을 함께 고려하는 프로세스 추가

위험성 평가 프로세스

1 사전준비 → 2 유해 위험요인 파악 → 3 위험성 결정 → 4 위험성 감소대책 수립 및 실행 → 5 위험성 평가 결과 안내 → 6 위험성 평가 사후관리

동일재해 발생 예방

• 동일재해 방지를 위해 재발방지대책 수립과 개선관리 계획을 포함한 사고보고서 작성
• 사고보고서에는 사고내용과 함께 재발방지를 위한 담당부서, 개선결과, 위험성 평가 결과를 작성하여 실제 개선 여부까지 확인
• 사업장 내 비상신고 채널을 통해 사고 발생 시 적절한 대응과 함께 피해 정도를 최소화

비상대응훈련

• 임직원 건강과 안전을 위해 주기적으로 교육 및 훈련 실시

파트너(협력사) 합동 화재예방·대응	네이버 1784 및 그린팩토리에 상주 중인 파트너사를 대상으로 합동 화재예방·대응 훈련 실시
	동절기 화재예방 교육과 함께 대피 동선 숙지, Emergency KIT·BOX 용품 및 소화기 사용 방법 숙지를 목적으로 164명 참여
	2024년 리뉴얼된 그린팩토리 입주 이후 처음 실시된 합동 대피 훈련으로, 개정된 소방계획서에 따라 임무를 수행했다는 점에서 의의

산업재해 통계[1)]

	단위	2022	2023	2024
산업재해 인원	명	2	2	0
산업재해율	%	0.04	0.05	0.00

1) 산업안전보건법 제57조 제3항 및 같은 법 시행규칙 제73조에 따른 산업재해 조사표 기준에 기반해 산출

조직문화

건강증진 프로그램

• 임직원의 건강관리를 위한 다양한 건강증진 프로그램 실시

1 튼튼사원 프로그램	2 건강검진 상담 프로그램	3 반듯사원 프로그램	4 노담사원 프로그램	5 건강증진 캠페인
• 진료상담, 영양상담 및 운동치료로 구성된 전문의의 다학제적 치료 제공 • 식습관 및 운동 습관 미션을 통한 체중 감량 및 만성 질환 관리	• 체계적인 건강검진 항목 설계 및 건강상담을 통한 사후관리 프로그램 • 건강검진 결과에 대한 전문의의 체계적인 관리를 통한 건강한 직장생활 지원	• 건강한 근무환경 조성 및 근골격계 질환 예방을 위한 근무자세 점검 및 개선 프로그램 • 근골격계 통증 예방을 위한 개인별 근무 환경 체크 및 스트레칭 가이드 제공	• 부속의원 진료를 통한 전문의약품 처방 및 금연치료 가이드 제공	• 임직원의 건강 인식을 높이고 올바른 생활습관을 실천할 수 있도록 다양한 캠페인 활동 운영

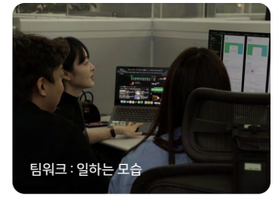
마음 건강 케어 지원

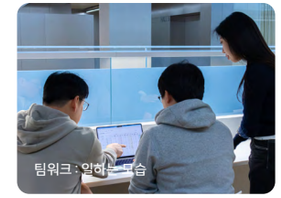
• 임직원이 마음 건강 케어 전문가의 도움을 받고, 정기적인 심리 건강검진을 진행해
마음 상태를 체크해볼 수 있도록 참여자 익명 보호 원칙의 심리상담 및 심리 건강검진 프로그램을 지원
• 2022년 8월 정식 오픈한 사내 심리상담센터 '마음충전소'는 수요 조사 및 의견 청취를 통해 지속적으로 고도화
• 임원, 정규직, 계약직(휴직자 포함) 본인을 비롯해, 가족도 혜택을 누릴 수 있도록 지원 대상을 확대
• 회사와 연계된 총 5곳의 전문 상담기관과 사내 심리상담센터 '마음충전소'(1784, 그린팩토리) 운영
• 연 1회 전 임직원 대상 심리 건강검진 지원

공유와 소통의 기회 확대 : 컴패니언데이

공유와 소통의 기회 확대 : 코드데이

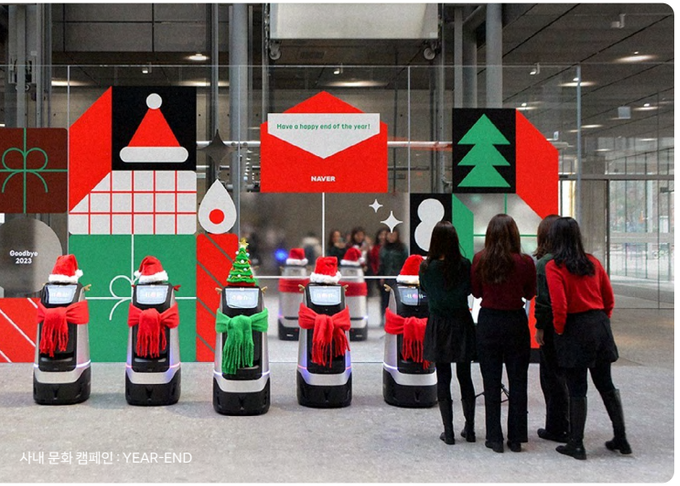
공유와 소통의 기회 확대 : OIC, N AWARDS


팀워크 : 일하는 모습


팀워크 : 일하는 모습

가족지원 : 오픈세러데이

가족지원 : 오픈세러데이



사내 문화 캠페인 : YEAR-END

팀워크 강화 : 팀스테이

사내 문화 캠페인 : 그리니데이

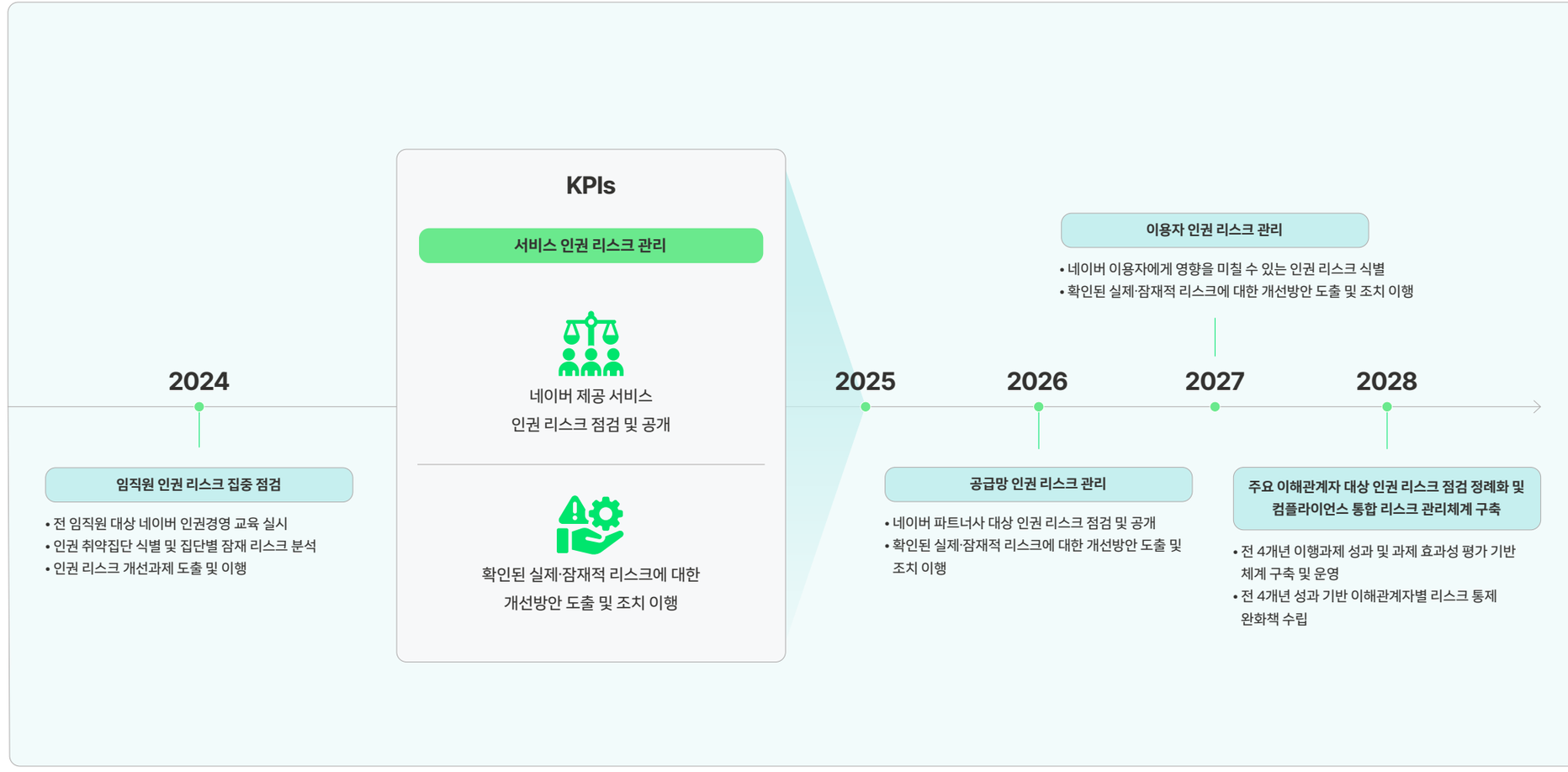
공유와 소통의 기회 확대 : 네이버다움 전시

인권경영

네이버는 인권경영 전담 조직인 'Human Rights'를 2022년 신설한 이후 인권경영 정책 관리, 인권실사 실시, 고충처리 메커니즘 강화 등을 통해 네이버의 인권경영 체계를 공고히 해 나가고 있습니다. 특히 인권에 취약한 분야를 사전에 식별하고, 발견된 부정적 이슈에 대해서는 선제적인 개선조치를 함으로써 리스크 예방에 힘쓰고 있습니다.

네이버는 앞으로도 꾸준한 인권경영체계 강화를 통해 연결된 이해관계자의 인권을 존중하고, 보장할 수 있도록 노력하겠습니다.

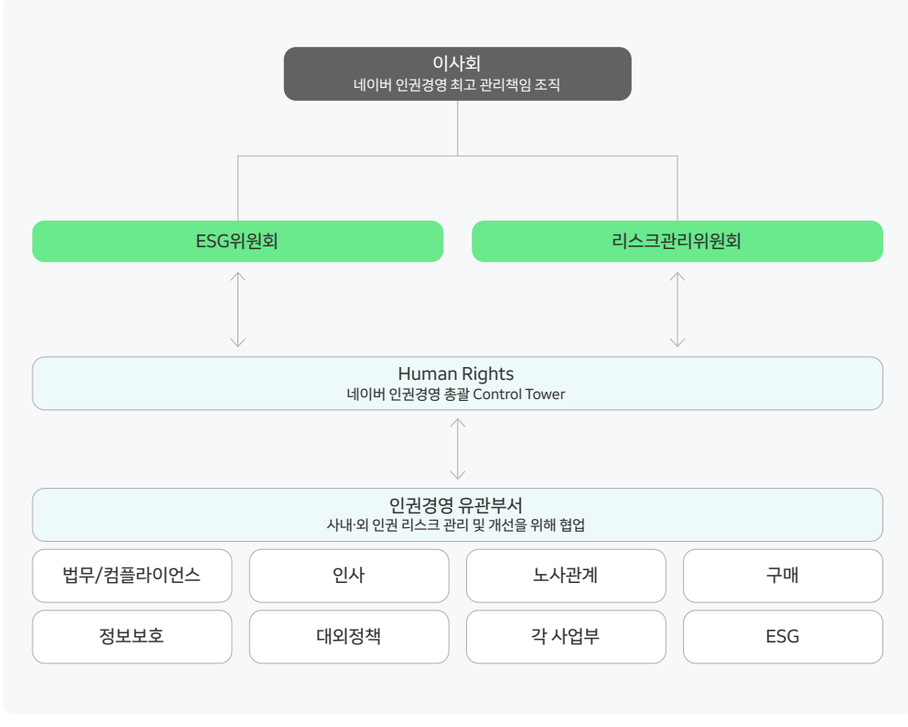
Target



인권경영

관리 및 감독

- 이사회 직속의 Human Rights는 네이버 내 인권경영 전담 부서로 인권경영 정책, 인권 존중 내재화 및 인권 실사, 구제 및 고충처리제도 등 전 영역에서 인권경영의 내재화를 실천
- Human Rights는 이사회 내 ESG위원회와 리스크관리위원회에 인권경영 추진 경과를 보고
- 인권경영 유관부서는 인권 관련 현안 발생 시 부정적 인권 영향에 대한 예방, 완화 및 구제 방안을 Human Rights와 함께 검토하고, 인권경영 개선과제를 이행



정책 및 체계

네이버 인권경영 정책

- 국제 인권 규범에 기반한 10대 기본원칙, 인권경영 거버넌스, 인권 리스크 관리체계, 고충처리 프로세스로 구성되어 있으며, 이는 국내외 전 사업장의 임직원에게 적용
- 국제사회에서 만장일치로 승인된 유엔 기업과 인권 이행 원칙(UNGPs, United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights), 유엔 글로벌 콤팩트(UNGC, United Nations Global Compact) 10대 원칙, 세계인권선언(UDHR, Universal Declaration of Human Rights), 국제노동기구(International Labour Organization) 협약, 경제협력개발기구 다국적기업 가이드라인(OECD Guidelines for Multinational Enterprises) 등 국제 인권 규범에 기반해 수립
- 대표이사의 최종 승인을 거쳐 임직원, 파트너, 이용자를 아우르는 인권 존중 실천 및 확산에 대한 의지와 중요성을 대외적으로 표명
- 임직원 외에도 네이버 인권경영의 주요 이해관계자인 파트너 및 서비스 이용자가 본 정책을 통해 네이버의 인권경영 기본원칙을 이해하고 함께 실천할 수 있도록 지원
- 2024년 네이버 전 임직원을 대상으로 인권경영 정책 기반의 인권교육을 실시하여 인권경영 전반에 대한 임직원의 이해도를 제고하고, 적극적인 참여와 공감대를 형성

인권경영 이해관계자 및 10대 기본원칙

10대 기본원칙

1. 아동노동 및 강제노동의 금지
2. 차별 금지
3. 직장 내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 금지
4. 결사 및 단체교섭의 자유 보장
5. 근로조건 준수
6. 안전한 산업·근무환경 보장
7. 책임 있는 공급망 관리
8. 고객·이용자 권리 보호
9. 다양성, 형평성 및 포용성 존중
10. 환경 보호 노력

인권경영

인권 리스크 관리

• 네이버의 임직원, 구매 파트너(협력사), 서비스 이용자, 지역사회 등 네이버 비즈니스 활동 전 단계에 걸쳐 직·간접적으로 영향을 받는 이해관계자 그룹을 파악하고 그룹별 체크리스트를 마련해 중점관리 대상을 파악

인권 리스크 관리 프로세스

2024년 주요 이해관계자별 인권 위험

주요 이해관계자	연관 인권 위험 (선정 근거)	상대적 위험 수준	상세 리스크 평가 Tool
임직원	• 인구학적 특성(성별, 국적, 장애 등) 기반 차별 • 직장 내 괴롭힘 및 성희롱 관련 타사 사례 증가 • 일·가정 양립 저해 • 근로환경 및 조건 • 고충처리 접근성	●●●	• 인권영향평가 • 초점 집단 인터뷰 (focus group interview)
이용자	• 고객 개인정보 및 사생활 침해 • 유해·불법 컨텐츠 • 접근성 취약 • 이용자 불편 및 불만	●●○	• 개인정보영향평가 • UGC 모니터링 프로세스 • 네이버 전 서비스 대상 접근성 진단 • 서비스 문제점 및 이용자 VOC 분석
파트너 (협력사)	• 근로환경 및 조건 • 조직문화	●●	• 그린 파트너 정기 ESG 리스크 평가 • 필요 기반 공급망 실사

인권경영

2024년 중점 개선과제 이행 성과

• 2022-2023년도 상세 리스크 평가 툴을 통해 파악한 네이버 임직원 대상 주요 리스크로는 고충처리 프로세스에 대한 신뢰성 및 실효성 저하 가능성(2022년), 상대적 소수 임직원의 잠재적 소외가능성(2023년)이 식별되었으며, 2024년 이러한 주요 리스크 경감을 위해 개선 조치를 이행함

개선과제

• 임직원의 사내 고충처리 채널 효용성 인식 제고
• 직장 내 괴롭힘 발생 시 회사 조치 수행 및 신고 시 불이익 처우 금지에 대한 임직원의 신뢰도 개선

2024년 조치 내용

① 심리상담채널 확대

- 사내 심리상담센터 확대 운영 (1784 마음충전소 운영일을 기존 주 3일에서 주 5일로 확대 및 그린팩토리 마음충전소 2개소 신규 운영)

② Human Rights 조사 프로세스 강화

- Human Rights 조사 기준 문서화를 통해 괴롭힘, 성희롱 관련 내부 고충처리 절차 정립
- 신고·제보자 및 피해자에게 조사 진행 경과 수시 안내, 심의 전 의견 청취 절차 진행, 심의 후 조치 결과 통보하여 조사에 참여하는 임직원의 심리적 안정 유도

③ 특별 지원 대상자 심리상담 우선 지원

- 괴롭힘·성희롱 등 피해자 및 기타 필요하다고 판단될 경우, 기존 1년간 횟수 무제한의 무료 상담 및 우선 예약권 부여

효과성

• 2024년 4분기 임직원 설문조사를 통해 사내 직장내 괴롭힘과 성희롱·성폭력 예방 및 대응에 대한 임직원의 긍정 인식이 전년 대비 상승함을 확인함
- 충분한 예방교육 제공: **82% (전년 대비 +5%p)**
- 사건 발생시 회사 조처에 대한 신뢰 : **70% (전년 대비 +7%p)**
- 신고에 따른 불리한 처우 금지 : **76% (전년 대비 +6%p)**

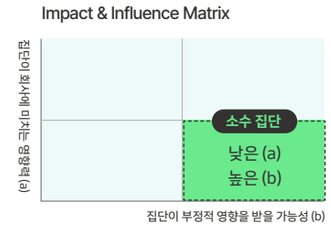
개선과제

• 잠재적 인권 리스크에 취약하거나 노출될 수 있는 집단 정의 및 식별

2024년 조치 내용

① 네이버 잠재적 리스크 집단 정의 및 식별

• 네이버는 인권 실사의 일환으로, 2023년 수립한 계획에 따라 임직원 중 인권에 상대적으로 취약할 수 있는 소수 집단에 대한 인권영향평가 계획 수립
• 소수 집단이 회사에 미치는 영향력은 제한적인 반면, 회사로부터 부정적인 영향을 받을 가능성은 높을 수 있기에 집중적으로 해당 집단에 대한 인권영향평가를 진행



• 소수 집단 선정 과정에서는 권리 주체인 근로자 집단별 지위, 특성, 과거 사건, 사회적 이슈, 문화적 요인, 업무 환경 및 특수성 등 다양한 요소를 고려
• 식별된 소수 집단은 임신·출산·양육기 여성, 장애인, 외국인, 개발자 중 소수 직군, 일정 기준 이상 초과근무 경험 근로자 등을 포함

② 초점집단 인터뷰(FGI) 실시

• Step 0. 취약집단에 대한 Focus Group Interview(이하 FGI)를 외부 전문기관과 협력하여 실시, UNGPs 제18조의 '유의미한 참여'를 충족하고자 노력하며 주요 인권 이슈를 도출
• Step 1. 네이버 특성과 소수 집단의 주요 쟁점을 반영하고 국제 가이드라인을 참고하여 예상 질문지 작성
• Step 2. 각 소수 집단 별 2~4명을 무작위로 선정하여 FGI 실시, 국제 기준에 부합하는 FGI 절차를 고려하여 보복금지, 비밀유지, 익명성 보장 원칙을 준수하며 진행
• Step 3. FGI 결과 분석 및 주요 인권 이슈 도출

③ 인권 리스크 별 세부 개선과제 도출 및 이행

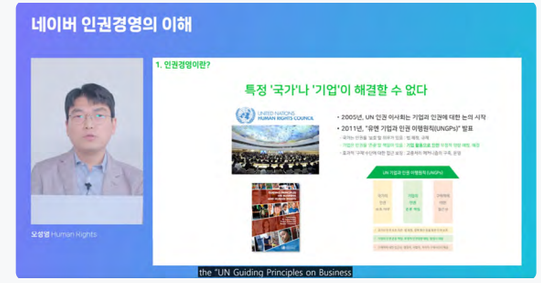
• FGI 결과, '임신, 출산, 육아기 임직원 보호', '외국인 임직원의 사내 제도 접근성'과 관련한 리스크를 식별하고, 리스크별 심각성 및 발생가능성 두 차원을 고려하여 제3자 전문 자문을 통해 리스크별 개선과제를 도출함

효과성

• 2024년 말 초점집단 인터뷰를 통해 파악한 상세 리스크 별 개선과제를 이행 중 혹은 이행 완료하여 2025년 중 효과성 평가 실시 예정

인권 인식 제고

• Human Rights는 네이버 임직원에게 인권경영 정책을 내재화하고, 인권에 대한 인식을 제고하기 위한 목적으로 사내 교육 플랫폼 NAVER uni를 통해 네이버 전 임직원을 대상으로 '네이버 인권경영의 이해'라는 주제의 온라인 교육을 제작하여 제공
• 외국인 임직원을 포함한 네이버의 전 임직원이 인권교육 내용을 이해할 수 있도록 영어 자막 제공



교육 구성

인권경영이란?	인권과 인권경영의 정의, 인권경영의 필요성과 타사 사례 소개
네이버의 인권경영	네이버 인권경영 정책 소개
고충처리 메커니즘	네이버 고충처리 체계 및 절차 소개

• 매년 말 진행되는 직장 내 성희롱·괴롭힘 예방 교육 및 장애인 인식 개선 교육은 다양한 포맷을 활용하여 효과적인 교육을 제공하고 있으며, 그중 리더 이상 관리자를 대상으로는 별도의 오프라인 교육을 실시

외부 이해관계자 대상 인권 인식 제고 활동

• 세계인권선언 기념일(12월 10일)에 기념일 배너를 네이버 메인화면에 노출하여 대중의 인권 인식 제고에 기여

인권경영

인권 고충처리 프로세스

- 인권 고충사항이 발생한 경우 임직원 및 이해관계자 누구나 회사에 신고 또는 상담할 수 있도록 다양한 인권 고충처리채널 운영
- 신고·제보 또는 조직문화진단 등 다양한 고충채널을 통해 인권 관련 이슈가 확인되면, 우선 Human Rights에서 기초적인 사실관계를 확인하고 조사 필요시 내부 전문가 조사를 통해 해결책을 도출하며, 해당 내용은 이사회 또는 위원회에 보고
- 조사 과정에서 필요하다고 판단될 경우, 특별지원대상자로 선정하여 1년간 무료 사내 심리상담 우선예약 및 횟수 무제한 지원
- 처리 결과는 접수된 제보 채널을 통해 신고자에게 통지되며, 임직원 교육 및 제도개선 등 재발 방지 방안을 수립 후 실행하고, 지속적인 모니터링 수행

직장 내 괴롭힘·성희롱 관련 고충처리 프로세스

상담·신고 접수	조사	사실관계 확정 및 심의 상정	징계 심의 및 후속조치
성희롱, 괴롭힘 발생 시 아래의 채널을 통해 상담·신고가 가능하며, 상담 · 신고 접수 시에는 제보자의 의사에 따라 익명[1] 및 기명 접수가 모두 가능	성희롱, 괴롭힘 행위에 대한 피해자 보호조치 및 정식 조사	사안에 대한 사실관계 확정 및 법률 검토 의견을 도출하여 징계 심의 상정	징계심의위원회에서 징계 심의, 징계 양정, 후속조치 결정
With U 직장 내 괴롭힘, 성희롱 전담 상담·신고 채널	**피해자 보호 조치** 피해직원의 의사에 따른 행위자 분리, 근무장소 변경, 배치전환, 유급휴가 명령 등	**노동조합 의견 청취** 괴롭힘 사안의 경우, 조사 사안에 대해 노조 의견 청취	• 대표이사를 포함한 3인 이상으로 구성된 사내 징계심의위원회에서 징계 심의 및 양정 판단
kNock 기업윤리 전반 상담·신고 채널 (괴롭힘, 성희롱 상담, 신고 포함)	'피해 근로자 등'이 요청하는 경우 특별지원대상자로 선정하여 1년간 무료 심리상담 우선예약 및 횟수 무제한 지원		• 징계처분 결정에 따른 행위자 후속 조치 진행
Human Rights Hotline Human Rights 직접 제보 채널			
NVO 고충상담 노사협의회 고충 접수 채널	**정식 조사 진행** • 이사회 산하 조사 전담 기구(Human Rights) 내부 전문가의 객관적이고 신속한 조사 진행		
심리상담센터 사내 심리상담 또는 외부 심리상담을 통한 접수	• 피해직원, 참고직원, 행위자 면담 시행		
Integrity Code 서베이 사내 윤리규정 준수(Integrity Code) 서베이를 통한 괴롭힘·성희롱 의심 제보 확인	• 조사 과정에 참여한 모든 관련인에게 비밀유지서약서 징구[2]		

1) 익명으로 상담·신고할 경우 직접 실명을 밝히기 전까지 담당자도 접수자의 신원 확인이 불가한 철저한 익명 보장 구조
2) 비밀이 누설되지 않도록 조사자는 조사에 참여하는 모든 관련인에게 사전 비밀유지 의무를 고지하고 비밀유지서약서를 징구. 비밀유지의무를 위반할 경우 회사에서는 이를 근거로 징계 조치할 수 있음

이해관계자 대상 인권 고충처리 채널

kNock
- 사내 통합 채널인 'kNock'는 회사의 기준과 제도에 대해 자유롭게 상담할 수 있는 채널
- 임직원이 kNock에 고충사항을 접수하면, 분야별 담당자가 문의사항에 대한 상세한 설명을 제공하고 나아가 회사의 제도나 기준의 개선점을 도출

With U
- 직장 내 괴롭힘·성희롱에 특화된 채널
- 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 임직원은 With U를 통해 익명으로 신고할 수 있으며 채널을 통해 접수된 건은 인권경영 전담 부서인 Human Rights에서 사실 확인 및 정식 조사를 수행

Human Rights 핫라인(Hotline)
- Human Rights 직통 신고 및 제보 채널
- 직장 내 괴롭힘 또는 성희롱을 경험하거나 이를 목격한 임직원은 kNock, With U 등의 신고채널을 통하지 않고도 Human Rights에 직접 신고 및 제보를 가능하게 하는 핫라인으로, 접수된 건은 Human Rights에서 사실 확인 및 정식 조사 수행

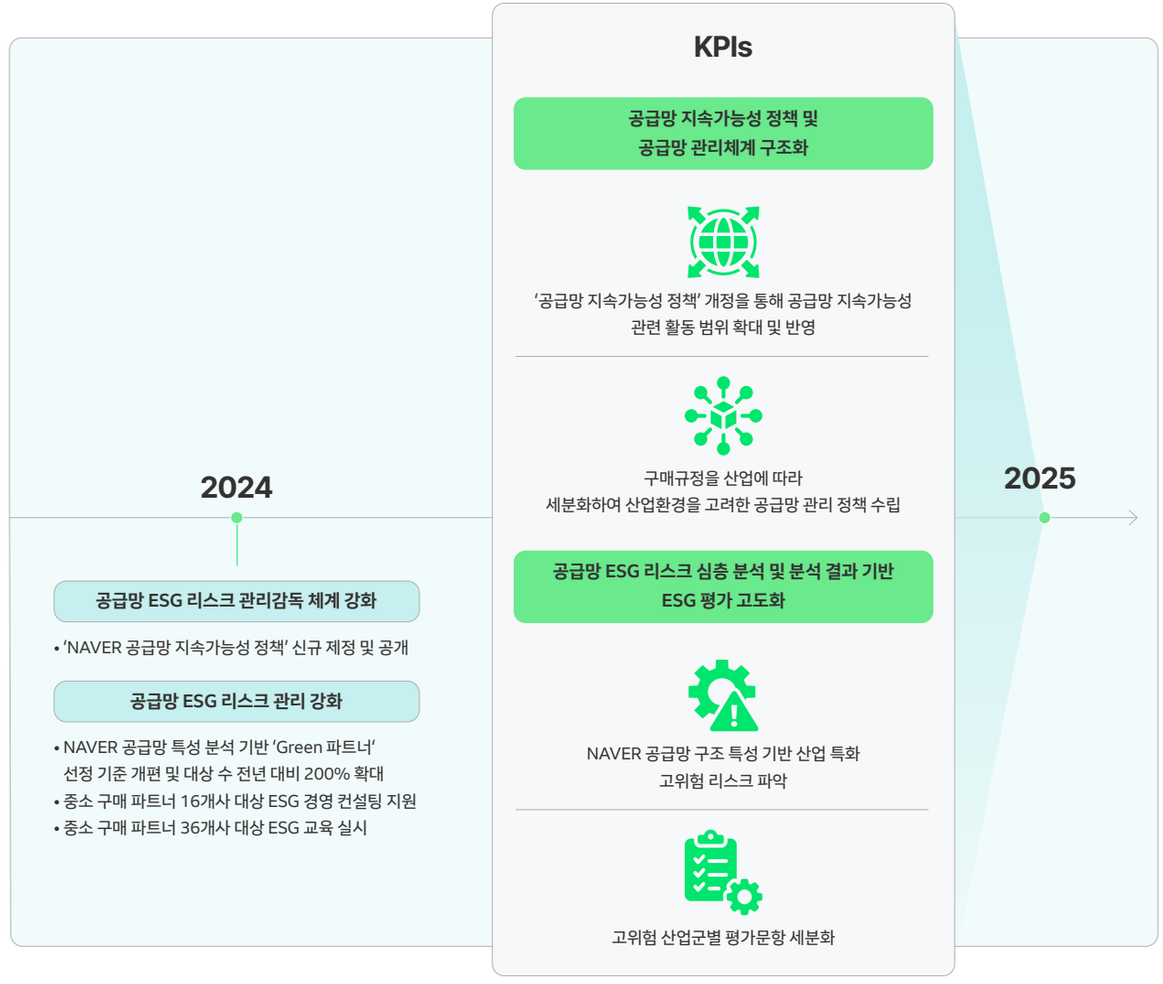
NVO 고충상담
- 노사협의회 'NVO(NAVER Valuable Opinion)'가 운영하는 고충상담 게시판으로 '근로자참여 및 협력 증진에 관한 법률'에 따라 설치
- NVO 근로자위원 중 3인이 운영하고 있으며, 일반 게시판을 통해 공개적으로 건의하기 어려운 고충을 접수하는 역할 수행
- 협의회 위원들은 접수된 고충을 경영진, 담당 부서 등에 전달하고 이를 바탕으로 사내 제도 개선 필요사항 논의

기업윤리상담센터
- 365일 24시간 운영되며 이해관계자 누구나 네이버 및 계열사 임직원의 기업윤리 위반으로 발생한 인권침해 고충을 접수해 상담 가능한 채널
- 네이버 및 계열사 임직원의 지위를 이용한 부당한 요구, 기타 부정 또는 비위 행위 등에 대해 신고 및 상담 가능
- 2024년에는 총 26건의 제보가 접수되었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리 완료
- 상담자의 신분 및 상담, 신고 내용은 관련 법령 및 사규에 따라 철저히 보호

공급망

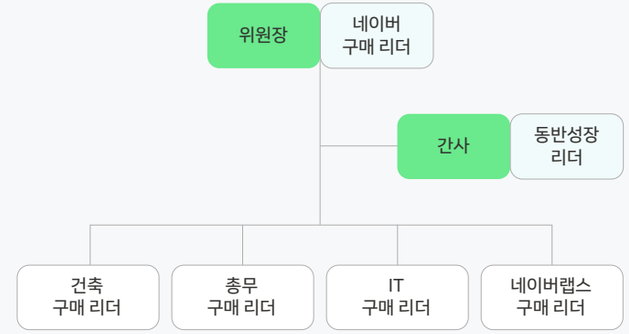
네이버는 자원, 용역, 제품을 공급하는 협력사인 구매 파트너의 지속적인 성장을 모색하고, 공급망 내 리스크를 관리하기 위해 2023년 공급망 지속가능성 리스크 평가 체계를 도입하였습니다. 이어 2024년에는 공급망 지속가능성 정책을 제정하고 공급망 특성을 조사, 분석하여 네이버만의 구매 파트너 관리체계를 유기적으로 발전시켰습니다. 또한 구매 파트너의 ESG 경영 참여를 유도하기 위해 효과적인 인센티브를 발굴하는 등 구매 파트너와 네이버가 함께 성장하는 생태계를 만들고자 노력하고 있습니다.

Target



관리 및 감독

- 이사회 내 ESG위원회에서 공급망 ESG 활동 성과 검토 및 심의
- 구매 부서장의 주관 하에 네이버 주요 계열사를 포괄하는 구매심의위원회를 매주 1회 운영하여 공정거래 및 동반성장 관련 주요 이슈 심의 및 점검
- 동반성장 및 법무 부서에서도 공급망 공정거래 리스크 관리와 주요 이슈 대응 지원



*네이버 주식회사 및 주요 계열사 포괄

공급망

정책 및 체계

공급망 지속가능성 정책

- 공급망 전반의 ESG 리스크를 최소화하고 네이버와 구매 파트너(협력사)가 상호 동반성장 할 수 있는 체계를 구축하기 위한 목적에 따라 제정
- 계열사 포함 네이버 임직원 및 공급회사와 하도급 거래회사에 적용
- 기본 원칙(요약):

1) 인권경영
모든 형태의 근로자 인권을 보호하고 존엄성 보장 (강제노동 금지, 차별 금지, 근로조건 준수 등)

2) 안전경영
모든 업무에서 근로자의 안전보건 보장 (잠재적 안전 위험요인 제어, 비상대응관리, 커뮤니케이션 등)

3) 환경경영
자연환경 보존에 기여 (에너지 소비 절감, 온실가스 배출 저감, 순환경제 촉진 등)

4) 윤리경영
공정거래 원칙 및 현지법규 준수 (부패행위 금지, 개인정보 및 지적재산 보호 등)

공급망 ESG 리스크 관리

- 구매 파트너 선정, 계약 체결 전후 등 여러 거래 프로세스에서 ESG 리스크를 점검하여 공급망 ESG 리스크 관리 범위를 확장
- 네이버의 사업 추진에 중요한 역할을 수행하고, 지속가능한 공급망 구축을 위해 협력이 필수적인 주요 구매 파트너를 선정해 중점 관리하는 'Green 파트너' 제도를 운영

공급망 ESG 리스크 관리 프로세스

시점	1. 구매 파트너 선정 시	2. 계약 체결 시	3. 계약 이후	
목적	• 구매 파트너 선정 단계에서 예비 구매 파트너의 ESG 리스크 사전 파악	• 네이버가 지향하는 공급망 ESG 방향성에 대한 구매 파트너의 이해와 동참 도모	• 네이버 공급망에서 비롯될 수 있는 ESG 리스크 사전예방 • 구매 파트너의 ESG 경영 및 관련 이슈 대응 역량 지원	
리스크 관리 프로세스	예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트	지속가능경영 실천협약서 서명	Green 파트너 대상 ESG 리스크 평가 및 결과 기반 실사	중소 규모 기업 구매 파트너 대상 ESG 경영 지원
	• 신규 거래 등록 희망 회사는 계약 전에 파트너 등록 및 관리 시스템인 PATH(Partner Agreement Transaction Hub)를 통해 '예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트' 실시 **예비 구매 파트너 대상 ESG 진단 체크리스트 기반 항목** • ESG 영역 관련 법률 • 네이버 윤리규범 Integrity Code • 네이버 지속가능경영 실천협약서 • ESG 성과가 우수한 파트너의 경우, 경쟁입찰에서 ESG 평가항목 우수 제안 시 가점 부여, 제안 요청 대상자 우선 고려 등 인센티브 제공	• 네이버 지속가능경영 실천협약서를 신규 계약 및 재계약을 포함하는 모든 계약 유형에서 요구 • 협약서를 통해 네이버의 구매 파트너에게 기대되는 인권·노동, 안전보건, 환경, 윤리 분야의 운영 관행을 제시하고, 서약	• 연간 거래 규모와 거래 빈도, 공급망 영향력, 지속가능성 측면 중요도 등에 기반해 공급망 내 주요 구매 파트너인 'Green 파트너' 선정 • Green 파트너 대상 정기 ESG 리스크 평가를 실시하여 인권·안전·환경·윤리 4개 영역에서의 잠재·실제 리스크를 진단하고, 리스크 식별 시에는 개선할 수 있도록 조치 **ESG 리스크 평가 항목** **인권경영**: • 강제노동 및 아동노동 금지 • 인도적 대우 • 근로조건 준수 • 제품·서비스 인권 영향 관리 **안전경영**: • 산업안전 • 안전보건 교육 **환경경영**: • 온실가스 저감 • 순환경제 촉진 • 녹색구매 **윤리경영**: • 운영 투명성 • 개인정보보호 • 지적재산권 • 부패방지 • 정보 공개 • 평가 결과, 중대한 리스크가 식별된 '개선 필요(FLAGGED)' 등급 Green 파트너 대상으로는 실사, 심층 질의 등 방법으로 Green 파트너와 함께 리스크 개선 방안을 논의하고 개선 현황을 지속 점검 • '우수(ADVANCED)' 등급 중소 Green 파트너는 공정거래 협약사 선정 시 우선 고려 등 인센티브 부여 • ESG 리스크를 효율적으로 관리 중인 구매 파트너를 대상으로 ESG 지수 평가를 포함한 입찰 시 가산점 부여	• 온·오프라인 ESG 교육 • 온라인 ESG 자가진단 상시운영 • ESG 컨설팅 서비스 상시운영

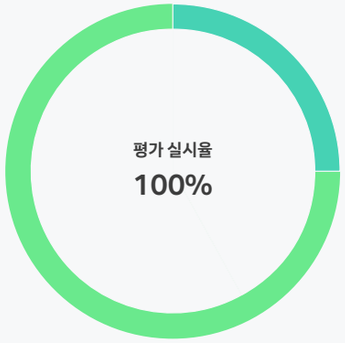
공급망

2024년 정기 ESG 리스크 평가

- 공급망 전반에 네이버의 ESG경영을 확산하기 위해 주요 구매 파트너인 'Green 파트너'의 잠재·실제적 ESG 리스크를 진단하고, 이에 따른 개선활동을 지원
- 네이버 공급망 특성을 반영한 맞춤형 공급망 ESG 리스크 평가지표 및 관리 방안 고도화를 위해 과거 구매 데이터(2022년~2023년)를 분석한 후 ①기업규모, ②산업 분류, ③거래 연속성 기준으로 공급망 내재적 ESG 리스크 파악 및 관리방안 도출
- 공급망 상세 분석 결과에 기반해 리스크 평가 대상인 중점 협력사 'Green 파트너'의 선정 기준을 점검하고, 인권경영, 안전보건, 환경, 법무 각 담당 부서와 논의를 통해 리스크 평가 문항 개편
- 그 결과 2024년 'Green 파트너' 수를 전년 대비 200% 확대하고, 'Green 파트너'의 평가 실시율 100% 달성

2024년 네이버 Green 파트너 ESG 리스크 정기 평가 결과

우수	5개사(25%)
양호	15개사(75%)
개선필요	0개사(0%)



주요 평가 결과

- 대기업 Green 파트너
  1) 회사 임직원 대상 기본적인 인권 침해 예방, 건강한 근로관계 및 노사문화, 재해 예방 및 준법경영을 위한 절차 및 체계를 구축
  2) 환경 관리체계를 도입 및 운영 중
- 중소·중견 파트너
  1) 기본적인 근로문화 및 임직원 관리 체계를 갖추었으나, 보다 건강한 조직문화 및 노사관계 구축을 위한 개선사항 식별
  2) 전년 대비 환경 관련 대응 및 준비도가 증가한 한편, 중장기적으로는 부정적인 환경 영향 감소를 위한 적극적인 협력이 필요
  3) 특히 일부 중소, 중견기업 파트너의 경우 사업장 온실가스 관리 부문 역량 강화 필요
- 평가 결과 분석 후 각 Green 파트너에 결과를 고지하고, 네이버 공급망 지속가능성 정책에 따라 조건을 충족하는 중소 파트너에는 공정거래 협약사 선정 관련 인센티브를 제공함
- 전 Green 파트너에서 추가적인 실사가 필요할 것으로 판단되는 중대 위반사항은 확인되지 않음
- 주요 평가 결과 기반 네이버 구매 파트너 맞춤형 ESG 부문 지원 확대 및 효과적인 지원 수단 검토

공정거래 및 지속가능경영 문화 확립

공정거래 질서 확립

- 구매 파트너와의 합리적이고 공정한 거래를 위해 거래 전 과정에 걸쳐 전자구매시스템을 활용
- 공정거래위원회가 제정한 '하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항'을 도입 및 준수하여 구매 파트너 대상 부패 상황 방지
- Voice of Partners(VoP) 등 직접적인 의견 청취 채널과 제보 채널을 운영하여 구매 파트너의 의견을 적극적으로 청취하고 지속적인 개선방안을 마련

공정거래 질서 확립 노력

전자구매시스템 운영	• 입찰을 원칙으로 거래회사를 선정하여 구두 발주 및 부당한 발주취소 등을 사전에 예방하고, 거래의 투명성과 공정성을 확보하기 위해 입찰 단계부터 계약, 대금 지급에 이르기까지 거래 전 과정을 전자구매시스템으로 진행
4대 실천사항 준수	• 합리적이고 공정한 하도급 거래 관행 구축을 위해 공정거래위원회가 제정한 '하도급 법규의 준수를 위한 4대 실천사항(계약 체결, 구매 파트너 선정 및 운용, 내부 심의위원회, 서면 발급 및 보존)'을 도입하여 준수
구매 파트너 의견 청취 채널 운영	• 거래회사 및 제안 참여사를 대상으로 설문을 진행하여 의견을 청취하는 VoP(Voice of Partners) 제도 • 구매 파트너 대상 프로그램 및 상생 협력 요청·제안 창구인 파트너스 라인 채널 • 구매 계약 시 발생한 분쟁에 대한 조정을 신청할 수 있는 분쟁조정 창구 • 임직원 부정행위·부당요구 등 기업윤리 위반 행위 신고 창구인 기업윤리상담센터 운영

지속가능경영 실천 협약

- 구매 파트너가 준수해야 할 지속가능경영(인권·노동, 안전보건, 환경, 윤리 영역) 관행을 명문화한 '지속가능경영 협약' 체결 중
- 구매 파트너와의 신규 계약 및 재계약을 포함하는 모든 계약 유형에서 네이버 지속가능경영 실천협약서를 요구

공급망

동반성장

주요 지원 활동

- 공급망 내 구매 파트너인 소규모 기업의 자생력 제고와 파트너사 임직원 복리후생 강화에 초점을 두고 경영, 교육, 복리후생, 판로 지원 등 차별화된 구매 파트너 지원 프로그램을 제공
- 2024년 불공정 행위를 예방하고 상생 협력을 촉진하기 위해 중소기업 구매 파트너와 체결하는 자율적 협약인 '공정거래협약'을 구매 파트너 총 131곳과 체결
- 특히 2024년에는 파트너 개인정보보호 컨설팅 프로그램을 신규 도입하여 개인정보보호 전문 인력이 없는 중소기업 구매 파트너를 대상으로 개인정보보호 수준을 강화할 수 있도록 지원

2024년 동반성장 성과

동반성장지수 평가

8년 연속
'최우수' 달성
(인터넷 플랫폼 업계 최초)

동반성장 지원 프로그램

금융 및 판로지원	• 2024년 10월, 동반성장위원회와 '양극화 해소를 위한 「협력기업 생태계 강화 협약」'을 체결하여 향후 3년간 총 2,400억 원 규모의 협력 중소기업 생태계 강화를 위한 동반성장 지원 프로그램을 운영 • 구매 대금 청구계산서 발행일로부터 10영업일 이내 100% 현금 지급 → 휴일 포함 평균 7.2일 소요 • 입찰 참여사 대상 교통비 및 제안 참여비 지급 • 172억 원 규모의 상생 펀드 조성을 통해 시중가보다 낮은 금리로 자금 대출 지원 → 총 59개사에 172억 원 지원 중 • 해외서비스 대상 국내 구매 파트너 소개 및 해외법인과의 직접 계약 지원을 통한 해외 판로 지원 활동 전개 • 중소 구매 파트너의 국내 판로 개척 지원을 위한 구매상담회 참가, 지자체 및 공공기관과 지역 SME(중소기업) 온라인 지원협약 체결 • 중소벤처기업부 주관 민관공동기술개발사업 참여하여 중소 구매 파트너의 기술개발 관련 사업비 지원 • 공정거래 협약사 기술 임치 수수료 지원
경영지원	• 노무·법률 무료 온라인 상담 제공 • 공정거래 협약사 생산성 혁신을 위해 ESG 혁신을 포함한 전문 경영 컨설팅 제공 → 협약사 8개사 • ESG 경영 실천이 어려운 중소 공정거래 협약사를 위해 무료 온라인 ESG 자가진단 서비스 및 ESG 현장 컨설팅 제공 → 상시 운영 중으로 2024년 12월까지 누적 37개사 지원 • 구매 파트너 구인 활동 지원을 위한 온라인 전용 채용관 운영 및 각종 채용박람회 참석 지원 • 구매 파트너 재택·원격 근무환경 구축 지원을 위해 비대면 협업 솔루션 시중가 대비 할인 제공
교육지원	• 구매 파트너 소속 임직원을 대상으로 상시 온라인 교육과정(법정 필수 교육 포함) 제공 → 2024년 106개사, 누적 수강생 수 17,561명[1)] • SME 파트너 대상 네이버 비즈니스 스쿨 상 경영 관련 교육 프로그램 제공 → 총 480개 강좌 제공, 누적 수강생 수 1,634,990명[2)]
복리후생지원	• 네이버 임직원 적용 단가와 동일 단가로 이용가능한 복리후생 프로그램(건강검진 등) 지원 • 조사 시 장례 물품 지원 • 자사 사업장 상주 협력사 임직원 대상 식대 지원 → 2024년 연간 1,250명, 5.5억 원 규모 지원

1),2) 중복 포함

CASE STORY

파트너와 함께하는 파트너스 데이

- 2023년에 이어 2년 연속으로 진행한 2024년도 파트너스데이는 네이버 공급망을 구성하는 구매 파트너를 향해 네이버의 미래 사업방향에 대한 이해도를 제고하고, 신규 구매 파트너를 대상으로 동반성장 프로그램을 안내하기 위한 목적으로 개최
- 2024년 공정거래 협약사 76개사의 임직원 120명이 참석한 가운데 네이버 사옥 1784에서 2일간 행사 진행
- 네이버 사업 방향에 대한 이해도를 제고하기 위해 1784 사옥 투어 진행 및 네이버 AI 사업 전략에 대해 소개
- 파트너십 실천 의지를 담은 파트너 인증서를 전달하였으며, 네이버의 환경경영 확산 취지에서 인증서, 네임택은 환경 친화적 소재를 활용
- 파트너와의 상생 철학을 바탕으로 한 동반성장 및 ESG 경영 의지를 전달하기 위해 구매 파트너 대상 ESG 방향성 및 프로그램 안내
- 네이버 구매 담당자와의 네트워킹 프로그램을 통해 소통할 수 있는 시간을 마련하였으며, 파트너의 높은 만족도를 확인

공급망

구매 파트너 ESG 지원

ESG 기본 교육

• 2024년 구매 파트너 36개사 소속 담당자 55명 대상 네이버 ESG 담당자가 ESG 교육 실시 및 질의응답 진행

교육 주요 내용

• ESG의 기본 개념, 발전 배경 및 필요성	• 실제 네이버 구매 파트너의 ESG 경영 우수사례 및 ESG를 통한 긍정적 경영 성과	• 네이버 ESG 경영전략 및 추진 방향	• 네이버 공급망 ESG 관리체계 및 파트너 대상 ESG 경영지원 프로그램

• 한편 구매 담당자를 포함한 네이버 임직원을 대상으로 '네이버 인권경영의 이해' 교육을 처음으로 실시하여, 구매 파트너(협력회사) 또한 네이버 인권경영의 주요한 이해관계자로 인권 존중 및 인권 리스크 예방 필요성 공유

개인정보보호 컨설팅

• 개인정보처리 관련 내부 전문 인력이 부족한 네이버의 중소기업 파트너가 개인정보보호 관련 법령을 준수하고 안전하게 사업 활동을 이어갈 수 있도록 2024년 런칭
• 공정거래협약을 체결한 중소기업 파트너를 대상으로 네이버 개인정보보호 부서 Data Protection & Privacy(DPP) 소속 담당자가 파트너를 현장 방문해 개인정보보호법 준수에 관한 컨설팅 제공
• 2024년 7개사 파트너를 대상으로 개인정보보호 수준을 진단하여 개선과제 발굴
• 참여한 구매 파트너들의 높은 만족도 결과를 바탕으로 네이버만의 특색 있는 동반성장 지원 프로그램으로 지속적으로 적용해나갈 예정

윤리경영 지원

• 부패 리스크가 높은 파트너사에 적용해야 할 실사(Due Diligence)의 대상과 방법을 구체화하고, 협력사의 반부패 기준을 강화하기 위해 2024년부터는 파트너사 대상 ESG 리스크 평가 문항에 '반부패 관련 법규 위반 여부' 문항 추가
• 전체 구매 파트너 대상으로 상시 VoP(Voice of Partners) 서베이를 실시하여 네이버와의 거래 과정(업체 선정, 계약조건, 계약 종료 등)이 투명하고 공정하게 운영되는지 점검

VoP 운영 현황(2024년)

설문 수	1,736

설문 응답 건수	860
- 불만의견 건수	3
- 불만의견 대응 및 조치 건수 & 대응률(%)	100%[1)]

1) 불만 의견으로 파악된 3건에 대한 사실 확인 결과, 1건은 응답자의 거절로 구체적 사실 관계를 확인할 수 없어 종결되었고, 2건은 조치 완료됨

안전보건 관리

• 구매 파트너 임직원들의 안전하고 건강한 근무환경 조성을 위한 안전보건 사업 및 주기적인 점검·관리

안전보건 관리

안전보건 사전평가	• 도급에 해당하는 경우 계약체결 전 공급회사의 안전보건수준을 평가하여 충족 여부를 판단 • 안전보건 경영방침, 조직도, 위험성 평가 운영기준, 비상 대응 절차 및 최근 3년 산업재해율 확인서 등 9가지 항목으로 평가 중
안전보건 소통	• 상주 및 정기출입 중인 모든 구매 파트너와 안전보건 협의체를 월 1회 운영하고, 합동점검을 분기 1회 운영 • 구매 파트너와 안전보건동향 및 제도, 유해·위험정보, 위험성 평가 운영방안 등을 논의하고 근무 중인 작업장의 유해·위험 요소를 점검하여 개선
안전보건 문화	• 안전보건관리체계의 구축 및 이행사항 확인 • 재해 발생 시 재발방지 대책 수립 및 이행 확인 • 안전보건 관계법령에 따른 의무이행에 필요한 관리조치

사회공헌

네이버는 네이버의 플랫폼을 풍성하게 꽃피우고 있는 SME, 창작자, 지역사회의 지속가능한 성공을 응원합니다.

이를 위해 SME·창작자의 역량 증진, 지역사회 지식·문화 콘텐츠 확산, 취약계층 및 소외지역 디지털 활용 능력 제고 및 지원, 기부·펀딩 플랫폼 제공 4개 영역에서 다양한 사회공헌 활동을 펼치며 지역사회 발전에 기여하고 있습니다. 특히 네이버의 첨단 기술과 노하우 등을 활용해 SME와 스타트업이 새로운 기회를 마주할 수 있도록 적극적으로 지원하고 있습니다.

앞으로도 네이버는 디지털 환경의 변화에 따른 사회적 요구에 발맞추어 네이버의 기술과 서비스를 기반으로 사용자들의 더 나은 삶에 기여하는 다양한 활동을 마련해 나가겠습니다.

Target

2024

취약계층 교육 지원 확대

- 소프트웨어야 놀자, 부스트캠프, 쥬니버스쿨 등 경력단절여성, 청소년 및 소외계층 대상 교육 프로그램 운영

온라인 플랫폼을 통한 기부 활성화

- 해피빈 목표거래액 525억 원 달성 및 기부 키오스크 19개 설치

KPIs

임팩트 위원회 및 펀드 거버넌스 체계 고도화

임팩트 위원회 및 펀드 운영 체계 구축 및 신규아이템 개발

AI 저변 확대를 위한 신규 프로그램 기획

테크 임팩트, 비즈니스 임팩트의 대표 사업 신규 브랜드 런칭 통한 사업 인지도 강화

임팩트 확산을 위한 신규 사업 발굴

2025년 연간 1,100억 원 이상 집행

네이버 내부 기술, 서비스 및 사업의 임팩트 확대를 위한 신규 프로젝트 발굴

2025년 연간 10개 프로젝트 발굴 목표

AI 생태계 확장을 위한 캠페인 및 교육 프로그램 진행

소상공인 및 경단녀 대상 성인 AI 융합교육 신설

2025년 전국민을 위한 AI 교육 프로그램 신규 개설하고 커리큘럼 제작

소상공인 및 경단녀 여성 대상 인공지능 교육 200명 목표

전국민 AI 캠페인 진행

2025년 5월 시행, 연내 3~4회 진행 예정

2025년 수혜자 30,000명, 2026년~2029년 연간 수혜자 50,000명 목표

2025

임팩트 위원회 및 펀드 효과성 점검

임팩트 위원회 효과성 측정

- 임팩트 펀드의 효과성을 측정해 그간의 성과 및 향후 방향성에 대한 중간점검
- 임팩트 펀드 보고서 발간을 통한 외부공개

임팩트 확산을 위한 신규 사업 발굴

2025~2027 누적 4,000억 원 이상 집행

2027

AI 생태계 확장

AI 기술의 혜택을 더 많은 사람들이 누릴 수 있는 기회 강화

- 소상공인, 1인 창작자, 청년층, 시니어 계층 등 기술 접근에 어려움을 겪는 분들의 기술 활용 기회 확대

인공지능과 인간지능의 시너지를 위한 인문학적 역량 강화

- AI 기술에 대체되지 않는 역량, AI 기술을 더 가치있게 활용할 수 있는 역량 모색 및 확대

2030

임팩트 확산을 위한 신규 사업 발굴

임팩트 펀드 6년(2025-2030) 간 총 1조 원 집행

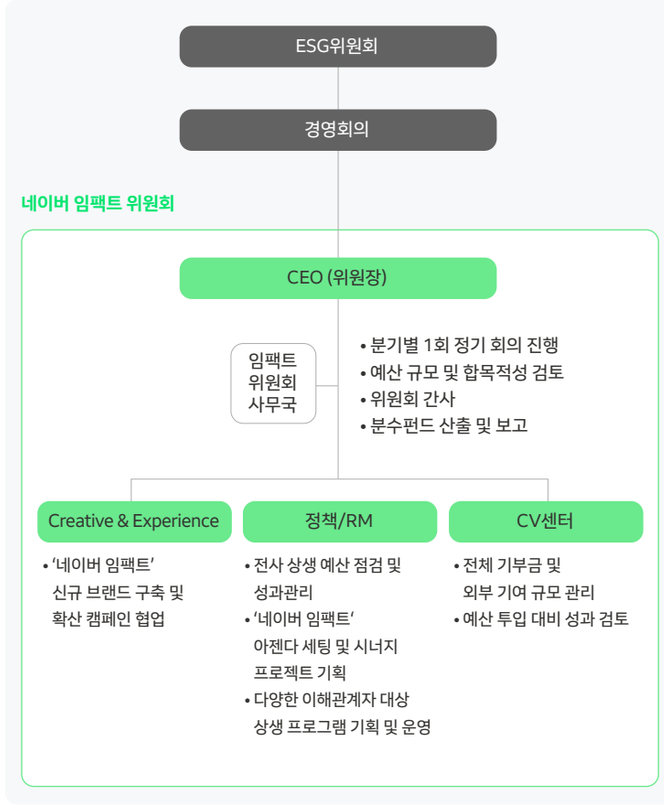
사회공헌

임팩트 펀드 로드맵

	Tech Impact	Business Impact	Community Impact
2025 연간 1,100억 원 이상 집행	• 커넥트재단 사업의 AI 접목, AI 리터러시 확대를 위한 교육 사업 강화 • SME·창작자 대상 AI 솔루션 접근성 강화를 위한 신규 캠페인 기획	• 스타트제로 프로그램 대체 프로그램 '성장 마일리지' 런칭 • 프로젝트 꽃 개편 및 비즈니스 임팩트 내 신규 사업 브랜드 런칭 • 투자생태계와 연계한 스마트스토어 판매자 대상 투자 프로그램 런칭	• 신규 기술 인프라를 통한 기부확대 및 활성화 • 인구감소지역 SME 지원 등 공익주제 발굴 및 캠페인 진행
2027 2025년 ~ 2027년 누적 4,000억 원 이상 집행	• AI 활용 저변 확대와 기술접근성 강화를 위한 교육과 활용 기회 확대 • 소규모 창업가와 창작자 등 사업 생태계 구성원들의 생산성 향상 사례 확대	• 영세 사업자에서 성장 가능성 높은 브랜드로의 전환 지속 지원 • 글로벌 시장에 도전하는 네이버 생태계 안의 창업가를 위한 투자 생태계 조성 • 광고·쇼핑·플레이스·콘텐츠 등 각 사업 및 서비스 생태계 다양성 강화를 위한 대표 프로그램 마련	• 기술을 활용한 사회문제 해결을 위한 다양한 주체들의 활동 지원 • AI 기술 확대로 인한 기술격차 문제 해결을 위한 공익활동 지원 • 사회적으로 올바른 AI 기술 활용 역량을 키우기 위한 인문학적 소양 강화 지원
2030 6년간 총 1조 원 집행	• AI for All (모두를 위한 AI 교육) • AI RIDE (AI 도구 활성화) • 클라우드 그린하우스 (클라우드 인프라 제공) • D2SF (테크 스타트업 지원)	• 성장 마일리지 • 성장 단계별 사업자 성장 지원 • 창작자 생태계 성장 (수익모델 강화지원) • 네이버 라운드업 리그 (SME 브랜드 투자 생태계 마련)	• 외부 기부 및 후원 • 초거대 AI 기반 의료 서비스 혁신 • 클로바 케어콜 • 해피빈

관리 및 감독

• 2024년 9월 CEO 직속 네이버 임팩트 위원회 구성
• 기부금·외부 기여 비용에 대한 기획, 커뮤니케이션 전략, 성과분석, 의사결정 지원을 위한 관리체계 수립



사회공헌

정책 및 체계

사회공헌 정책

- 2024년 6월 최고경영진의 승인 하에 사회공헌 정책 제정
- '사회적 연결을 통한 성장'이라는 비전을 기반으로 목적 및 목표, 추진 방향, 책임 및 감독, 기본 원칙으로 구성된 사회공헌 정책 공개

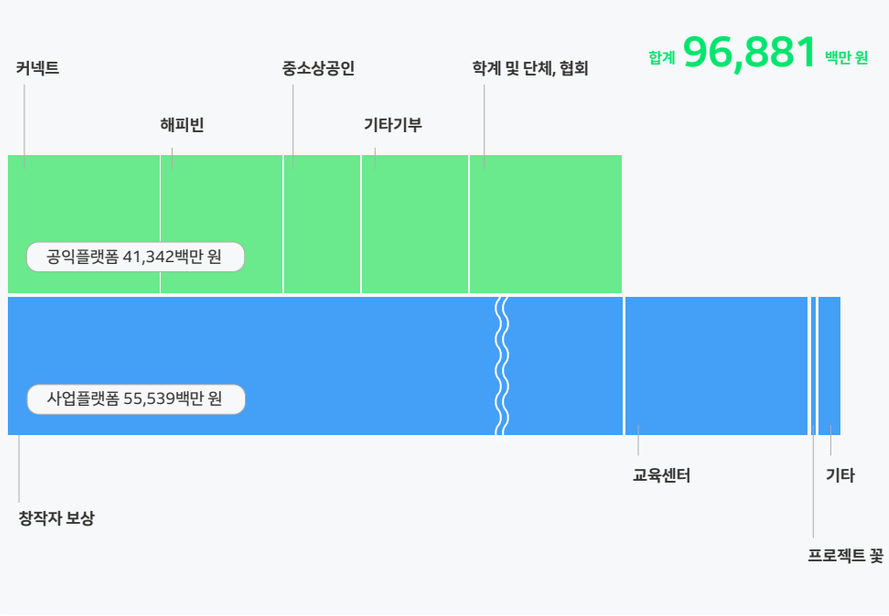
기본 원칙

1) 기부금 정의	• 협찬금, 후원금 등 명칭을 불문하고 네이버가 반대급부 없이 개인 또는 단체에 제공하는 금액을 '기부금'으로 정의
2) 기부와 후원 원칙	• 네이버에서 제공하는 모든 기부와 후원은 윤리적 방식으로 운영하며, 국내외 법상 금지되는 후원 및 정치 목적의 기부금은 제공 금지
3) 기부금 집행	• 기부와 후원의 집행 결정은 위임전결 규정에 따라 보고하고 승인하는 절차를 거쳐야 하며, 집행된 기부와 후원을 증빙할 수 있는 자료(기부금 영수증 등) 수령 및 보관
4) 정보공개	• 네이버가 집행한 기부와 후원은 사업보고서, 통합보고서 등을 통해 정기적으로 대외에 투명하게 공개
5) 리스크 관리	• 기부금이 사회공헌 목적 외 정치적 기부 및 뇌물 등 다른 용도로 인식될 수 있는 리스크를 예방할 수 있도록 관리·감독

임팩트 펀드 런칭

- 단순 기부금뿐만 아니라 기술과 서비스, 사업을 통해 창출하는 소셜 임팩트를 모두 지표화하기 위해 자체 고안
- 2017년부터 기부금 영역인 '공익 플랫폼'과 네이버 비즈니스를 통한 사회적 기여 영역인 '사업 플랫폼'으로 구성된 분수펀드 조성
- 2025년부터 분수펀드의 개념을 확장시켜 팀네이버 주요 법인을 포함하여 신규 런칭하였으며, 향후 투입 금액과 함께 임팩트(성과)를 매년 공개 예정

분수펀드(2024년)



네이버 임팩트 펀드(2025년~)[1]

테크 임팩트	• NEW AIQ+(전국민 AI 활용 교육 확대): 커넥트재단 • AI 도구 활성화: AI RIDE • 클라우드 리소스 지원: 클라우드 그린하우스 • 테크 스타트업 지원 및 투자: 클라우드 그린하우스
비즈니스 임팩트	• NEW 성장 마일리지 프로그램: 스타트제로수수료 시프트 • 지속가능한 비즈니스 생태계 지원: 창작자를 위한 크리에이터 런처 등 • NEW 라운드업 리그: AC 투자생태계와 연계한 투자 지원 프로그램 • NEW 팀네이버 생태계 상생 신규 사업: 파이낸셜, 클라우드
커뮤니티 임팩트	• 비영리법인 기부 플랫폼: 해피빈 • 기부 및 후원: 외부 기여 예산 합산

1) 팀네이버 내 사업 법인의 다양한 이해관계자들에게 임팩트를 발생시키는 모든 재원

사회공헌

SME·창작자 역량 증진

프로젝트 꽃(2016~2024)

- 2016년 론칭 이래로 SME 및 창작자들의 온라인 비즈니스와 자금 융통을 돕는 다양한 솔루션 제공
- 기존 SME의 규모 확대(Scale up)에 초점을 맞춘 프로그램에서 더욱 확대된 '임팩트 프로젝트' 런칭
  - 테크 임팩트: 누구나 AI를 비롯한 네이버의 다양한 기술에 접근할 수 있도록 지원
  - 비즈니스 임팩트: 고유한 아이디어와 상품을 통해 지속적인 성장 기회를 창출하도록 지원
  - 커뮤니티 임팩트: 사회문제 해결에 동참하고 건강한 커뮤니티 조성에 기여

프로젝트 꽃 2024년 성과

프로젝트 꽃

156%↑

SME 브랜드 런처 (새싹~파워 등급)
- 3개 기수 45개팀 진행, 전년 대비 평균 거래액 156% 성장

44%↑

브랜드 부스터 (파워~빅파워 등급)
- 100팀 진행, 전년 대비 평균 거래액 44% 성장

40.6%↑

크리에이터 런처
- 네이버 프리미엄 콘텐츠 크리에이터 대상 29명 진행, 구독자 수 40.6% 증가

AI RIDE

AI RIDE 커머스솔루션마켓
- 공모를 통해 600팀 선정하여, 커머스솔루션마켓 솔루션 3개월 지원
- '프로젝트 꽃 리포트 - AI RIDE 커머스솔루션 성과 분석' 발간

1,000 억 원(누적)

스타트제로 수수료
- 2018년부터 2024년까지 총 6년간 1,000억 원 규모의 수수료 지원

프로젝트 꽃 주요 연혁

2016
- 프로젝트 꽃 시작

2017
- **AiTEMS**
  - AI 상품 추천 서비스
- **툰레이더**
  - 불법 웹툰 감시 시스템
- **크리에이터 스튜디오**

2018
- **비즈어드바이저**
  - SME 무료 통계 툴
- **쇼핑 챗봇**
  - 자동 응답 챗봇
- **AiRSPACE**
  - AI 장소 추천 서비스
- **D-커머스 프로그램 구축**
  - 맞춤형 온·오프라인 교육 (현 네이버 비즈니스 스쿨)
  - 네이버스퀘어 스튜디오 지원
  - 자금 지원 프로그램 (현 스타트 올인원 프로그램)
  - 전문가 컨설팅
- **D-커머스 리포트 발간 시작**

2019
- **동네(전통) 시장 장보기**
- **네이버 주문**
- **네이버 예약·현장결제**
- **네이버 스마트플레이스 및 네이버 예약 통합 앱 출시**
- **영수증 리뷰**
- **지식인 엑스퍼트**

2020
- **네이버 쇼핑라이브**
  - 라이브 커머스 등
- **빠른정산**
  - 글로벌에서 가장 빠른 정산
- **스마트스토어 사업자 대출**
  - 대안 신용평가 시스템 기반
- **크리에이터 어드바이저**
  - 창작자 무료 통계 툴
- **제페토 스튜디오**
  - 메타버스 창작자 스튜디오
- **네이버 금융지원센터**
- **온스테이지 10주년**
- **클로바케어콜**
- **클로바노트**
- **클로바더빙**

2021
- **네이버폴필먼트 얼라언스(NFA)**
- **키워드 리뷰**
- **정기 구독**
- **네이버 프리미엄 콘텐츠**
- **웹툰 AI 페인터**
  - 창작자 보조 AI 채색 툴
- **SME 풀케어 시스템**
- **D-플레이스 리포트**
- **테크핀 리포트**

2022
- **커머스솔루션마켓 출시**
  - 클로바 메시지 마케팅, 클로바 라이브챗 등
- **반품안심케어 출시**
  - SME 1년간 무료 지원
- **스마트플레이스 사업자 대출**
  - 대안 신용평가 시스템 기반
- **엑스파이더**
  - 웹툰 유해 콘텐츠 차단 툴
- **프로젝트 꽃 사무국 신설**
  - 장기적인 생태계 전략 강화

2023
- **SME 브랜드 런처·부스터**
  - SME 성장 단계 맞춤형 브랜딩 지원 프로그램
- **네이버 AI RIDE**
  - SME의 AI 기술 접근성 제고 프로그램
- **나란히가게 오픈**
  - 로컬 및 SME 상품 기획전 전용관
- **클립 크리에이터 모집**
  - 네이버 숏폼 서비스 창작자 활동 지원

2024
- **SME 브랜드 런처·부스터**
  - 플레이스 사업자, 프리미엄 콘텐츠 크리에이터로 확장
- **네이버 AI RIDE**
  - 커머스 솔루션, HyperCLOVA X 연계 프로그램
- **꽃 앰버서더**
  - 임직원 대상 스몰 비즈니스 인사이트 발굴 프로그램
- **이야기꽃**
  - 스몰 비즈니스의 성장 경험을 공유하는 대면 인터뷰 세션

사회공헌

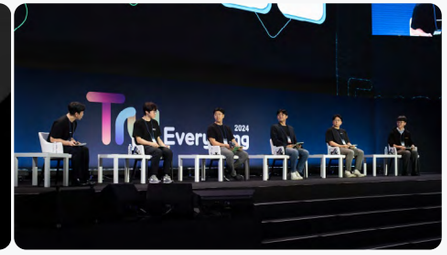
SME·창작자 대상 성장 지원 사업

AI 도입 맞춤형 지원

- ‘AI RIDE’를 통해 SME와 창작자가 네이버가 제공하는 AI 솔루션을 적절히 활용할 수 있도록 기술 접근성 향상 지원
- AI를 활용한 맞춤형 솔루션을 통해 SME의 운영 효율성을 높이고, 창작자 및 소상공인의 생산성을 향상하는 방향으로 프로그램 확대

주요 내용

- SME의 AI 활용을 지원하기 위해 600여 명의 스마트스토어 판매자가 AI 솔루션을 직접 체험할 수 있도록 기회 제공
- HyperCLOVA X를 활용해 SME 맞춤형 생성형 AI 솔루션을 개발하고, 온·오프라인 창작자 및 소상공인까지 지원 범위 확대
- SME의 AI 활용 사례를 연구하고, 인사이트를 도출하여 ‘네이버 프로젝트 꽃 리포트’ 발간
- 글로벌 스타트업 컨퍼런스 ‘Try Everything’에서 AI RIDE 사례를 발표하며, SME와 창작자의 AI 도입 가능성 공유



브랜드 스케일업 지원

- ‘브랜드 런처’와 ‘브랜드 부스터’ 프로그램을 통해 SME가 네이버 플랫폼을 활용해 브랜드를 성장시키고, 온·오프라인 시너지를 극대화할 수 있도록 지원
- 브랜드 성장 단계별 맞춤 프로그램을 운영하며, SME가 스케일업을 경험할 수 있도록 구성

주요 내용

- **브랜드 런처**
  - 브랜드로서 성장할 수 있는 SME를 발굴하여 시장 적합도(Market-fit)를 검증하고, 온·오프라인에서 브랜드 스케일업을 지원하는 과정으로 구성
  - 2024년 기준 푸드·레저 분야 30개 SME 참여
- **브랜드 부스터**
  - 상품을 직접 기획·개발하거나 브랜드 상표권(IP)을 보유한 SME가 브랜드 인지도를 확대하고 성장을 극대화할 수 있도록 구성
  - 2024년 기준 총 100개 SME 브랜드 부스터 프로그램 참여

  ▷사회적 가치 창출 성과
  - 전년 동기간 대비 프로그램 참여 기간 거래액 44% 성장
  - 브랜드 스케일업 경험을 바탕으로 SME 성장 지원 프로그램으로 자리매김
  - 우수 브랜드 성장 사례 대외 커뮤니케이션 진행
- **브랜드 런처 스마트플레이스**
  - 스마트스토어와 스마트플레이스 간 시너지 트랙을 신설하여 온·오프라인 SME 브랜드 성장 사례 발굴

  ▷사회적 가치 창출 성과
  - 전년 동기간 대비 프로그램 참여 기간 거래액 79% 성장
  - SME 브랜드 성장 공식 발견 및 시너지 테스트베드 역할 수행
  - 플랫폼 기반의 브랜드 확장을 통해 성장 기회 극대화
- **크리에이터 런처 프로그램**
  - 유료 플랫폼에서의 글쓰기 역량 강화 및 사업 마인드 체득, 채널 맞춤형 마케팅 및 프로모션을 통해 이용자 접점 확대

  ▷사회적 가치 창출 성과
  - 참여 크리에이터 29명 중 25명의 구독자 수 및 매출 증가, 평균 구독자 수 40.6% 증가
  - 프리미엄 콘텐츠 크리에이터의 성장을 지원하여 유료 플랫폼에서 안정적인 매출 기반 마련
  - 네이버 내 견고한 크리에이터 생태계 구축
- **우수 브랜드 성장 사례 대외 커뮤니케이션 진행**
  - DAN 24 X 우수 브랜드 굿즈 제작(달다쿠 & 모모스커피)
  - 2024 서울카페쇼 컨퍼런스에서 브랜드 성장 사례 발표(담꽃 & 모모스커피)

사회공헌

사업 및 서비스 - 사업자 니즈 연계 강화

- '꽃 앰버서더', '네문네답' 외에도 '이야기: 꽃'을 통해 임직원이 직접 스몰 비즈니스 및 창작자와 교류하며 플랫폼 역할을 고민할 기회 제공
- 스몰 비즈니스와의 접점을 확장하고, 내부 인사이트 공유를 위한 콘텐츠 발굴 및 확산 진행

주요 내용

- **꽃 앰배서더**
  - 프로젝트 꽃 및 소셜 임팩트에 관심 있는 네이버 임직원 30명 선발(누적 57명)
  - 사업자 성장 경로 발굴 인터뷰 및 브랜드 인사이트 트립(전주 & 인천) 운영
  - 스몰 비즈니스 브랜드 성장 스토리 콘텐츠 발굴 및 내부 공유
- **이야기: 꽃**
  - 네이버 임직원들이 다양한 스몰 비즈니스 및 창작자와 만나 성장 경험과 고민을 나누는 프로그램 운영
  - 2024년 기준 6회 진행, 11명의 사업자와 만남, 250명의 임직원 참여

▷사회적 가치 창출 성과

- SME 및 창작자 생태계 접점 발굴 및 연계 강화
- 임직원의 플랫폼 이해도 및 SME 성장 지원 역할 증대

D-커머스 프로그램

- D-커머스 프로그램은 임팩트 펀드-비즈니스 임팩트로의 전환 과정에서 새로운 성장 지원 체계로 변화
  - '스타트제로수수료'와 '성장포인트' 프로그램을 융합한 '성장 마일리지' 프로그램으로 리뉴얼하여 지원대상 및 규모 확대 예정(2025년 하반기 런칭)
  - 테크 임팩트·비즈니스 임팩트·커뮤니티 임팩트별 신규 프로그램 추진 예정

주요 내용

- **스마트스토어 빠른정산**
  - 배송완료 다음날 100% 정산 받는 무료 서비스
- **스마트스토어 사업자 대출**
  - 최대 4,000만 원 사업자금 지원 서비스
- **정책지원금 조회 및 맞춤 추천**
  - 네이버 비즈니스 금융센터
  - 사장님 보험 가이드

네이버 비즈니스 스쿨

- 네이버 비즈니스 스쿨은 네이버를 활용해 비즈니스를 하는 모든 사업자 및 창작자를 대상으로, 쇼핑, 플레이스, 광고뿐 아니라 클라우드, AI까지 관리
- 온라인으로 총 550여 개의 코스를 제공하고 있으며, 180만 명의 회원 보유 및 누적 재생 727만 시간

주요 내용

- **24 스스로 스쿨: 온라인 비즈니스 필수 마케팅 및 영상커머스 실전 역량 강화 프로그램** 프로그램 소개
  - 150여 명 대상 스마트스토어 사업자 성장 단계 등급 맞춤형 교육
  - 스마트스토어, 쇼핑라이브, 숏클립, 커머스솔루션마켓 온라인 비즈니스 이해 및 1:1 실습 코칭
  - 교육 전후 숏클립 매출 3,966% 증가, 숏클립 수 2,260% 증가에 기여
  - 교육 전후 쇼핑라이브 매출 1,319% 증가, 쇼핑라이브 수 872% 증가에 기여
  - 우수교육생 특별 제작 라이브 1,090만 시청 뷰 달성, 총 1억 2천만 원 거래액 달성
- **24 AI플레이스마케팅스쿨: 지역 사업자의 플레이스를 활용한 마케팅 역량 강화 프로그램** 프로그램 소개
  - 200여 명 대상, 플레이스 사업자 업종별 맞춤형 교육(서울, 부산, 전북 지역 거점)
  - 예약 서비스 이해와 활용, 지역 광고 실습 및 클로바 X 접목한 마케팅 코칭
  - 외식업종 소상공인 153명 교육, 플레이스 페이지 조회수 76% 증가
  - 뷰티업종 소상공인 110명 교육, 플레이스 페이지 조회수 36% 증가
- **클립 크리에이터 스쿨: 창작자 양성 프로그램**
  - 창작자 3,500여 명을 대상으로 온·오프라인 통합 교육, 실습, 1:1 피드백을 제공
  - 교육 참가자의 경우 미참가자 대비, 콘텐츠 생산량은 평균 3배 상승 조회수는 평균 10배 상승
- **네이버 청소년 크리에이터 스쿨: 창업진흥원 비즈쿨 민관협업프로그램**
  - 전국 중고생 500여 명을 대상으로 클립 및 웹툰 분야 온·오프라인 통합 교육, 실습, 1:1 피드백을 제공
  - 교육 만족도 4.8점으로, 민관협업프로그램 가운데 가장 높은 만족도를 보임

사회공헌

전국민 디지털 활용 능력 향상

네이버 커넥트재단

- 누구나 최고의 교육 기회를 가질 수 있도록 디지털 기술을 활용한 교육 모델과 플랫폼을 제공하는 등 네이버의 공익 목적 교육사업을 위해 설립된 독립적 비영리기관
- 전 연령층을 대상으로 소프트웨어 교육을 실시하고 있으며 기업 현장에 필요한 인재를 양성하는 등 평생교육을 통해 개인의 지속적인 성장과 발전을 돕고 있음
- 2023년, 지난 10여 년간의 발자취를 담은 '네이버 소프트웨어 에듀 리뷰'를 발간, 재단의 사회공헌 활동을 알리고 소프트웨어 교육 진행
- '누구나 일상에서 활용하는 AI'를 2025년 교육 방향성으로 설정하고 추진 중

2025년 AI 교육 방향성

전 국민 AI 교육	• 네이버 커넥트재단의 모든 교육을 AI 중심으로 개편 • 인공지능 시대를 살아가기 위해 필요한 정보와 AI 일상화 교육 제공
미래세대 교육	• 과학기술정보통신부 산하 정보통신산업진흥원 미래채움 사업 연계하여 경력단절여성 대상 교강사 연수 및 초등 저학년 대상 늘봄 AI 교육 제공 • 교사연구회를 확대하여 교과 연계 AI 교육을 연구하고 우수 사례 발굴 및 확산 • 엔트리 챌린지를 통한 창작 활동 지원
성인 AI 교육	• 성인 누구나 인공지능을 사용할 수 있도록 'AI 일상화 온라인 캠페인' 확대 • AI 교육 커리큘럼 적용 사례 온라인 공유, 확산 • AI 네이티브 엔지니어 인재 양성 • 공공 부문 AI 전문 인력 양성 등 교육 대상 확대
AI 교육 캠페인	• 컨퍼런스, 팝업 등 다양한 형태의 AI 교육 캠페인 진행 예정 • 기존 SEF(Software Edu Fest) 행사 대상을 교사 및 취업 준비생에서 전 국민으로 확대하고 단기 행사에서 중장기 행사로 개편

네이버 커넥트재단 주요 사업

미래세대 교육

- 네이버 커넥트재단은 소프트웨어 의무교육 시행 이전인 2014년부터 소프트웨어 교육의 중요성을 알리고, 사회적으로 확산하기 위해 '소프트웨어야 놀자' 캠페인과 아이들이 '엔트리'를 통해 즐겁게 소프트웨어를 배우고 창의력을 기를 수 있도록 플랫폼을 제공하는 등 공익사업을 통해 미래세대 교육 격차 해소에 기여

	소프트웨어야 놀자		엔트리	쥬니버	
사업 소개	• 인공지능(AI)과 데이터의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공 • 누구나 쉽고 편하게 소프트웨어를 배우고 가르칠 수 있도록 난이도별 영상과 다양한 주제의 교재 콘텐츠 제공		• 소프트웨어 교육을 위한 온라인 플랫폼 • 학습, 창작, 공유와 협업을 위한 다양한 툴 제공	• 인공지능(AI)과 소프트웨어 이해에 필요한 기초 지식 학습 및 체험 • 개월 수에 맞는 맞춤형 콘텐츠와 인터랙티브 문제 풀이 제공 • 안전하고 유익한 영유아 콘텐츠 제공	
누적 수혜자	• 수혜 교사 수: 52,685명 • 수혜 학생 수: 60,853명 • 소프트웨어야 놀자 누적 회원 가입자 수: 8만 명		• 월평균 이용자 수: 100만 명 • 회원 가입자 수: 490만 명	• 월평균 이용자 수: 29만 명 • 스쿨 앱 누적 다운로드 수: 28만 건	
취약계층·소외지역 지원 프로그램	• **오픈클래스** - 온라인 오픈클래스를 통해 경력단절여성 SW, AI교육 역량강화 지원	• **교사 연구회** - 특수교육 대상자와 일반학생이 한 교실에서 차별없이 함께하는 인공지능교육으로 특수교사와 일반교사의 팀티칭으로 수업 진행	• **엔트리 사이버 폭력 OUT 챌린지(여성단체 기부 행사)** - 엔트리 유저 대상으로 사이버 폭력 OUT 캠페인과 창작 챌린지 진행 - 참여 목표 수치 1,000명을 초과한 1,711명 달성 - 화장품 구매가 어려운 소외 계층 여성들에게 로레알과 협업하여 제품 기부	• **경력단절여성 대상 AI 교육 연수** - 미래채움SW 강사 경력단절여성 대상 AI교육역량강화 연수 지원	• **쥬니버스쿨 소아암 병원 교육** - 소아암으로 교육 기회가 부족한 병원학교에 쥬니버스쿨 교육 제공
2024년 성과	• 수혜 경력단절여성 수: 7,471명	• 참여학급: 38학급 • 수혜 교사: 76명 • 수혜 학생: 718명	• 수혜자 수: 1,000명	• 수혜 경력단절여성 수: 133명	• 수혜자 수: 20명

사회공헌

성인 SW 교육

• IT 분야 핵심기술 및 지식 집중 학습이 가능한 다양한 성인 대상 프로그램을 운영 중이며, 특히 AI, Data Science 등 기업 수요가 높은 기술 영역 위주의 실제 기업의 수요가 높은 기술 영역의 실무 역량을 갖추도록 지원함으로써 다양한 대상자들의 취·창업에 기여

	부스트캠프 (웹·모바일, AI Tech)				부스트코스 (구 edwith 통합)
사업 소개	• 자기주도적 학습 경험을 제공하여 개발자에 필요한 경험과 스킬을 양성하는 IT 분야 우수인재 양성 교육 프로그램 • 다양한 IT 기업과 수료생을 연계하여 개발자로서 커리어를 시작할 수 있도록 지원				• AI, 데이터 사이언스, 컴퓨터과학 기초, 웹, 모바일 등 IT 분야의 핵심기술을 실습으로 배워 실무 역량 및 스킬을 습득할 수 있는 온라인 실무역량 향상 프로그램
누적 수혜자	• 수료자 수: 2,805명 (웹·모바일: 1,245명, AI Tech: 1,560명)				• 수강자 수: 59만 명 • 수료자 수: 10만 명
취약계층·소외지역 지원 프로그램	• **부스트캠프 웹·모바일**		• **부스트캠프 AI Tech**		• **코칭스터디**
	• 현장에 필요한 웹·모바일 분야 소프트웨어 개발자 양성	• 부스트캠프 웹·모바일 베이직 확대 운영 • 프리코스 공개 및 문제 해결 역량의 중요성을 제고하며 기존 대비 5배 이상 수혜자 확대	• IT 현장에서 부족한 AI 엔지니어를 양성하여 사회적으로 기여	• AI Tech 여성 수료생 대상으로 멘토링 프로그램 Connect Woman in AI 운영 • 프리코스 온라인 강좌 운영 수혜자 확대	• 소프트웨어 입문자들이 쉽게 교육을 시작하도록 돕는 온라인 학습 캠페인 • 상대적으로 SW분야에서 소외계층인 여성 비율을 높이는 데 장기적으로 기여
2024년 성과	• 전체 수료자 수: 227명 • 취업률: 54%	• 수혜자 수: 1,122명 • 여성 수혜자 수: 405명 • 지방 수혜자 수: 329명	• 전체 수료자 수: 270명 • 취업률: 48%	• 수혜자 수: 2,460명 여성 수혜자 수: 230명	• 전체 수료자 수: 3,264명 • 여성 수료자 수: 1,838명

모두를 위한 교육

• 누구나 쉽게 소프트웨어 교육에 대한 정보를 얻을 수 있도록 여러 채널을 통해 다양한 IT 교육 자료 제공

소프트웨어 교육 페스티벌 (Software Edu Festival)

• 소프트웨어, 인공지능 교육에 대한 다양한 정보를 나누는 축제로, 소프트웨어 교육에 대한 최신 트렌드와 다양한 정보를 제공하며 온·오프라인으로 운영
• 누구나 쉽게 소프트웨어와 인공지능을 배울 수 있게 돕고, 교육자들은 실질적인 교육적 자료와 가이드를 얻을 수 있는 행사로 발전

2024년 성과
• 참가자 수: 26,511명
• 전문가 연사 참여자 수: 11명(누적 기준 202명)

칸아카데미 (KHAN Academy)

• 세계적 수준의 교육을 누구에게나 제공하는 온라인 무료 교육 서비스로 2016년부터 네이버 커넥트재단이 아시아 최초로 칸아카데미의 5번째 공식 파트너사로 선정
• LMS(Learning Management System), 동영상 강의, 연습문제 등을 제공하여 완전 학습 가능

2024년 성과
• 월평균 수혜자 수: 13만 명

교육 데이터 공개

• 네이버 커넥트재단의 교육 서비스 데이터와 소정의 연구비 지원
• 부스트캠프 AI 학습 데이터를 누구나 실습해 볼 수 있도록 공개

2024년 성과
• 교육 데이터를 제공받은 연구자 수: 누적 91명
• AI 학습 데이터 제공: 누적 385건

사회공헌

GIVING

해피빈 소개

- 네이버의 공익 프로젝트를 한자리에서 만나볼 수 있는 온라인 플랫폼
- 2005년 7월 기부 플랫폼으로 시작하여 펀딩, 공감가게, 가볼까, 굿액션 캠페인, 기부 키오스크에 이르기까지 이용자와 공익 주체들을 위한 다채로운 공익 참여 서비스 확대
- 네이버의 기술 플랫폼을 통해 연결의 가치를 실현하는 방식으로 네이버만의 특화된 사회공헌 활동 수행

해피빈 주요 연혁

2005~	2015~	2017~	2019~	2023~
기부	펀딩	공감가게	가볼까, 굿액션 캠페인	기부 키오스크

해피빈 누적 지원 대상 수

59.7만 명 아동·청소년	67만 명 어르신	19.2만 명 장애인	5.6만 명 다문화	88.8만 명 지구촌
10.4만 명 가족·여성	8.5만 명 시민사회	15.7만 마리 동물	4만 회 환경	20만 명 기타

해피빈 주요 사업

- 온라인 플랫폼을 통해 이용자와 공익 주체들을 위한 다양한 공익 참여 서비스 제공

기부

- 다양한 기부 대상과 테마를 기반으로 하는 해피빈의 첫 공익 서비스로, 플랫폼을 통한 손쉬운 기부 문화 조성 등 사회적 가치 창출에 기여
- 개별 공익단체에 대한 정보를 한눈에 살펴볼 수 있는 '해피로그' 플랫폼을 지속적으로 개선함으로써 기부 활동의 신뢰도를 높이는 데 기여
- 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 프로모션 진행
- 일시적인 나눔을 넘어 정기 기부 활성화를 위해 정기 저금 시스템을 도입하였으며, 기업의 사회공헌활동 방향에 맞는 공익 단체 추천 및 기금 배분 관리 등 전문적인 사회공헌 컨설팅 제공
- 기부 키오스크를 통해 오프라인 기부 활성화

기부 기여 성과

		단위	2023	2024
보고기간 기준	기부금	원	32,457,534,100	**20,806,621,700**
	기부자	명	1,200,196	**624,691**
	모금 단체 수	개	1,664	**1,565**
	개설 모금함 수	개	7,051	**6,904**
누적 기준	기부금	원	241,080,326,813	**261,886,948,513**

기부금(누적 기준)

2024년 해피빈 기부 기여 성과

총 기부금	208억 원
네이버 기부금	41억 원
파트너 기부금	6억 원
총기부자	62만 명
결제 기부자	10만 명
콩 기부자	54만 명
파트너	103개
정기 결제자	2.2만 명

* 2024년 12월 기준

사회공헌

펀딩

• 사회문제 해결을 위해 노력하는 공익단체, 소셜 벤처, 창작자의 의미 있는 제품들을 펀딩 서비스를 통해 소개하며, 해당 과정에서 발생하는 플랫폼 수수료 전액 지원

펀딩 기여 성과

		단위	2023	2024
보고기간 기준	펀딩 참여금	원	5,550,792,000	**4,472,707,800**
	펀딩 참여자	명	65,770	**56,811**
	참여한 펀더 수	명	330	**394**
	개설한 펀딩 수	개	416	**492**
누적 기준	펀딩 참여금	원	약 287억	**약 331억**
	펀딩 참여자	명	약 52만	**약 57만**

펀딩 참여자(누적 기준)

공감가게

• 펀딩 종료 이후에도 프로젝트 주체들이 네이버 스마트스토어에서 지속적으로 이용자들을 만날 수 있도록 공감가게 서비스를 통해 브랜드 페이지 제작 및 홍보 지원
• 패션잡화, 식품, 생활·세제, 여행·문화 등 다양한 상품을 아우르는 누적 358개의 공감가게를 통해 공정무역, 일자리 창출 등을 실현(2024년 말 기준)

가볼까

• 온·오프라인의 사회적기업이나 협동조합이 주최하는 공익사업과 다양한 이벤트에 네이버 예약 서비스를 통해 참여할 수 있는 캠페인
• 가볼까와 함께 한 공익단체와 소셜벤처는 총 343개에 달하며, 환경 관점, 로컬 등을 주제로 한 착한가게 누적 1,230개 등록(2024년 말 기준)

굿액션

• 이용자들이 기부, 응원 클릭, 댓글 작성 등 다양한 방식으로 참여할 수 있는 페이지를 개설해 기업의 사회공헌 활동을 인터랙티브한 방식으로 알리는 캠페인
• 기업의 모금 활동에 적합한 참여 액션을 캠페인 페이지에 담고 이용자의 모든 참여를 기부콩으로 지급하여, 캠페인에 대해 알아보는 것만으로도 기부 가능

기부 키오스크

• 6개의 제휴 기업과 함께 사원증 태그로 기부가 이뤄지는 '디지털 상생 기부 키오스크'를 운영
• 임직원이 화면을 통해 취약계층 사연 및 기부금 사용 계획을 확인한 후 자발적으로 기부에 참여하고 실시간으로 그 결과를 반영하는 디지털 기부 시스템
• 2억 6,729만 원의 배분 금액을 발생시켰으며 운영비를 제외한 배분 금액 기준으로 실제 유치기금은 약 3억 원

네이버 한글한글 아름답게

• 한글의 우수성을 알리는 네이버 '한글한글 아름답게' 캠페인을 통해 16년간 글꼴 160여 종을 무료 배포하는 등 디지털 한글 생태계 성장에 기여
• 2024년 578돌 한글날을 맞아 우리말 사용이 한글을 지키는 원동력이라는 점에 주목하여, 우리 문화와 생각을 담은 '우리말 모음'을 움직이는 그림과 함께 공개
• 새로운 나눔글꼴 시리즈로 부드러운 곡선의 따뜻함과 선명한 직선의 간결함을 조화롭게 담아 일상적으로 사용할 수 있는 자연스러운 서체 '나눔휴먼' 배포

사회공헌

CASE STORY

배리어프리 AI 교육, <플레이 AI 투게더>

개요

- 2024년 9월~11월 전국 초등학교 저학년 통합학급 학생 총 718명 대상 AI 교육 프로그램 '플레이 AI 투게더' 운영
- 모두가 차별 없이 소프트웨어·인공지능 교육을 받을 수 있도록 마련된 프로그램으로, 비장애 학생과 장애 학생이 한 교실에서 함께 수업을 받는 통합학급을 대상으로 진행

특징

- 특수교사미래교육연구회와 협력하여 개발한 교육과정으로 4차시에 걸쳐 인공지능 윤리와 다양성을 주제로 학생들은 AI와 데이터에 대한 이해도를 높이고 다양성 존중 및 AI의 신뢰성과 책임성 등을 학습
- 특수교사와 일반 교사가 협력하는 팀티칭 방식으로 운영되어 통합교육 우수 사례 발굴 및 이를 교육 현장으로 확산시키는 데에 기여
- 오프라인 교사 연수를 진행해 교사들이 교육 역량을 강화할 수 있도록 지원

교육 프로그램 소개

- 인공지능과 데이터에 대한 이해를 바탕으로 인공지능 로봇을 활용하여 개인의 개성과 다름을 존중하는 방법을 알고 실천할 수 있는 초등학교 저학년 통합학급 대상 4차시 인공지능 교육 프로그램

(1차시) 인공지능을 만나요
인공지능의 개념을 이해하고 모두를 위한 자율주행 스쿨버스의 기능을 설계하고 디자인하기

(2차시) 다양한 친구들이 함께해요
얼굴인식 기술로 나의 사진을 꾸미고 나를 소개하는 랩 가사를 만들어 반 친구들에게 나를 소개하기

(3차시) 우리가 좋아하는 것을 찾아봐요
나와 친구의 취향을 파악하고 데이터를 바탕으로 추천 영상 화면 만들기

(4차시) 친구를 도와주는 로봇을 만들어요
친구를 도와주는 로봇의 기능을 구상하고 인공지능 기술과 사람의 책임에 대해 생각해보기

참여자 후기

- 프로그램에 참여한 교사와 수혜 학생을 대상으로 교육 방법 및 내용에 대한 의견 수렴

참여 교사

"학생들의 흥미와 만족도가 기대 이상이었습니다. 자신만의 스쿨버스, 랩, 로봇 등을 만들어보며 즐겁게 자신을 표현하였고 AI를 통해 남을 도울 수 있다고 생각하게 된 점이 가장 큰 수확이라고 생각합니다. 또한 학생들이 앞으로 AI를 더 좋아할 것 같습니다. '이제 AI를 다른 사람과 사회를 돕는 방향으로 써야겠다'라고 학생들이 인식할 수 있을 것 같아서 앞으로가 더 기대됩니다."

"SW 교육을 통합교육에 초점을 맞추어 실행한 것이 참 좋았던 것 같습니다. 특수교육 대상 학생들의 특성이 각각 다르지만 학생들이 흥미를 느끼고 쉽게 사용 방법을 터득할 수 있는 디지털 교구를 활용하여 통합교육을 적극적으로 이뤄낼 수 있었습니다."

수혜 학생

"사실 나는 인공지능에 대해서 별로 관심도 없고 그래서 별로 기대도 안 했는데 생각보다 너무나도 재미있었다. 그리고 친구들이 좋아하는 것도 알게 돼서 좋았다. 짝꿍을 위한 로봇을 만들 때가 가장 고민을 많이 했는데 가장 재미있었다. 그리고 이제 AI를 보면 이 수업을 생각할 것 같았다."

"이제 친구와 나를 비교하지 않을 것이다. '아 나와 다르구나'라고 생각할 것이다. 앞으로 AI와 함께 할 세상이 기대된다. 하지만 내가 생각하는 것과 AI가 생각하는 게 다르다고 AI 생각을 믿진 않을 것이다."

"인공지능이 있으면 편리한 점, 추천 알고리즘, 다양한 AI들을 배우니까 미래에는 더 편리하게 생활할 수 있을 것 같다."

교사 연수 스케치 포스팅 수업 스케치 영상

Planet

환경영향관리

환경친화적 서비스

환경영향관리

네이버는 책임 있는 자연자본 관리를 기본 방향으로 삼아 서비스 전 과정에 대한 환경 영향을 관리하고 있습니다.

국제 목표 및 유관 법령을 준수하여 환경 정책을 수립하고 모든 운영 활동에 적용하고 있으며, 전담 부서는 전 사업장에 대한 용수 및 폐기물 관리, 생물종 조사, 환경교육을 통한 내부 인식 개선 등으로 환경 리스크 및 기회를 관리하고 있습니다.

앞으로도 수자원 등 자연자본의 사용을 절감하는 동시에 자원의 효율적인 재사용으로 환경에 대한 부정적 영향을 완화하여 네이버만의 환경가치를 창출하기 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

Target

2024

자원 순환 관리체계 고도화

- 용수 사용 현황 및 폐기물 현황 정량 지표 공시 확대

2025

2027

2027년까지 Water Positive 전략 수립

- 물사용량 절감 내부 프로젝트 착수
- 정량적 절감량 산정

수자원 변화로 인한 중대한 위험 및 기회 식별

- 비즈니스 포트폴리오 영향 분석
- 잠재적 재무영향 및 기회창출 비용 산출

생물다양성 목표 수립 및 영향 관리 전 사업장 확대

- 구체적인 목표, 적용 대상, 영향 관리 등 포함한 생물다양성 선언
- TNFD 프레임워크에 따른 체계 구축 및 정보 공개 확대

KPIs

물 관련 전사 환경 정책 제정

물 관련 구체적인 목표, 적용 대상, 영향관리 등을 포함하여 환경정책서 개정

기후변화 물 관련 물리적 리스크 분석 고도화

네이버 디지털 트윈 솔루션 ALIKE 활용 정밀 분석 및 시뮬레이션 결과 공개

생물 다양성 목표 수립

데이터센터 각 춘천 및 커넥트원 사업장의 생태현황 조사 연구 수행

춘천사업장의 구체적인 목표, 적용대상, 영향관리 등 식별

보전활동(멸종위기종 보호, 외래종 제거 등) 시행 및 공시

환경영향관리

관리 및 감독

• 환경 전담 부서(Green Partnership) 주도 아래 환경경영 체계 구축 및 인증 추진, 임직원 대상 환경교육 등 환경 영향 관리를 위한 활동 수행

환경경영 조직도

조직별 주요 업무

Green Partnership	• 전사 환경경영 전략, 방침, 목표 등 • 전사 환경경영 거버넌스 운영 • 전사 환경경영시스템 통합운영, 성과평가 및 보고
Env. Operation	• 전사 환경경영시스템 역량 강화 및 구조 고도화 • 사업장별 리더십 및 역할 구축 • 사업장별 목표 수립, 계획 실행, 추진 등 • 성과평가 및 내부심사
각 사업장	• 사업장별 환경경영 체계 구축, 운영 • 주요 환경지표 모니터링 및 실적 보고 • 비상사태 시나리오 구축 및 훈련

정책 및 체계

환경경영 정책

• 회사의 활동으로 유발되는 환경영향을 최소화하고, 이해관계자의 환경 관련 요구에 대한 적극적인 대응을 넘어 환경적 가치 창출을 위한 목적으로 대표이사 승인하에 환경 정책 제정

• 모든 이해관계자에 적용되며 파리기후협정, UN SDGs와 같은 국제 목표와 물관리 기본법, 폐기물관리법, 생물다양성 보전 및 이용에 관한 법률 등 국내 유관 법령에 기반하여 관리

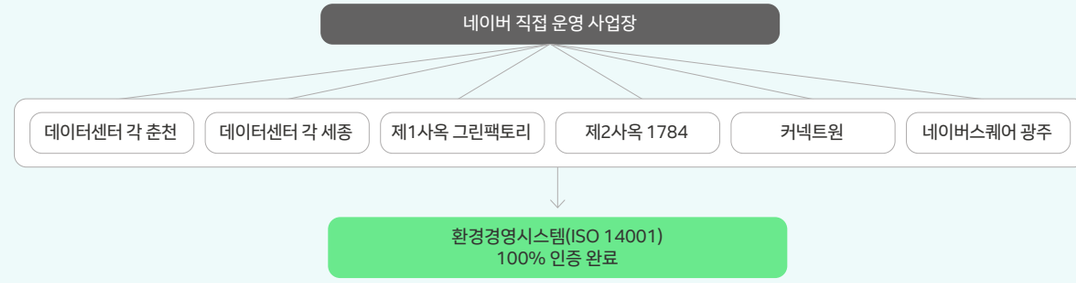
기본 원칙

1) 환경경영시스템 고도화	법률 준수 및 ISO 14001에 기반한 환경경영 이행
2) 기후변화 리스크 완화	재생에너지, 전기차(EV) 전환 등으로 운영 단계에서 발생하는 온실가스 배출 저감
3) 친환경 가치의 공급망 확산	온실가스 배출량 MRV(측정, 공시, 검증), 환경 교육 등 파트너 환경 역량 제고 지원
4) 친환경 가치의 사회적 영향력 확대	서비스 내 친환경적 요소 도입, 이용자 및 사회 전반에 환경적 가치 확산
5) 생물다양성 보존을 위한 노력	환경 영향을 사전 분석하고 부정적 영향 최소화, 물 위기에 대한 적극적인 대응
6) 순환경제 활성화를 위한 노력	사옥 및 데이터센터 내 자원 선순환 적극적 실행

환경경영시스템

• 네이버의 모든 운영활동 및 제품이나 서비스와 관련된 환경영향을 체계적으로 관리하기 위한 환경경영시스템을 운영

• 국제 환경경영시스템 인증인 ISO 14001로 규격된 모든 요구사항을 충족하고 있으며, 네이버가 직접 운영하는 모든 사업장 인증 완료



환경영향관리

수자원 민감도

- 수자원 리스크 지역을 파악하고, WRI(World Resources Institute, 세계자원연구소)와 WWF(World Wildlife Fund, 세계자연기금)의 분석 결과를 기반으로 검토하여 용수 사용에 따른 지역사회 수자원 민감도 영향 관리
- 물 관련 위험 대응 강화를 위해 한국수자원공사와 협력하여 미래 기후변화 시나리오를 고려한 물 재해 리스크 평가 모델 구축 추진

주요 성과

- 네이버의 사업장은 경기도 성남시(그린팩토리, 1784), 세종특별자치시(데이터센터 각 세종), 강원도 춘천시(데이터센터 각 춘천, 커넥트원)에 위치하고 있으며, 모든 직접 운영 사업장 지역의 수자원 민감도 수준은 낮은 수준으로 분석
- 1784는 포디움 및 저층부에 중수 처리 시스템을 적용하여 우수 및 중수를 재사용하고 있으며, 절수형 위생 기구를 통해 연간 물 사용량을 LEED Baseline 대비 38%까지 절감
- 커넥트원은 옥상에서 수집한 우수를 식물관수로 활용하고, 중수는 화장실에서 사용하여 전체 커넥트원 용수 사용량의 35%를 재사용

글로벌 수자원 민감도 분석 결과

수자원 민감도 수준

[WRI]	Low	Low-Medium	Medium-High	High	Extremely High
Water Risk Atlas	0-1	1-2	2-3	3-4	4-5
네이버 사업장 (성남, 세종, 춘천)		√			
[WWF]	Very Low Risk	Low Risk	Medium Risk	High Risk	Very High Risk
Water Risk Filter	1.0-1.8	1.8-2.6	2.6-3.4	3.4-4.2	4.2-5.0
네이버 사업장 (성남, 세종, 춘천)			√		

'물관리 디지털 트윈' 활용 업무협약 체결

- 한국수자원공사의 물관리 디지털 트윈 기술과 네이버의 3차원 공간정보 데이터를 결합하여 홍수로 인한 하천 범람 및 도시침수에 대한 사업장 위험도를 체계적으로 분석하고, 평가 결과를 시각화하고자 업무협약 체결
- 최우선 과제는 미래 기후변화 시나리오를 고려한 '물 재해 리스크 평가 모델' 구축으로, 기후위험 및 공시 의무화에 효과적으로 대응하도록 설계
- 협력의 첫 단계로 네이버의 주요 사업장(성남 본사 및 세종·춘천 데이터센터)을 대상으로 물 재해 리스크 평가를 진행 중이며, 2025년 말에 완료 예정

폐기물 관리

- 네이버에서 주로 배출되는 폐기물은 사무공간에서 발생하는 생활 폐기물이며, 이를 절감하고자 일터에서 행동에 옮길 수 있는 친환경 실천 방법을 주요 폐기물 절감 방안으로 설정

주요 성과

- 1784에서 배출되는 생활 폐기물은 주로 카페에서 제공하는 일회용 컵·페트병 등이며, 이를 절감하고자 사내 카페의 일회용 컵을 다회용 컵으로 대체하고, 다회용기 렌탈 스타트업 '트래쉬버스터즈'와 협력하여 사용된 다회용 컵을 수거 및 세척하여 재사용
  → 2024년 사내 카페 3곳에서 수거 후 재사용한 다회용컵 총 60만 개
- 페트병과 알루미늄 캔은 환경 기술 스타트업 '수퍼빈'과 협력을 통해 AI 쓰레기통을 도입하여 약 20만 6천 개의 폐기물을 수거하였으며, 자동 분류된 재활용 폐기물은 재사용되며 발생한 적립액은 해피빈을 통해 환경단체에 기부

1784 바이사이클 캠페인

- 일회용품을 재활용하는 바이사이클(BI:CYCLE) 캠페인의 일환으로 '유한킴벌리'와 폐핸드타월 자원순환 업무 협약 체결
- 1784에서 사용된 핸드타월을 재활용하여 새로운 제품으로 재생산
- 폐핸드타월 약 4,600kg 분리배출 및 2,800kg 재활용

환경영향관리

생물다양성 관리

- 데이터센터를 포함한 주요 인프라의 입지를 선정함에 있어 초기 단계부터 생태계와의 공존을 최우선으로 고려
- 입지 선정 시에는 간척지, 매립지 등 토지훼손 이력이 있는 부지를 배제하고, 입지 검토 기간을 제한하여 토지 성격 변경을 통한 신규 개발 유인을 사전에 완화

주요 성과

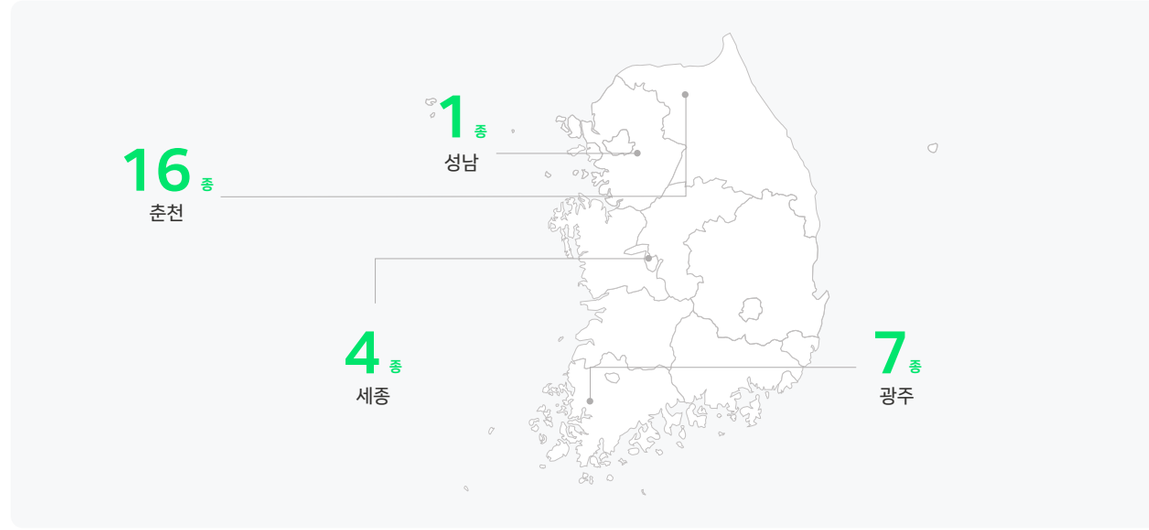
- 2023년 국립생물자원관 '한반도의 생물다양성' 페이지의 '멸종위기 야생생물 지역별 분포 현황'을 참조하여 사업장이 위치한 지역 내 멸종위기종 조사를 실시하였으며, 춘천시, 성남시, 세종시, 광주시에 서식하는 멸종위기 야생생물은 총 24종으로 확인(문헌 조사 기반)
- 향후 생태환경의 특성을 고려하여 지속적으로 생물다양성 보존 활동을 진행할 계획이며, 그 범위를 사업장 현장에서 인근 지역까지 확대하고, 사업 운영상 생태 영향을 저감할 방안을 모색할 계획

사업장 위치 지역의 멸종위기종 조사

지역	지역 내 사업장명	멸종위기종 수	멸종위기종명(등급)	생태·자연도 1등급[1] 및 별도관리지역[2]
춘천시	데이터센터 각 춘천, 커넥트원	• 1급 - 2종 • 2급 - 13종 • 관찰종 - 1종	토끼박쥐(2), 긴점박이올빼미(2), 까막딱따구리(2), 올빼미(2), 호사비오리(1), 남생이(2), 표범장지뱀(2), 맹꽁이(2), 가시고기(2), 돌상어(2), 애기뿔소똥구리(2), 왕은점표범나비(2), 광릉요강꽃(1), 산작약(2), 층층둥굴레(관찰종), 참물부추(2)	없음
성남시	1784, 그린팩토리	• 1급 - 0종 • 2급 - 1종 • 관찰종 - 0종	맹꽁이(2)	없음
세종시	데이터센터 각 세종	• 1급 - 1종 • 2급 - 3종 • 관찰종 - 0종	수달(1), 흰목물떼새(2), 금개구리(2), 맹꽁이(2)	없음
광주시	파트너스쿼어 광주	• 1급 - 3종 • 2급 - 4종 • 관찰종 - 0종	붉은박쥐(1), 수달(1), 흰목물떼새(2), 통사리(1), 쌍꼬리부전나비(2), 물고사리(2), 으름난초(2)	없음

1) 「자연환경보전법」 제34조에 의거, 멸종위기 동식물의 주된 서식지, 생태계가 특히 우수하거나 경관이 수려한 지역, 생물의 지리적 분포 한계에 위치한 생태계, 대표적인 주요식생군락 등
2) 「자연환경보전법」 제34조에 의거, 산림보호구역, 자연공원, 천연기념물로 지정된 구역, 야생생물특별보호구역 및 야생생물보호구역, 수산자원보호구역, 습지보호지역, 백두대간보호지역, 생태·경관보전지역, 시·도 생태·경관보전지역

사업장 위치 지역 멸종위기종



환경 교육

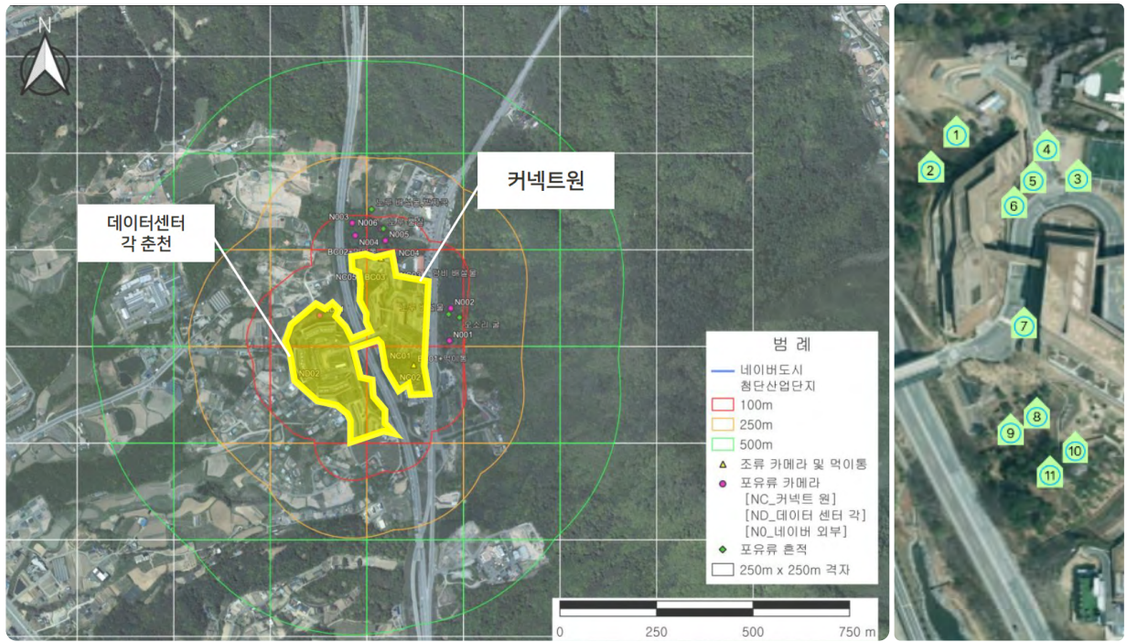
- 환경 전문성 역량 강화를 위해 매년 전문 교육 실시
- 환경 담당자는 ISO 14001:2015 선임심사원 과정을 수료하였으며, 심사원 교육을 통해 ISO 14001 규격의 핵심 요구사항을 파악하고 이를 당사 환경경영시스템에 적용, 교육상 시사점은 Env. Operation과 함께 논의하여 개선 방향 모색

대상	교육 프로그램	시행시기	참여인원
담당자	환경경영시스템(ISO14001) 선임심사원 교육	2024.07.08~12	5
	CDP Water Security 교육	2024.07.16~17	1
	CDP Climate Change 교육	2024.07.23~25	1
임직원	네이버 ESG 제대로 알아보기	2024.03.18	513
	기후 위기와 공급망 리스크	2024.06.19	32

환경영향관리

CASE STORY

한국생태학회 협업 네이버 사업장 생태조사 연구 수행



조사 범위

- 강원도 춘천에 위치하는 사업장(데이터센터 각 춘천, 커넥트원) 대상
- 네이버 경계로부터 500m 범위를 격자(250m*250m)로 나누어 조사 지점 선정

조사 결과

- 총 3회에 걸친 현장조사 결과, 춘천 사업장 인근에서 총 34종의 조류와 15종의 포유류 발견
- 2011년 건축 당시 진행된 사전환경성검토 시보다 더 많은 종이 확인되어 생물종 다양성이 지속적으로 잘 보존되고 있음을 확인
- 조사에서 확인된 법정보호종(총 7종)

1. 큰말똥가리: 멸종위기 야생생물 2급
2. 독수리: 멸종위기 야생생물 2급, 천연기념물
3. 참매: 멸종위기 야생생물 2급, 천연기념물
4. 새매: 멸종위기 야생생물 2급, 천연기념물
5. 삵: 멸종위기 야생생물 2급
6. 담비: 멸종위기 야생생물 2급
7. 하늘다람쥐: 멸종위기 야생생물 2급, 천연기념물

법정보호 종 개체 수 보호 활동 추진

- BBP(Backyard Biodiversity Project) 일환으로 법정보호 조류 및 하늘다람쥐 개체수 보호를 위해 인공 둥지 설치 및 둥지 재료 제공
- 인공 둥지 확대 및 조류 충돌 방지를 위한 버드세이버 설치 검토

향후 계획

- 2025년 곤충 및 식물종에 대한 추가 조사 진행 예정
- 지속적인 생태조사로 네이버의 사업활동이 자연에 영향을 주는 범위를 파악하여 긍정적 영향은 높이고 부정적 영향은 최소화하여 생태계 보존에 기여

환경친화적 서비스

네이버 쇼핑 가치사슬 안에는 70만 이상의 플랫폼 파트너와 2,000만 이상의 소비자가 연결되어 있습니다.

네이버는 네이버가 운영하는 디지털 공간에서 환경 친화적인 제품의 생산과 소비가 활성화되도록 기술과 혁신으로 지원하고 있습니다. 아울러 지구를 위한 착한 소비를 촉진하기 위해 그린 브랜드와 그린슈머를 잇는 환경친화적 커머스 플랫폼을 제공함으로써 이커머스 ESG 생태계를 확장하고 있습니다.

Target

2024

이용자 환경 정보 접근성 제고

- 기후변화 관련 검색 결과 개선
- 국립생태원의 멸종위기 야생동물 정보 검색 결과 반영
- '성남자원순환가게re100' 관련 정보 제공

친환경 서비스를 통한 탄소배출 저감

- 전자문서 서비스로 탄소 1,561톤 감축 달성

네이버 쇼핑 내 스몰브랜드 및 SME 중심 환경친화적 상품 프로모션 지원

- SME 460곳의 환경친화적 상품(환경 관련 인증 등록) 소개
- 그린쇼핑위크 거래액 24억 원

KPIs

고품질 재활용품 회수·보상 사업 수거 거점 네이버플레이스 연동

환경부 및 한국환경공단과 협의하여 전국 지자체에서 운영중인 재활용센터 정보를 네이버 플레이스에서 전국단위로 정보 제공(국가수준 재활용 정보 접근성 향상)

2025

2030

환경친화적 서비스 포트폴리오 확대

- 1단계: 친환경 서비스의 환경영향 Baseline 설정 및 기존 서비스의 환경영향(LCA) 파악 및 저감수준 산정
- 2단계: 자체 친환경 서비스 분류지침 마련 및 공개
- 3단계: 분류지침에 따른 친환경 매출 관리 프로세스 수립, 공개

환경친화적 서비스

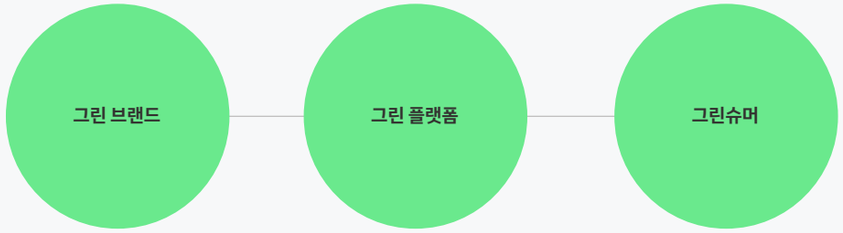
정책 및 체계

네이버 그린 커머스 전략

- 2022년 '그린 플랫폼, 그린 브랜드, 그린슈머' 세 가지 축으로 구성된 환경을 위한 그린 커머스 전략을 수립하고 각 영역에서 구체적인 실행안 추진
- '그린 플랫폼'은 환경 관련 인증 등록 상품을 소개하는 물류 플랫폼 도입 및 확대
- '그린 브랜드'는 SME(중소상공인)의 ESG 활동과 친환경 상품을 알리고 관련 역량 강화
- '그린슈머'는 구매자가 더욱 편리하게 친환경 및 ESG 연관 상품을 찾고 선택할 수 있도록 지원

그린 커머스 추진 방향성

친환경 제품을 생산하고 판매하는 그린 브랜드와 친환경 제품을 선택하는 현명한 그린슈머가
네이버 그린 플랫폼 안에서 서로 연결되는 선순환 구조의 생태계



- SME 그린 커머스 역량 강화
- 브랜드사 ESG 활동 공유 확대

- AI, 로보틱스 활용 미래 물류기술 연구 및 도심형 풀필먼트 물류센터(MFC) 구축

- ESG 상품 DB 강화, 친환경 인증상품 접근성 확대
- ESG 상품 특화 프로모션 기획

정보 접근성 향상

- 이용자가 네이버 쇼핑에서 환경친화적 상품 정보를 쉽게 인식하고, 판매자는 친환경 인증 정보를 상품의 경쟁력으로 활용하도록 스마트스토어센터의 상품 관리 기능과 상품 상세 페이지를 통해 환경 정보 제공
- 2022년 환경표지인증과 저탄소인증, 비건인증을 상품 정보에 반영한 데 이어, 2023년 V라벨(비건), 카본트러스트(탄소발자국), MSC(지속가능어업), FSC(지속가능산림) 등 10가지의 해외 친환경 및 ESG 인증 정보까지 확대 제공
- 2022년부터 매년 6월 '그린쇼핑위크'를 진행하고 있으며, 2024년 12월까지 매월 네 번째 금요일을 친환경 쇼핑의 날로 정하고 '그린프라이데이' 캠페인 진행

주요 성과

그린쇼핑위크	• 2024년 '그린쇼핑위크'는 환경의 날을 맞이하여 5월 30일부터 6월 5일까지 1주간 진행되었으며, 이니스프리, 스킨푸드, 락앤락, 한샘 등 뷰티·생활·리빙 분야의 15개 브랜드들이 라인프렌즈 캐릭터와 협업한 새로운 환경친화적 상품을 소개하고 판매를 활성화시키는 행사 진행 • 해당 행사를 통한 총거래액은 약 24억 원으로 평소 대비 일 평균 거래액 및 스마트스토어 유입 증가하여 그린 브랜드들과 그린슈머로부터 긍정적 피드백
그린프라이데이	• 2024년 '그린프라이데이' 캠페인은 SME들의 ESG 역량을 강화하고 성장을 지원하기 위해 푸드·리빙·뷰티 SME 460곳의 환경친화적 상품들을 소개하는 형태로 운영

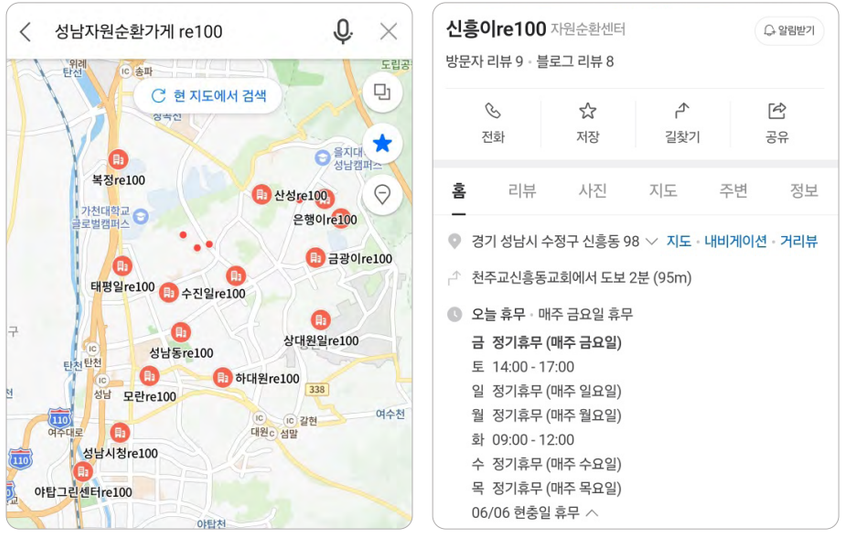
환경 관련 인증 등록 상품 현황

구분	인증유형	상품 수
국내인증	무항생제수산물	221
	유기수산물인증	136
	유기수산가공식품인증	855
	환경표지인증	9,197
	저탄소인증	3,696
	비건인증	2,214
	유기가공식품인증	26,679
	무항생제축산물인증	16,248
	유기농산물	36,454
	유기축산물	2,601
	무농약농산물	132,831
	동물복지	1,584
	사회적기업	10,321
	마을기업	2,443
	식품명인	3,682
	수산전통식품품질인증	1,235
해외인증 비건	PETA	482
	V라벨	408
	비건소사이어티	1,076
	이브비건	687
해외인증 수산물	MSC (지속가능어업)	118
해외인증 친환경	USDA	1,698
	ECOCERT (유기농)	1,842
	FSC (지속가능산림)	1,412
	카본트러스트	163
해외인증 공정무역	FAIRTRADE	182
합계		**258,465**

환경친화적 서비스

네이버 플레이스 자원순환 정보 제공

- 2024년 7월, 성남시와 협약하여 네이버 검색, 네이버 지도앱에서 '재활용품 회수거점', '재활용센터' 등 주요 키워드로 '성남자원순환가게re100' 관련 정보를 제공할 수 있도록 성남시 자원순환 통합 플랫폼과 연동 실시
- 기존 각 지자체 누리집에서 제공되던 정보를 네이버 지도 위치 기반 검색을 통해 고품질 재활용품 수거 거점 위치, 영업시간, 수집 품목, 보상액 등 기본정보 제공
- 해당 활동을 전국으로 확대하고자 한국환경공단과 고품질 재활용품 회수보상사업 업무협약을 2025년 3월에 체결
- 올바른 분리배출을 유도하고 소각되는 폐기물 양을 줄여 기후변화 및 지역사회 순환경제 활성화에 기여



네이버 전자문서 서비스

- 네이버는 과학기술정보통신부에서 인증한 공인전자문서중계자로서 종이로 송달되던 고지서 및 통지서를 모바일 전자고지서로 대체하여 이용자에게 제공하는 전자문서 서비스 운영
- 2022년부터 제공 중인 전자문서 서비스로 기여한 탄소 감축량을 산정하고, 산정 방법에 대한 제3자 검증을 진행
- 2024년 약 1억 4천만 장의 종이문서를 대체하였으며, 이를 통해 나무 1만 7천 그루를 보호하고, 1,561톤의 탄소배출 저감에 기여[1)]
- 보안성, 안정성 및 탄소 감축에 대한 효과가 입증된 전자문서 서비스의 제공 대상을 공공기관, 금융기관 및 민간기업 등으로 확대 중

전자문서 서비스의 환경 효과

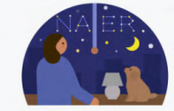
구분		단위	2023	2024
탄소 감축량		tCO_2e	1,472	1,561
자원 절감량	종이 절감량[2)]	톤	699	741
	나무 자원 절약[3)4)]	톤	2,790	2,959
		그루	16,776	17,788
	물 사용 절약[5)]	L	62,446,195	66,214,011

1) 상기 언급한 제3자 검증이 완료된 방법론에 따라 추정한 값
2) 인쇄지 1장 무게 5g 기준
3) Paper Calculator Life Cycle Assessment Methodology, Paperwork(4.4 U.S. short tons per 1 Metric ton)
4) 지름 20cm(6-8인치), 높이 12m 나무 기준
5) Paper Calculator Life Cycle Assessment Methodology, Paperwork(23,600 gallons per 1 Metric ton)

환경친화 문화 확산

- 2024년 5회의 환경기념일 관련 스페셜 로고 공개
- 스페셜 로고 클릭 시 환경 기념일에 대한 정보와 함께 네이버의 환경 활동을 소개하고 이용자가 환경 보호 및 기후변화 완화를 위한 활동에 참여할 수 있도록 연결
- '생물다양성의 날' 검색 시 국립생태원의 멸종위기 야생동물 정보 검색 결과가 자동 연동되도록 기념일 정보 검색 결과 개선

2024년 환경 스페셜 로고



2024년 3월 23일 'Earth Hour'

2024년 4월 5일 '식목일'

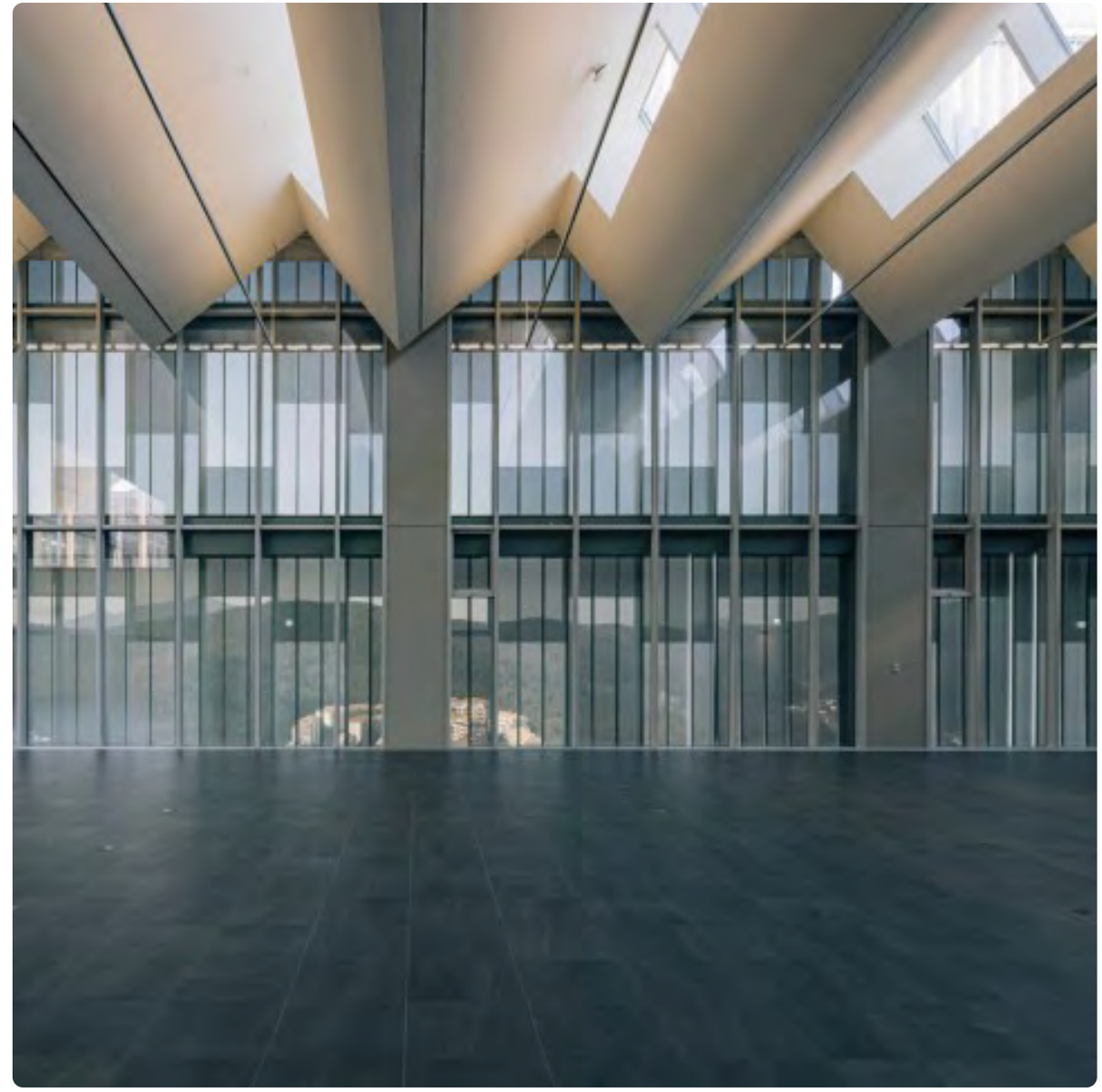
2024년 4월 22일 '지구의 날'

2024년 5월 22일 '국제 생물다양성의 날'

2024년 6월 5일 '환경의 날'

Principle

지배구조
윤리경영
규범준수
리스크관리

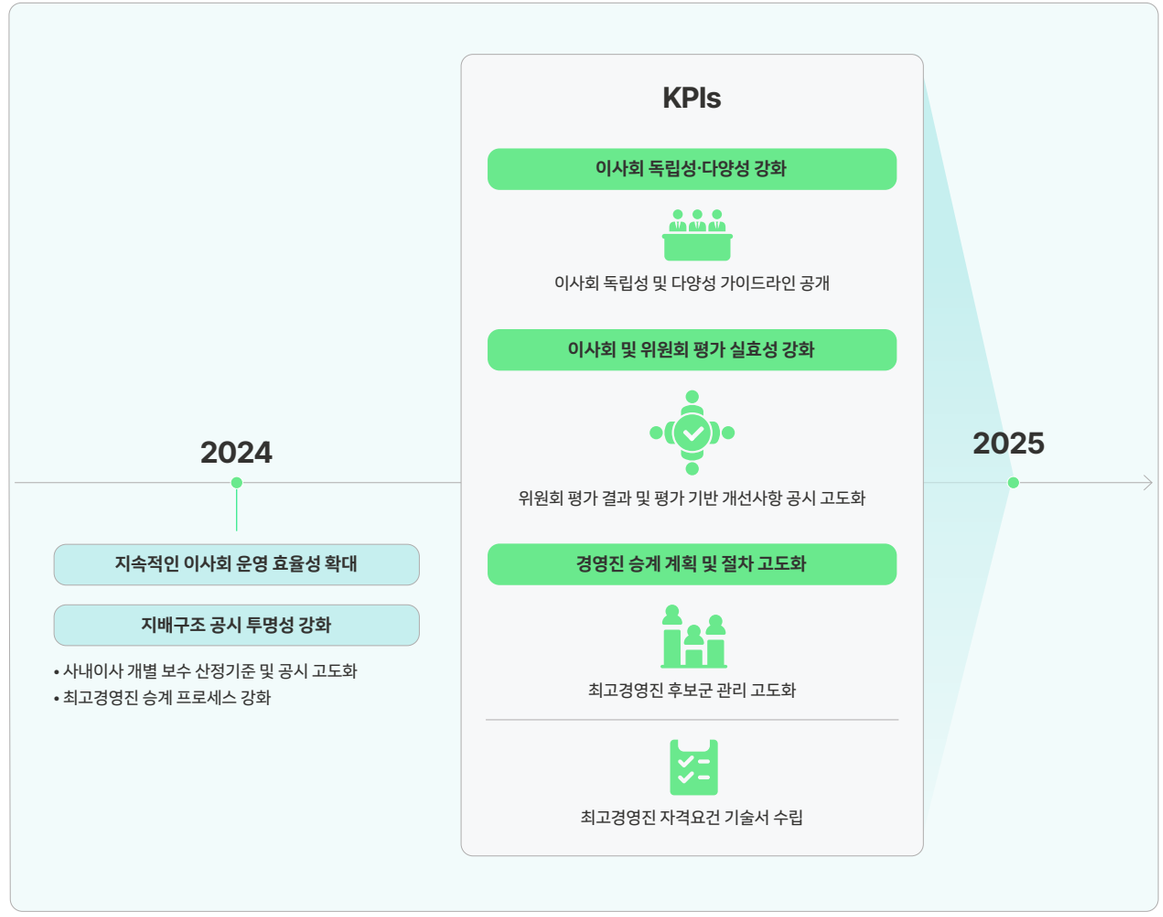


지배구조

네이버는 주주 및 다양한 이해관계자의 가치를 높여가고자 건전하고 투명한 지배구조 확립을 위해 노력하고 있습니다.

다각화되고 분산된 주주구성 상황에서 주주가치 제고를 위한 주주환원 제도를 적극적으로 도입하고 있습니다.
또한 이사회 및 경영진 관련 주요사항이나 성과를 공개하여 내외부 이해관계자 간 정보의 비대칭 문제를 해결하고 있으며, 이사회가 본연의 역할을 수행하도록 독립성, 전문성, 다양성 등을 확보하고 있습니다.

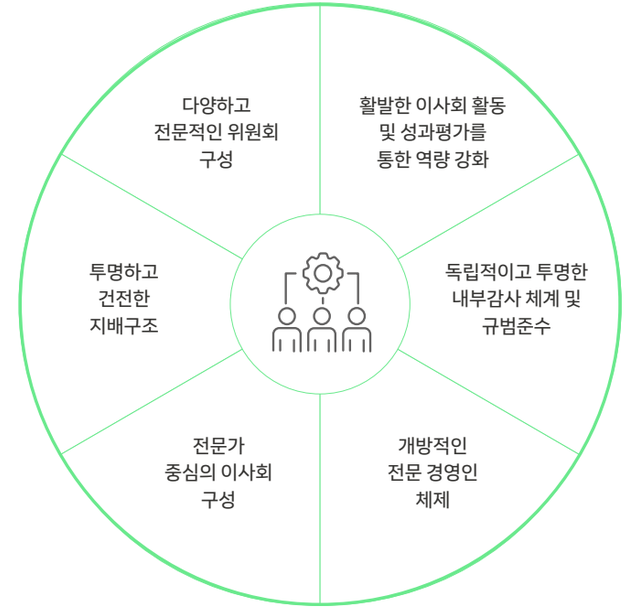
Target



정책 및 체계

지배구조 선진화

- 2021년 3월, 기업지배구조헌장 제정
- 한국ESG기준원(KCGS)의 기업지배구조 모범규준과 네이버 지배구조 현황 차이 공시
- 기업지배구조보고서를 통해 기업지배구조 정책 및 특징 6가지 명시 및 네이버의 약속과 실천 명문화



지배구조

주주권익 보호

주주권익 보호

주주참여 제고 제도

- 기업지배구조 모범규준을 준수하여 주주총회 최소 4주 전에 소집을 결의하며, 충분한 정보를 서면 또는 전자문서로 통지 및 공고하여 주주들이 의안에 대해 충분히 검토한 후 의결권을 행사할 수 있도록 지원, 의결권 대리행사도 적극 권유
- 주주 편의 제고를 위해 2021년부터 전자투표 및 전자위임장 제도 도입, 주주총회 집중일을 피해 정기주주총회 개최
- 주주의 배당 예측 가능성 제고를 위해 배당기준일을 이사회 결의로 정할 수 있도록, 2024년 3월 정기주주총회에서 정관을 개정

배당정책

- 2023년 5월, 새로운 3개년 주주환원정책 및 계획 발표(FY2022~2024)
- 경영환경(부채비율과 차입금 상환 계획 등)을 감안하여 중장기적 부채비율[1]을 2.0~2.5배로 유지하려는 목표를 기반으로 2개년 평균 연결 FCF(잉여현금흐름)[2]의 15~30%를 현금 배당으로 진행
- 2024년 결산배당: 약 1,684억 원(주당 배당금 1,130원)

구분	단위	2022	2023		2024
배당종류		특별 분기배당[3]	특별 분기배당[4]	결산배당	결산배당
주당배당금	원	914	415	790	1,130
(연결)현금배당성향	%	18.0	17.9		8.8
배당 총액	백만 원	137,072	62,398	118,985	168,437

* 2024년 사업보고서 기준

자사주 활용

- 주주환원계획과 별도로 주주가치 제고를 위해 3년간 매년 발행주식수의 1%를 기보유 자기주식을 활용해 소각한다는 계획 발표
- 2023년 11월, 기보유 자기주식 1,640,491주 소각 완료
- 2024년 8월, 기보유 자기주식 1,624,086주 소각 완료
- 2024년 11월, 신규 자기주식 2,347,500주 취득 후 소각 완료

1) Debt/EBITDA
2) 연결 FCF는 당해 연결 기준 영업이익 + 비현금성지출 – 법인세납부액 – CapEx
3) 2019~2021 사업연도에 대한 주주환원 정책의 방안 중 일부를 자기주식 매입에서 특별 분기배당으로 변경함에 따라, 2020, 2021 사업연도에 대한 자기주식 매입 예정 금액인 약 1,371억 원을 2022년 11월에 특별 분기배당으로 지급
4) 2022~2024 사업연도에 대한 주주환원 정책이 2023년 5월 결정, 발표됨에 따라 2022년 결산 배당분 약 624억 원을 2023년 8월 특별 분기배당으로 지급

최고경영진 승계 절차

- 이사회는 최고경영진에 요구되는 역할과 자격 요건을 정립하고 역량과 자질을 갖춘 후보를 추천 및 검증하는 역할 수행
- 경영진 승계 절차 진행 주체는 '리더십&보상위원회'이며, 글로벌 주요 사례를 참고하여 마련한 4단계 승계 정책을 기반으로 매년 최고경영진 승계를 관리[1]

1 자격요건 정의

- 최고경영진 자격요건에 대해 중장기 사업방향과 연계하여 논의하며, 정의된 자격요건에 대한 업데이트 필요 여부를 매년 점검
- 핵심 역량:
  - 사업간 관계를 조율하고, 글로벌 체계와 네트워크를 구축하여 도약의 계기를 만들 수 있는 경영 환경에 대한 통찰력 보유
  - 장기적인 성과 창출을 위해 급변하는 상황을 예측하여 미래 방향성을 제시하고, 혁신적인 변화를 주도할 수 있는 역량

2 후보군 선정

- 내부 후보군 롱 리스트(Long List) 매년 점검 및 관리
- 신임 최고경영진 선임이 필요한 경우 내부 후보군 외 외부 후보군도 균형 있게 검토

3 관리 및 육성

- 전사의 직책별로 요구되는 역할에 따라 필요한 리더십 역량을 정의 및 개발 지원
- EMBA(Executive MBA), Biz 인사이트 특강 등 지원 프로그램을 통해 비즈니스 감각 및 관점 확장, 경영역량 강화 지원

4 검증 및 선임

- 최고경영진 선임 시, 롱 리스트의 후보군 재검증 후 적합한 후보 추천
- 리더십&보상위원회 위원장이 주체가 되어 후보자군의 정성/정량 지표 바탕으로 적합 여부 검증
- 이사회에서 후보군 확정
- 주주총회 승인을 통해 등기이사 선임
- 이사회에서 최고경영진 최종 선임

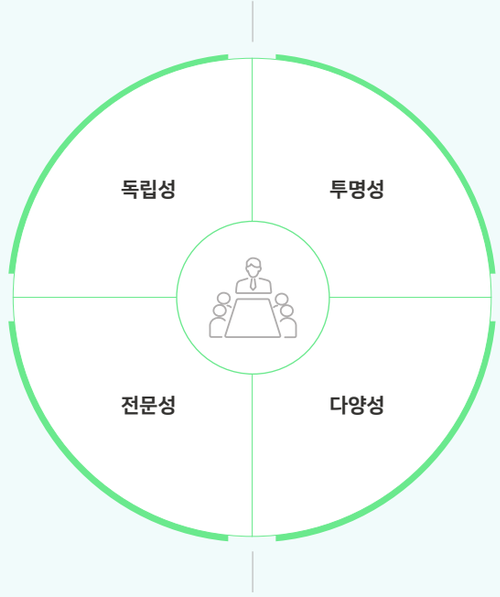
1) 리더십&보상위원회 2024년 2차 보고 안건 내 최고경영진 후보군 관리 및 육성 포함

지배구조

이사회 구성

이사회 특징

- 네이버는 회사의 자산총액이 2조 원을 초과한 2012년부터 이사회의 과반수를 사외이사후보추천위원회 검토를 거친 독립성이 검증된 사외이사로 구성하여 사외이사 중심의 이사회 운영 원칙을 구현
- 이사는 상법 및 정관에 따라 최소 3인, 최대 7인까지 선임할 수 있으며, 2025년 4월 기준 총 7인의 이사회 구성원 중 과반수 이상인 4인이 사외이사로 구성
- 이사회 역할 및 경영 투명성 강화를 위해 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하고 있으며, 이를 통해 의사결정 논의 시 경영진 의존성을 낮추고 경영진에 대한 관리·감독 기능 제고
- 이사회 출석 인원 중 이사회 결의에 대하여 특별한 이해관계가 있는 자는 의결권을 행사하지 못하도록 규정
- 상법 시행령의 사외이사 연임 제한을 준수, 이사 재임기간은 고루 분포되어 있으며 연령대는 40대~60대로 구성



- 이사회 의장과 대표이사의 역할을 분리하여 이사회 독립성 확보
- 이사회의 과반수를 사외이사로 구성
- 이사회 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권 행사 제한

- 모든 이사는 주주총회 결의로 선임
- 모든 위원회 구성을 외부독립이사로 구성

- 금융, 법률, 재무 등 회사 경영에 필요한 다방면의 지식과 산업 경험이 풍부한 전문가를 이사로 선임
- 직무를 충실히 수행하기 곤란하거나 상장회사의 경영에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 자는 사외이사 선임을 금지하며, 사외이사 겸직의 경우 이사회 승인 필요

- 후보 선정 시 인종, 성별, 나이, 종교, 장애, 국적, 지역, 정치적 성향 등을 이유로 제한 금지

이사회 조직 구성

이사회 조직도

위원회별 기능

감사위원회	• (목적) 이사 및 경영진 업무 감독 • (권한) 외부감사인 선정에 대한 승인, 그 밖에 감사 업무와 관련하여 정관 또는 내규에 정하는 사항
사외이사후보추천 위원회	• (목적) 주주총회에 사외이사 후보를 추천하기 위하여 후보군 관리 및 검증 • (권한) 사외이사 선임 원칙의 수립, 점검, 보완과 상시적인 사외이사 후보군 관리 및 후보 검증
리스크관리위원회	• (목적) 회사 내 운영, 재무, 인사, 법무 등 전 영역에서 통합적인 리스크관리 • (권한) 전사 통합적인 리스크관리 기본방침, 전략 수립 및 리스크 발생 원인 진단, 개선 방안 검토 등
리더십&보상위원회	• (목적) CEO 및 위원회에서 판단한 대상자에 대한 평가, 보상 및 선임 등의 심의 • (권한) 대상자에 대한 평가, 보상 및 선임 등에 관한 중요사항과 후보군 관리, 육성 등에 관한 사항 심의
ESG위원회	• (목적) 회사 경영 의사결정 내 지속가능성(Sustainability) 내재화 및 주요 환경, 사회, 지배구조 리스크와 기회 관리 • (권한) 전사 ESG 추진사항에 대한 최고의사결정 수행, 환경/사회적 지속가능성 기반의 비즈니스 아이템 발굴 및 투자 의사결정, 기후변화 대응 전략 및 방향성 수립, ESG 정보공시 및 대외 커뮤니케이션 관리, 사회공헌 집행

지배구조

이사회 현황 및 Skills Matrix(BSM)

Board Skills Matrix

		이해진	변대규	노혁준	변재상	이사무엘	김이배	최수연
성별		남	남	남	남	남	남	여
구분		이사회 의장	기타비상무이사	사외이사	사외이사	사외이사	사외이사	사내이사(대표이사)
출생년월		1967.06	1960.03	1970.09	1963.06	1972.07	1963.07	1981.11
임기		2025.03~2028.03	2017.03~2026.03(2회 연임)	2022.03~2028.03(1회 연임)	2024.03~2027.03	2024.03~2027.03	2025.03~2028.03	2022.03~2028.03(1회 연임)
현직		- 네이버 Founder & 이사회 의장	- 휴맥스홀딩스 대표이사 - 휴맥스 이사회 의장	- 서울대학교 법학전문대학원 교수	- 미래에셋생명 고문	- Endowus Co Founder, Chairman	- 덕성여자대학교 회계학전공 교수 - 국민연금 ESG 경영위원회 위원 - 한국지속성기준위원회 자문위원	- 네이버 대표이사
소속위원회 (●: 위원장, ○: 위원)	감사위원회			○	○		●	
	사외이사후보추천위원회		●			○	○	
	리스크관리위원회			●	○	○		
	리더십&보상위원회		○			●	○	
	ESG위원회		○	○	●			
경력 및 전문성	학력	서울대학교 컴퓨터공학 학사 한국과학기술원(KAIST) 대학원 전산학 석사	서울대학교 제어계측공학 박사	서울대학교 대학원 법학과 법학박사 Northwestern Univ. School of Law, LL.M.	서울대학교 법과대학 공법학과 학사	Royal Holloway, University of London Stanford Graduate School of Business & NUS Business School	서울대학교 경영대학 경영학과 경영학사 서울대학교 대학원 경영학과 경영학 석사 숭실대학교 대학원 회계학과 경영학 박사	연세대학교 법학전문대학원 석사 Harvard Law School, LL.M.
	경력	- 삼성SDS(주) - 네이버컴 대표이사 - NHN(네이버) 이사회 의장 - 네이버 Global Investment Officer	- 휴맥스 대표이사 사장 - SK텔레콤 사외이사 - 포스코 사외이사 - 한국공학한림원 부회장	- 서울지방법원 남부지방법원 판사 - 법무법인(유) 율촌 변호사 - 단국대학교 법과대학 조교수 - Harvard Law School 방문연구원	- 미래에셋증권 대표이사 사장 - 미래에셋생명 사장 - 미래에셋대우 사장 - 미래에셋생명 대표이사 사장	- Morgan Stanley Investment Management Co. Managing Director & Asia CIO - Morgan Stanley Investment Management Co. CEO & Chairman of the Board - Far East Orchard Ltd., Independent Director, Nominating Committee Chair, Remuneration Committee	- 금융위원회 회계제도심의위원회 위원 - 금융위원회 금융발전심의회 위원, 자본시장분과위원장 - 한국정부회계학회 회장 - 한국회계정책학회 회장	- NHN(네이버)홍보, 마케팅 - 법무법인(유) 율촌 변호사 - 네이버 글로벌 사업지원 책임리더
	법률 및 정책/리스크관리	○		○		○		○
	기업 경영, 재무, 금융	○	○	○	○	○	○	○
	산업/경제	○	○		○	○	○	○
	ESG		○	○	○		○	
	커뮤니케이션/이해관계자 대응							○
	IT	○	○					
	정보보호	○						
네이버와의 이해관계 여부		Founder	-	-	-	-	-	대표이사

* 2025년 3월 말 기준

• 제26기 네이버 정기주주총회(2025년 3월)를 통해 4명의 이사가 선임 혹은 재선임되었으며, 2명의 이사 퇴임: 선임·재선임 이사(이해진, 최수연, 노혁준, 김이배), 퇴임 이사(정도진, 채선주)

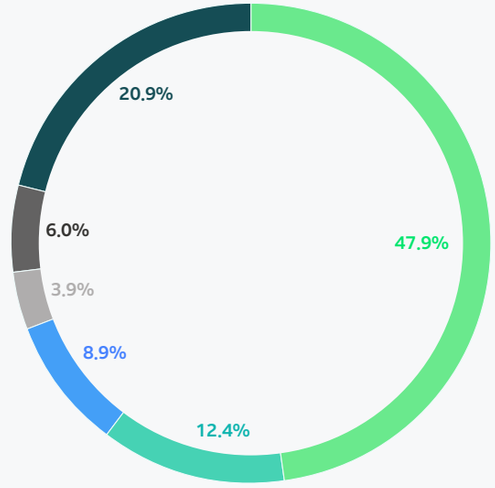
지배구조

주주가치 제고

주식 구성 및 자본구조

- 2024년 12월 말 기준, 네이버의 최대주주는 국민연금공단이며, 주주의 약 48%는 외국인 주주로 구성
- 발행한 주식은 전부 보통주식으로, 주식 수에 따라 공평한 의결권 부여
- 발행 가능한 주식의 총 수: 300,000,000주(1주의 액면금액: 100원)
- 2024년 12월 말 기준, 발행주식총수는 158,437,008주, 자기주식 수는 9,507,713주로 의결권 행사 가능 주식의 수는 발행 주식 대비 총 94.00%인 148,929,295주

주주구성표



(단위: %)

외국인	47.9
국내기관(국민연금 제외)	12.4
최대주주(국민연금)	8.9
창업자(이해진)	3.9
자기주식	6.0
개인(국내) 및 기타법인	20.9

주식의 종류 및 의결권

구분	유형	단위	주식수	비고
발행주식 총수	보통주	주	158,437,008	
의결권 없는 주식수	보통주	주	9,507,713	자기주식
의결권을 행사할 수 있는 주식수	보통주	주	148,929,295	

주식 동향

구분	단위	2022	2023	2024
최고가	원	376,000	234,500	231,500
최저가	원	158,500	178,300	155,000
연말 종가	원	177,500	224,000	198,900
KOSPI 지수	포인트	2,236.40	2,655.28	2,399.49
시가 총액	백만 원	29,118,713	36,379,525	31,513,121

주주 및 투자자 소통 강화

- IR(Investor Relations) 정책에 따라 다양한 채널을 통해 국내외 주주 및 투자자와 소통하여 주주가치 및 신뢰 향상
- 향후 주주 친화적 운영을 강화하고자 주요 IR 행사 시 사외이사가 참여하여 주주 의견을 직접 청취하고 이사회에 적극적으로 반영하는 방안을 검토 중

2024년 주요 소통 채널

홈페이지
- 별도의 국·영문 IR 페이지 운영

보고서 발간
- 영업보고서
- 기업지배구조보고서
- 감사보고서 등

IR 미팅
- 담당 부서와 투자자 미팅 진행
- 최고경영진과 이사진 참여 미팅 진행

NDR(Non-Deal Roadshow)
- 국내외 NDR 진행

DAN 24 Conference
- 경영진이 기업 비전 및 전략을 공유

외부 행사 참여
- 증권사 주최 Corporate Day·Conference 참가

지배구조

투명한 이사회 운영

사외이사 선임 프로세스

- 사외이사 선임 시 관련 법률상 사외이사의 자격요건을 충실히 확인하여 '사외이사 자격요건 확인서' 및 '감사위원회 적격요건 확인서'를 한국거래소에 제출
- 타회사 지분 소유, 당사 및 당사 계열회사 지분 현황, 네이버 및 네이버 계열회사의 과거 재직 여부 등 각종 이해관계를 상세하게 확인
- 이해상충 문제 발생을 방지하기 위하여 이사와 네이버 및 계열회사 간 이해상충을 지속적으로 분석 및 점검

사외이사 선임 절차

1 관리 → 2 검증 → 3 선임

사외이사후보추천위원회, 이사회사무국
- 사외이사 후보군 관리
- 사외이사 선임 원칙 수립, 점검, 보완

사외이사후보추천위원회
- 사외이사 후보군 검증
- 주주총회에 사외이사 후보 추천
- 사외이사 자격요건 확인서 한국거래소 제출

주주총회
- 선임 투표

사외이사 주요 결격사유

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

이사회 운영

- 이사회 운영 전반에 대해 정관과 이사회 운영규정 지침을 따르고 있으며, 주기적으로 정기 이사회를 개최하고, 필요 시 수시로 임시 이사회를 개최
- 이사회는 회사의 최고 상설 의사결정기구로서 각 분야에 전문지식과 경험이 풍부한 이사진에 의해 운영
- 사외이사는 원활한 직무 수행을 지원하기 위해 이사회 사무국 및 각 전담 부서[1]가 수시로 필요한 정보와 자원을 제공하고, 외부 교육을 수강

2024년 이사회 운영 현황

- 사외이사 교육: 사외이사를 대상으로 사업 전략 및 금융 환경에 대한 교육을 8회 실시
- 사외이사 이사회 참석률: 사외이사의 이사회 평균 참석률 100%(개별 사외이사 전원 100% 참석)
- 이사회 개최 횟수: 이사회 총 11회 개최(정기 이사회 8회, 임시 이사회 3회), 22건의 결의안건 및 23건의 보고 안건 의결

2024년 이사회 운영 성과

구분	개최 횟수	안건[2]	사외이사 출석률[3]
이사회	11	22(45)	100%
감사위원회	7	10(27)	100%
사외이사후보추천위원회	7	3(8)	100%
리스크관리위원회	5	2(17)	100%
리더십&보상위원회	5	2(9)	100%
ESG위원회	4	4(6)	100%

1) 이사회(이사회사무국), 사외이사후보추천위원회(이사회사무국), 리스크관리위원회(리스크관리 워킹그룹, Compliance), 감사위원회(감사실), 리더십&보상위원회(Leadership Channel), ESG위원회(Green Impact)
2) 괄호 안 숫자는 보고 안건 포함 시 안건 수
3) 사외이사 출석률은 보고 안건까지 포함한 총 개최 건수 대비 출석률의 평균

지배구조

2024년 이사회 결의 내용

회차	개최일자	의안내용	가결여부
1	2024. 01. 02.	• Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분	가결
2	2024. 02. 01.	• 2023년 4분기 실적보고 및 연간 재무제표 승인 • 네이버제트 자금 대여 • 준법지원인 재선임 • 회사 안전 및 보건에 관한 계획	가결 가결 가결 가결
3	2024. 02. 26.	• 2024년 경영계획 및 사업전략 방향성 • 제25기 정기주주총회 소집	가결 가결
4	2024. 03. 26.	• 이사회 산하 위원회 구성 변경 • 임직원 RSU 지급을 위한 자사주 처분 • 네이버클라우드 자금 대여 • 배송서비스 관련 라이선스 갱신	가결 가결 가결 가결
5	2024. 04. 30.	• 2024년 계열회사와의 거래 • 2024년 재단기부금 출연(해피빈, 커넥트) • 이사회 산하 위원회 구성 변경	가결 가결 가결
6	2024. 07. 01.	• Stock Grant 지급을 위한 자사주 처분	가결
7	2024. 07. 31	• 종속회사 유상증자 참여 • 관계기업 보유 지분 처분 • 자기주식 소각 승인	가결 가결 가결
9	2024. 09. 27.	• 자기주식 취득 및 소각	가결
10	2024. 11. 06.	• 자기주식 소각 승인	가결
11	2024. 12. 18.	• 네이버클라우드 자금 대여 • 2024년 주식매수선택권 부여 취소	가결 가결

* 8회차는 보고 안건만 진행하여 제외

성과평가 및 보상

이사회

- 사외이사를 포함한 이사회 성과평가를 연 1회 정기적으로 실시하고 있으며, 성과평가는 이사회 구성원의 이사회 및 이사 본인에 대한 설문 평가 방식으로 진행
- 이사회 성과평가 시 위원회 연간 활동 평가도 함께 진행하여, 이사회 의장과 사외이사 간 개선 방향성을 논의하고, 이사회 운영과 사외이사 활동 지원에 반영
- 주주총회에서 승인된 이사·감사의 보수 한도 내에서 이사·감사의 직무 및 성과 등을 감안하여 이사회 및 이사회 내 리더십&보상위원회에서 정한 기준에 따라 보수를 지급
- 사외이사의 보수 수준의 책정 시 법적 책임 수준 및 사회 통념상 회사의 규모, 동종·유사 업계의 보수 수준을 감안해 고정급 형태로 지급

2024년 이사 보수 지급 현황

구분	인원 수	보수총액[1] (백만 원)	1인당 평균보수액[2] (백만 원)
등기이사 (사외이사, 감사위원회 위원 제외)	3	3,577	1,192
사외이사 (감사위원회 위원 제외)	1	84	84
감사위원회 위원	3	364	115

1) 당해 사업연도에 재임 또는 퇴임한 등기이사 · 사외이사 · 감사위원회 위원이 등기임원 자격으로 지급받은 소득세법상의 소득 금액
2) 보수총액을 평균 인원 수로 나누어 계산

경영진

- 이사회에 보고한 중장기 목표와 당해연도 목표 및 추진과제를 근거로 리더십&보상위원회에서 종합적으로 경영진 성과를 평가[1]
- 사업단위 비전이 경영진의 경영 목표에 반영될 수 있도록 사업단위별 KPI가 수립된 이후 경영진의 성과평가 기준을 설정

근로소득	급여	개인의 역할 및 수행 직무의 가치를 고려하여 리더십&보상위원회에서 결정
	상여	단기성과 Target 인센티브[2]: 계량지표(영업수익, EBITDA 등)와 비계량지표 (회사 미래 성장동력 발굴을 위한 과제)를 기준으로 리더십&보상위원회에서 결정 중장기성과 제한조건부주식(RSU)[3]: 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 규모를 결정
	주식매수선택권 행사이익	이사회에서 승인된 재원 내에서 회사 성장에 기대되는 역할 및 기여도를 고려하여 지급
	기타근로소득	복리후생 기준에 따라 지급
퇴직소득		임원 등에 대한 인사규정 및 임원 퇴직금 지급규정에 근거하여 지급

1) 리더십&보상위원회 2024년 2차 결의 안건 내 사내이사 보수 체계 포함
2) 기본급의 최대 150% 내에서 업무의 중요도 및 난이도를 고려하여 Target 금액을 설정한 후, 조직/개인 성과에 따라 Target 금액의 50~150% 내에서 지급
3) 계약일로부터 총 3년간 매년 30%/30%/40%씩 분할 지급하는 조건으로, KOSPI 200 기업 대비 상대적 주가상승률 백분위에 따라 0~150% 내에서 지급

CEO – 직원 보수 비율

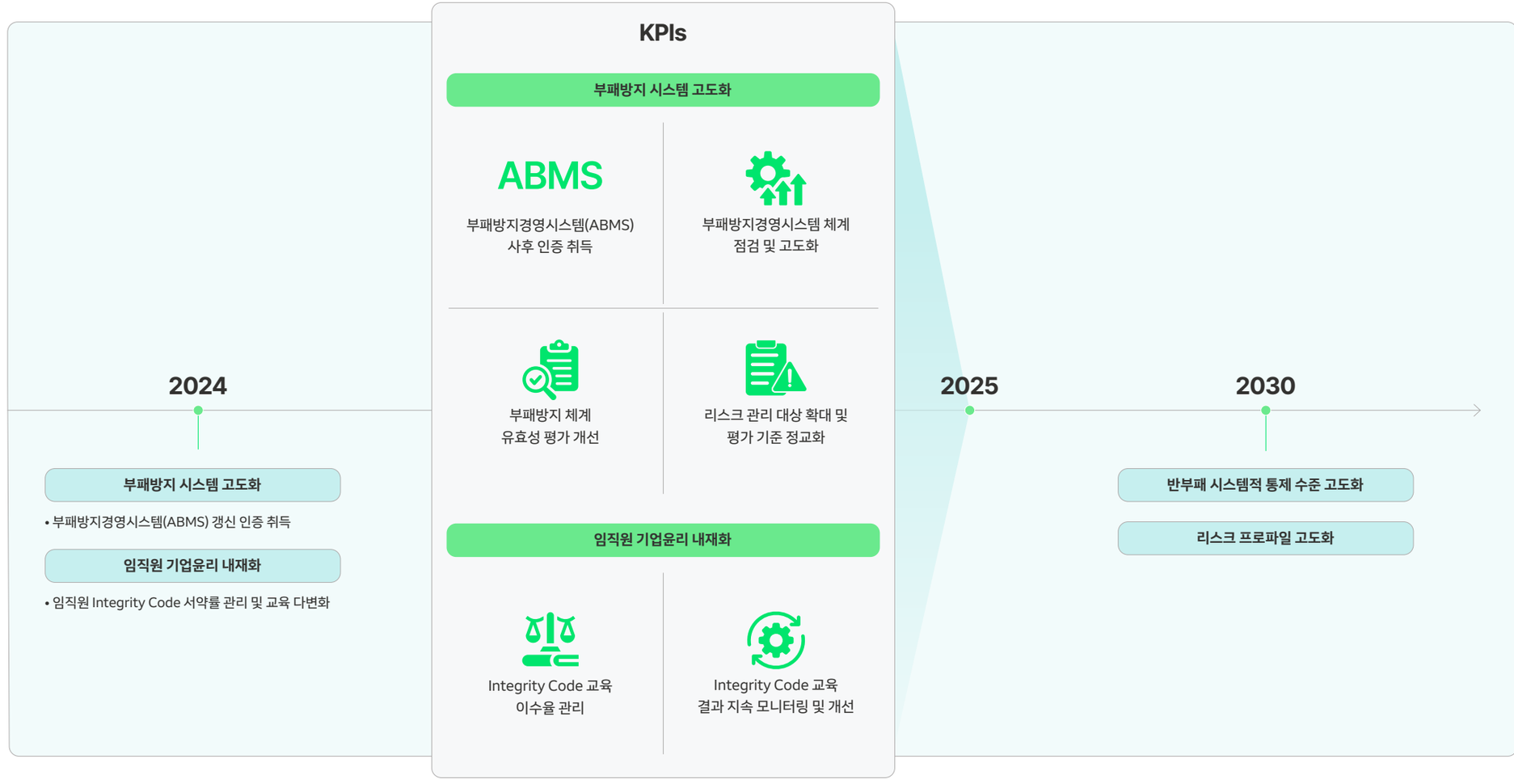
윤리경영

네이버는 기업윤리에 기반한 윤리경영 및 부패방지경영 체계를 확립하고, 이를 기반으로 윤리적·사회적 책임을 다하며 다양한 이해관계 속에서 건강하게 성장하고자 합니다.

이를 위해 윤리·규범준수 지배구조 체계를 확립하고 부패방지 및 규범준수 시스템을 정착시키는 데 주력하고 있으며, 부패 리스크를 효과적으로 관리하고 있습니다.

아울러 기업윤리규범인 Integrity Code를 규정하고, 전 임직원이 이를 실천함으로써 네이버의 모든 이해관계자에 대한 책임을 다하고 신뢰받는 기업으로 자리매김하고 있습니다.

Target



윤리경영

관리 및 감독

- 기업윤리 전담 부서는 대표이사 직속의 독립적인 조직으로서 기업윤리 위반 사례 조사 및 점검을 담당하며, 업무 현황 및 결과를 대표이사 및 이사회 내 감사위원회에 직접 보고
- 부패방지 관리 책임자는 정책/RM 대표 직속으로 부패방지경영시스템 관리 및 운영 업무를 수행하며, 매년 연 1회 이상 부패방지경영시스템(ISO 37001) 운영 현황과 결과를 대표이사와 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고

역할과 책임

이사회	• 부패방지경영시스템의 운용에 대해 주기적으로 검토 • 경영진이 회사의 부패방지경영시스템을 효과적으로 운용하는 지를 감독
경영진	• 부패방지경영시스템의 수립, 실행, 평가, 유지 및 개선을 위한 자원을 할당 • 보고 체계를 마련하며 회사의 부패방지경영시스템의 적용 및 준수 여부에 대한 관리 및 감독

정책 및 체계

기업윤리규범(Integrity Code)

- 네이버 기업윤리규범인 Integrity Code를 통해 공동체가 가져야 할 책임, 임직원 간 이해 상충 예방 및 상호 존중을 위한 회사의 기준 등을 규정
- 사내 다양한 언어 구성을 고려하여 국문 외 영문과 일문을 함께 제공 중
- 정규직, 계약직, 파견직, 인턴 및 네이버의 관계사 전 임직원을 대상으로 매년 서약 실시
- 2024년, 주요 준거 법령인 청탁금지법 시행령의 개정사항을 반영하여 기업윤리규범 개정

네이버 부패방지 및 규범준수 경영방침

1. 네이버는 업무 활동에 적용되는 국내외 법률 및 사내 규정 등 모든 규범준수 의무(Compliance Obligation)를 준수합니다.
2. 네이버는 업무상 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등 각종 부패행위를 엄격히 금지합니다.
3. 네이버의 모든 임직원은 이 방침과 부패방지 및 규범준수경영시스템에 따라 운영 중인 모든 사내 규정을 준수하고, 정기적으로 부패방지 및 규범준수 경영 서약서에 서명하며 이를 엄수하겠습니다.
4. 네이버는 부패방지 및 규범준수 책임자를 선임하여 독립적인 지위를 보장하고, 필요한 권한과 책임을 부여합니다.
5. 네이버는 부패방지 및 규범준수경영시스템을 구축하고 시스템의 실행 및 모니터링을 통해 부패방지 및 규범준수 경영 수준을 지속적으로 관리하고 개선합니다.
6. 네이버는 임직원이 부패행위를 포함한 규범준수 의무를 위반하거나, 위반가능성을 인지하고도 그 행위를 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않은 경우, 회사의 규정에 따라 징계 등 그에 상응하는 조치를 취합니다.
7. 네이버의 모든 경영진은 부패방지 및 규범준수경영시스템이 효율적으로 운영될 수 있도록 지원을 아끼지 않습니다.

부패방지경영시스템 고도화

• 2021년 '부패방지 경영방침'을 수립한 이후 해당 방침에 규범준수에 대한 내용을 포함하여 '네이버 부패방지 및 규범준수 경영방침'으로 개정 및 공개	• ISO(국제표준화기구)가 제정한 부패방지경영시스템(Anti-Bribery Management System) 표준규격인 ISO 37001을 2021년에 최초 취득한 이후 매년 사후 인증 심사를 진행하며 고도화 추진	• ISO 37001 표준 적용범위는 '뇌물수수(Bribery)'에 한정되어 있으나, 네이버는 보다 적극적인 윤리경영의 실천을 위하여 '부패(Corruption)[1]'로 확장	• 매년 정기적인 부패 리스크 평가를 통해 실질적인 부패 리스크 감소 및 임직원의 인식 제고

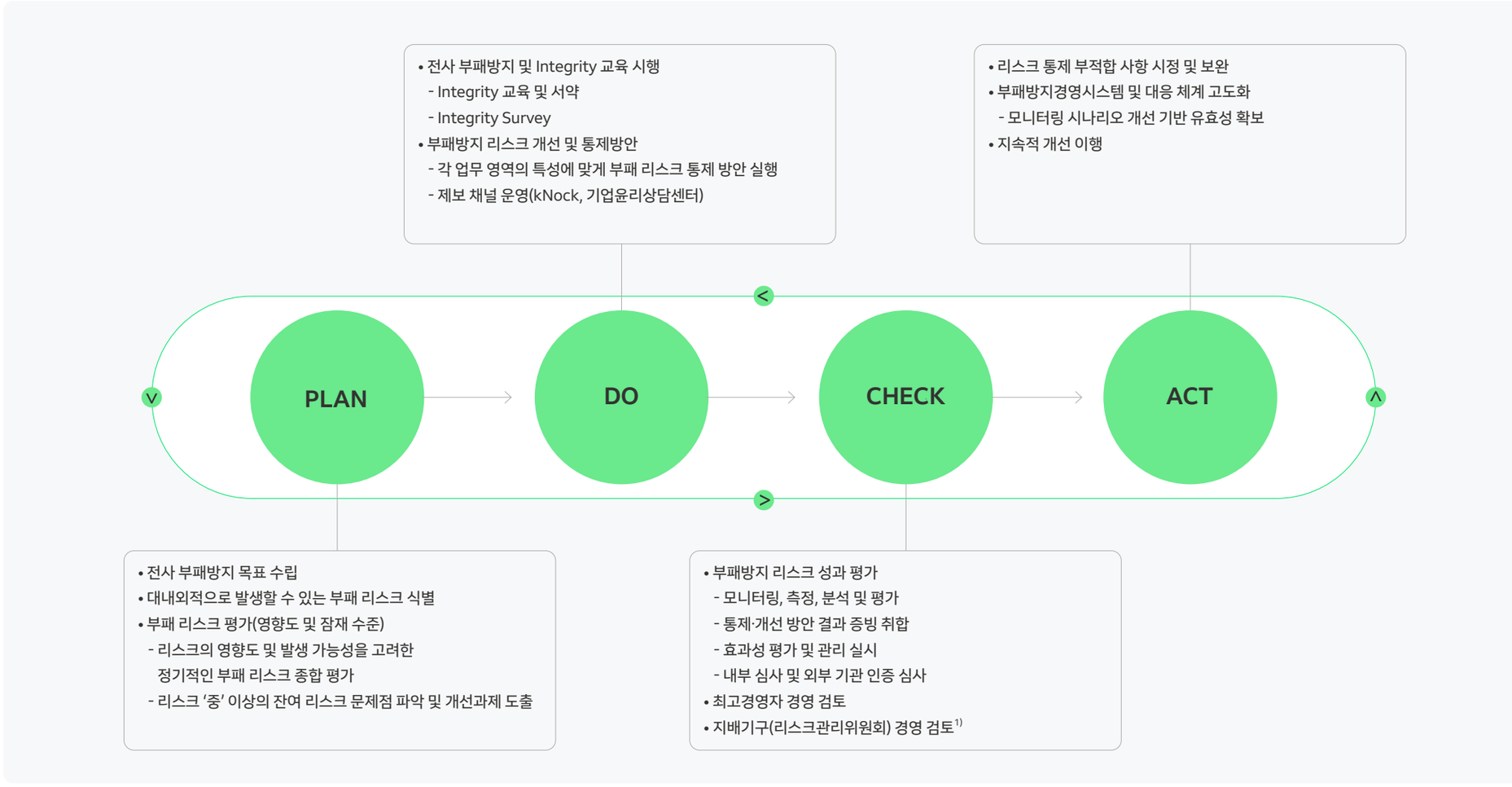
1) 이해관계자로부터 금품 등을 받거나 요구하는 행위, 뇌물을 주거나 부정한 청탁을 하는 행위 등을 포함

윤리경영

네이버 부패방지 리스크 대응 체계

전담 조직 역할

- 부패방지 경영 규정에 따른 프로세스 운영
- 주요 부패방지 통제가 필요한 부서에 대한 리스크 평가 시행 및 통제 현황 파악



1) 2024년 3회차 리스크관리위원회 보고 안건 내 부패 리스크 평가 결과, 리스크 경감 통제방안, 내부 심사 결과, 개선과제 등 포함

윤리경영

기업윤리 제보 및 상담

• 임직원의 기업윤리 위반 및 부정부패, 공정거래법 등 법령 위반행위, 지위를 이용한 부당한 요구, 금품·접대·편의 수수, 대금 지급 관련 불만, 비공개 정보의 유출, 기타 부정 및 비위행위 등을 상담 및 신고할 수 있는 기업윤리상담센터 운영

네이버 기업윤리상담센터

특징

• 네이버 홈페이지를 통해 365일 24시간 상시 운영
• 임직원뿐 아니라 제3자도 상담 및 신고 가능
• 국·영문 및 익명·기명 제보 모두 가능
• 상담자의 신분, 상담 내용을 엄격히 보호하며 상담 및 자진신고에 대한 보상 및 면책 등 상담자보호 프로그램 운영
• 제보자는 처리 결과를 웹사이트에서 실시간 확인 가능

기업윤리상담센터

네이버 및 관계회사 임직원의 기업윤리 위반사항을 알게 되었거나 위반이 의심스러운 사항에 대하여 온라인으로 편리하게 상담 및 신고할 수 있는 채널

처리 프로세스

1. **제보 접수**
   • 온라인, 우편, 이메일을 통해 제보 접수 가능(육하원칙에 따라 내용 기재)
   • 익명·기명 제보가 가능하며, 제보 내용 및 제보자 정보는 암호화하여 서버에 보관(개인정보는 수집 및 이용 목적 달성 후 6개월 이내 파기)
2. **사실관계 조사**
   • 제보사항에 대한 사실관계 조사 실시
   • 허위 내용임이 명백하거나 기초 사실관계 확인이 어려운 경우 사실관계 조사 미수행 또는 제보자에 대하여 추가 자료 제공 요청
   • 조사 참여자에 대한 인권 보호 대응 수준 및 우선순위 결정
3. **징계 심의**
   • 사실관계 조사 결과를 바탕으로 하여 취업규칙 및 관련 규정에 따라 인사위원회 소집 및 징계 심의
   • 외부 전문가를 통한 징계 심의의 적정성 확인
4. **징계 결과 공지 및 당사자 통보**
   • 징계 대상자에게 징계 심의 결과 통지
   • 징계 심의 결과 사내 공지 (다만 회사 기밀사항 또는 징계 대상자 인권침해 우려 시 예외)

사후 관리

• 준법지원인의 책임하에 신고 내용에 대한 독립적인 조사 실시
• 조사에 따른 징계는 기업윤리규범, 취업규칙 및 관련 규정을 바탕으로 인사위원회에서 심의하고, 공정한 징계 양정을 위하여 외부 전문가를 통해 양정의 적정성을 확인하는 절차를 거쳐 진행

제보자 보호

• 이메일, 우편을 통해 누구나 안심하고 상담 및 신고할 수 있도록 상담자(제보자) 보호 프로그램을 운영
• 상담 및 신고 내용은 기명으로 제보된 경우에도 비공개로 처리되어 상담자의 신분과 신고 내용 철저히 보호

처리 실적

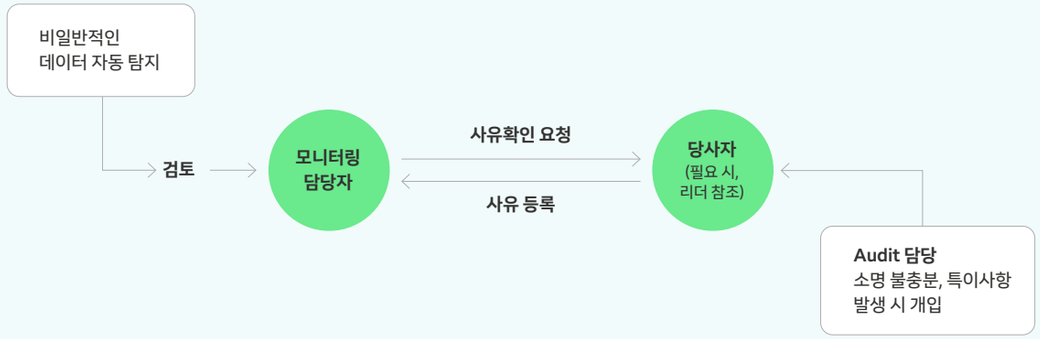
• 2024년에는 총 26건의 제보가 접수되었으며, 내부 절차에 따라 100% 처리 완료

윤리경영

윤리 감사 및 진단

- 부정부패 리스크를 예방하고 사후에 탐지할 수 있는 체계를 갖추고 있으며, 그 일환으로 부정위험 사전 예방 시스템인 'Self-Check System'을 운영
- 상시 모니터링으로 운영되는 Self-Check System은 개인, 경영 지원, 비즈니스, 기술에 걸쳐 시스템상의 비일상적인 사항을 수시로 모니터링하여 이상 데이터 감지 시 임직원에게 이메일을 통해 알리고 소명 기회를 제공하고 있으며, 사항에 따라 후속조치를 진행

Self-Check System 운영 프로세스



- 매년 서베이를 통해 네이버 전 사업장 대상으로 윤리경영 리스크 영역을 식별하여 연 1회 정기적으로 윤리기준 정기감사를 이행하며, 감사 결과와 후속 조치를 감사위원회에 정기적으로 보고

내부 윤리 규정 위반 조치 건수·유형

		단위	2022	2023	2024
내부 윤리 규정 위반 조치 현황	총 위반 건수	건	6	11	12
	감봉	건	1	1	4
	면책	건	0	0	0
	해임	건	0	1	1
	기타 징계	건	5	9	7

기업윤리 및 부패방지 교육

임직원 기업윤리 및 부패방지 교육

- 네이버는 매년 계약직과 정규직 포함 전 임직원에게 Integrity Code 준수 서약을 필수로 받고 있으며 그에 관한 다양한 교육 실시

대상별 교육 및 성과

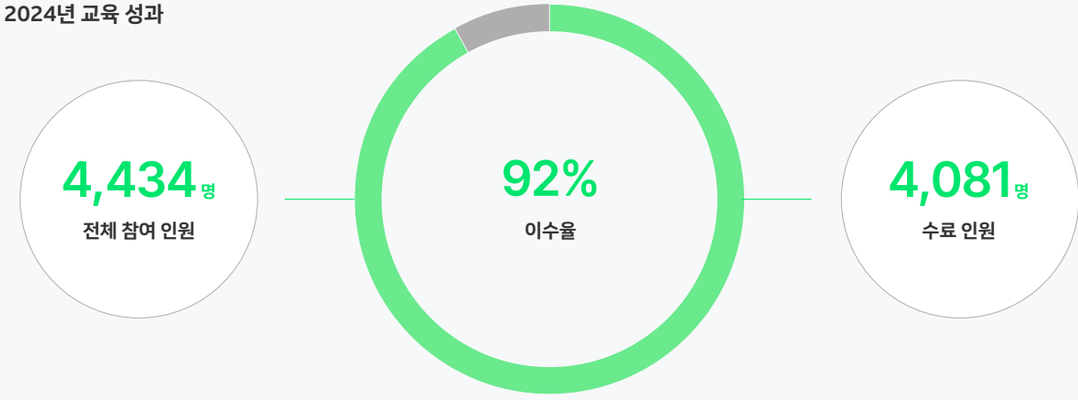
전사 임직원
- 청탁금지법 및 부패방지 관련 내용을 포함한 Integrity Code 교육 매년 진행
- 네이버의 기업윤리, 부패방지, 인권 존중 원칙인 Integrity Code의 주요 내용을 설명하고 중요성을 강조하는 온라인 교육 진행

신규 입사자
- 기업윤리에 대한 의무교육 진행
- 'Integrity의 중요성과 나의 역할' 교육 진행

경력 입사자
- 기업윤리에 대한 의무교육 진행

리더 직급
- 매년 워크샵을 통해 별도의 심화된 윤리경영 교육 진행

2024년 교육 성과



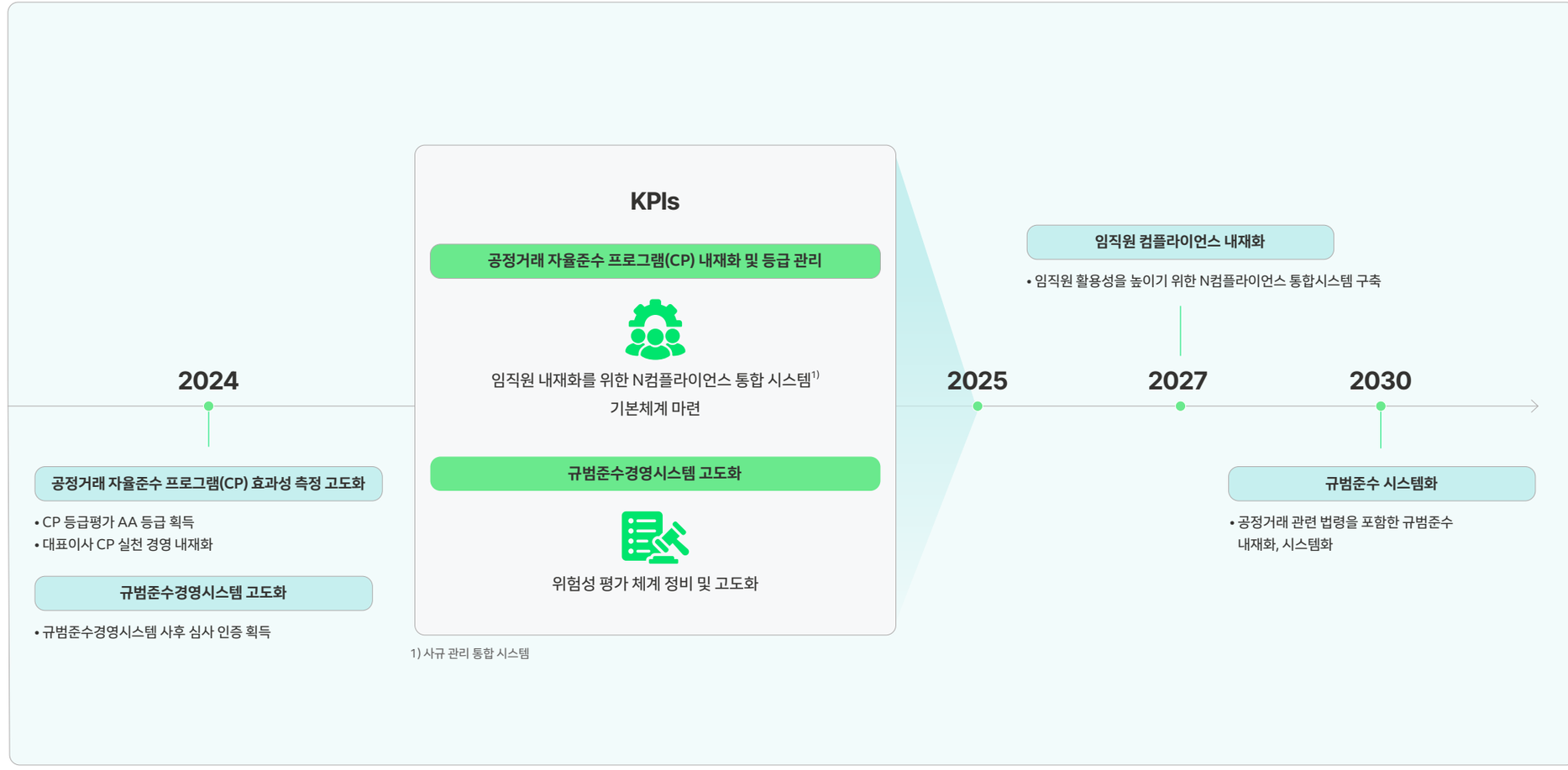
규범준수

네이버는 사업을 운영하는 모든 국가와 지역에서 제반 법규를 철저히 준수하여 경영의 안정성을 확보하고, 공정한 거래 관행을 실천하며 상생하는 생태계를 조성해 나갑니다.

국제 표준에 부합하는 규범준수경영시스템을 기반으로 실효성 있는 통제 체계를 구축하고 법 위반을 방지하기 위한 리스크 완화 활동을 수행하고 있습니다. 또한 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 도입하여 운영하고 있습니다.

매년 임직원을 대상으로 규범준수 및 공정거래 관련 교육, 공정거래 관련 법령에 대한 세밀한 점검, 공정거래 자율준수 편람을 비롯한 관련 가이드 마련 및 개정 등을 실시함으로써 규범준수 및 공정거래 관리체계를 더욱 강화하고 내재화해 나갈 예정입니다.

Target



1) 사규 관리 통합 시스템

규범준수

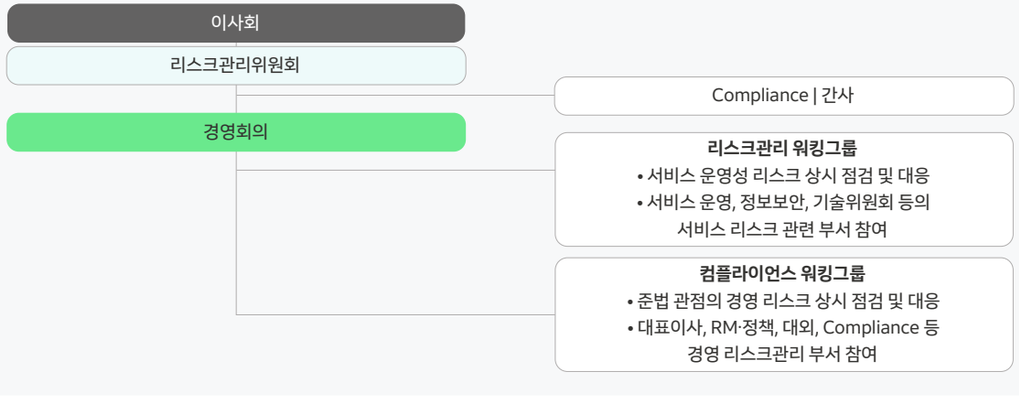
관리 및 감독

규범준수 및 공정거래 자율준수 관리·감독

- 2021년 이사회 내 ESG위원회 검토 후 컴플라이언스 전담 부서 신설
- 컴플라이언스 전담 준법지원인·자율준수관리자의 책임 하에 정책/RM 부문장 직속으로 다양한 공정거래 및 준법 리스크를 관리 중이며, 이사회 내 리스크관리위원회에 컴플라이언스 활동 내용을 직접 보고
- 준법지원인·자율준수관리자는 연 1회 이상 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program), 규범준수경영시스템(ISO 37301) 등 규범준수 체계 운영 현황과 결과를 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고
- 대표이사, CFO, 정책/RM 부문장, 대외/ESG정책 부문장 등이 참석하는 경영진 월간 컴플라이언스 회의를 자율준수관리자가 주최하여 주요 운영 현황 및 결과를 정기적으로 보고

컴플라이언스 관리체계

- CP 도입 및 운영
- 공정거래위원회 매뉴얼의 요구사항에 더하여 네이버의 상황까지 반영한 컴플라이언스 규정 제정
- Compliance 부서에서는 준법지원인·자율준수관리자가 이사회 내 리스크관리위원회에 컴플라이언스 관리 안건을 직접 보고할 수 있도록 보고체계 수립
- 준법지원인을 중심으로 컴플라이언스 리스크를 관리·통제할 수 있는 컴플라이언스 워킹그룹과, 정책/RM 부문을 중심으로 각종 서비스 운영 관점의 리스크를 관리·통제하는 리스크관리 워킹그룹을 병행하여 운용
- 공정거래 자율준수관리 및 준법경영 실무자들과 주관 법령의 리스크를 직접 부담하는 주요 사업부의 모니터링 담당 인력을 포함하여 CP&CMS TF[1]를 신설하여 보다 체계적인 운영을 도모



1) Compliance Program & Compliance Management System Task Force

정책 및 체계

공정거래 자율준수 편람

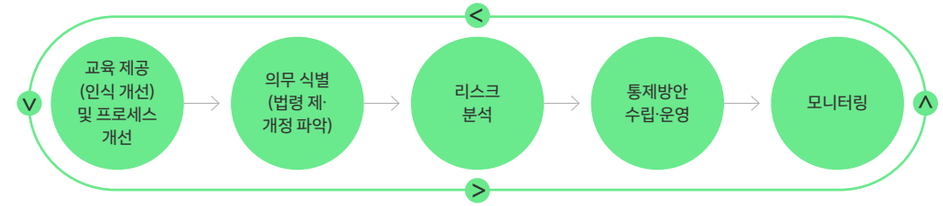
- 공정거래 관련 법규를 준수하기 위한 내부준법시스템이자 행동규범으로, 임직원들에게 행동 준칙을 제시하여 위반행위를 사전에 예방하고, 임직원의 자율적 활용을 통해 공정거래 관련 법령 및 이슈에 대한 인식을 제고하고자 제정
- 공정거래 자율준수 편람은 개요 및 필요성, 목적, 공정거래위원회의 기능 및 역할과 같은 일반 사항과, 국내 주요 법령[2] 및 해외 규제 동향으로 구성되어 있으며, 법률마다 심결례 및 판례, MUST NOT, 주요 질의사항 등을 제공

2) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률, 표시광고의 공정화에 관한 법률, 약관의 규제에 관한 법률, 하도급거래 공정화에 관한 법률, 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 등

규범준수경영시스템 운영

- 2024년 ISO(국제표준화기구)가 제정한 규범준수경영시스템(Compliance Management System) 표준규격인 ISO 37301 사후 심사 통과

주요 활동	• 네이버 서비스나 사업 활동에 적용될 다양한 법령들을 식별하고, 매년 이를 바탕으로 각 서비스 및 사업별 리스크 평가 • 해당 리스크에 대해 통제 수단을 구축하고, 통제 수단이 제대로 운영되고 있는지, 규범준수가 이루어지고 있는지에 대한 모니터링 및 점검 • 임직원 준법 지식수준 제고를 위해 다양한 법령 교육 제공 • 법령 제·개정 사항이나 정부의 주요 정책 변경사항에 대해 검토, 분석하고 그 내용을 임직원에게 공유 • 법 위반사항에 대해 익명으로 제보할 수 있는 대내외 신고 채널 운영
규범준수경영시스템 프로세스	• 리스크를 통제하고 예방하기 위하여 규범준수경영시스템을 구축 및 운영함으로써 법 위반 리스크를 실효적으로 통제



규범준수

공정거래 자율준수 프로그램(CP)

CP 주요 활동

- 준법통제기준 및 공정거래 자율준수 규정에 근거하여 컴플라이언스 리스크 식별 및 관련 리스크 통제
- 전체 직원을 대상으로 하는 교육 및 임원을 대상으로 하는 필수 교육 시행 등 교육 상시 제공
- 2024년 전자상거래법을 주제로 네이버 전자상거래 서비스에 대한 면밀한 점검 시행, 전자상거래법 위반의 위험성을 평가하고 발견된 미비점에 대한 개선 진행
- 전사 임직원에게 공정거래 관련 규제 동향 및 공정거래 관련 법규 제·개정 소식을 담은 컴플라이언스 뉴스레터 및 알림 전송
- 전사 임직원에게 법령 제·개정 내용 및 공정거래위원회 가이드라인 등을 반영한 2024년 개정판 공정거래 자율준수 편람 배포
- 공정거래 자율준수 포상 기준을 마련하여 'CP 우수 이행부서 포상'을 통해 플랫폼 업계 최초로 민간 자율규제위원회를 발족, 운영 등을 실천한 부서의 공로 인정
- 컴플라이언스 캠페인 진행을 통한 임직원의 CP 활동 인식도 제고 및 임직원의 CP 관련 의견 청취
- CP 운영 실적을 포함하여 CP 관련 사항들을 자율준수관리자가 이사회 내 리스크관리위원회에 직접 보고
- CP 운영 실적에 대해 외부 전문가의 추가 검토 등을 거쳐 개선 필요 사항 발굴
- 2024년 CP 등급 평가 AA 등급 획득

2024년 CP 성과

공정거래위원회 주관,
공정거래자율준수 프로그램(CP) 등급평가

'AA' 등급 획득

CP 운영 실적

- 유관부서, 전사 임직원 및 책임리더 대상 관련 교육 시행

교육명	진행	교육 목적 및 내용	대상	수행 실적
코드데이 교육	1월 7월	Integrity Code의 목적 및 내용 이해, CP 프로그램 안내	신규 및 경력 입사자 필수	2회 실시 / 수강률: 100%
Integrity Code 교육	3월	Integrity Code의 목적 및 내용 이해, 사내 문의 및 신고채널과 절차 안내	전사 필수	1회 실시 / 수강률: 92.03%
2024 준법교육 (전자상거래법상 다크패턴 규정의 이해)	9월	전상법에 신설되는 다크패턴 규정 내용, 예시, 네이버 다크패턴 관리 현황	전자상거래 서비스 기획자 및 설계자 필수	1회 실시 / 수강률: 62%
공정거래 자율준수 임원 교육(온라인 플랫폼 규제 현황 및 대응)	10월	온라인 플랫폼 법안 내용 및 규제 현황, 서비스 적용에 대한 리더십 차원의 이해	네이버 임원 필수	1회 실시 / 수강률: 96%
규범준수경영시스템 (CMS) 교육	10월	공정거래 법령을 비롯한 규범준수를 위해 필요한 사항 및 네이버의 규범준수경영시스템 체계에 대한 안내	CP&CMS TF 임직원 중 과거 CMS 교육 미이수자 필수	1회 실시 / 수강률: 100%
적법 도급 교육	10월	도급 관계 법령 준수를 위해 유의할 사항의 이해	지정 리더 필수	2회 실시 / 수강률: 94%

리스크관리

통합 리스크관리

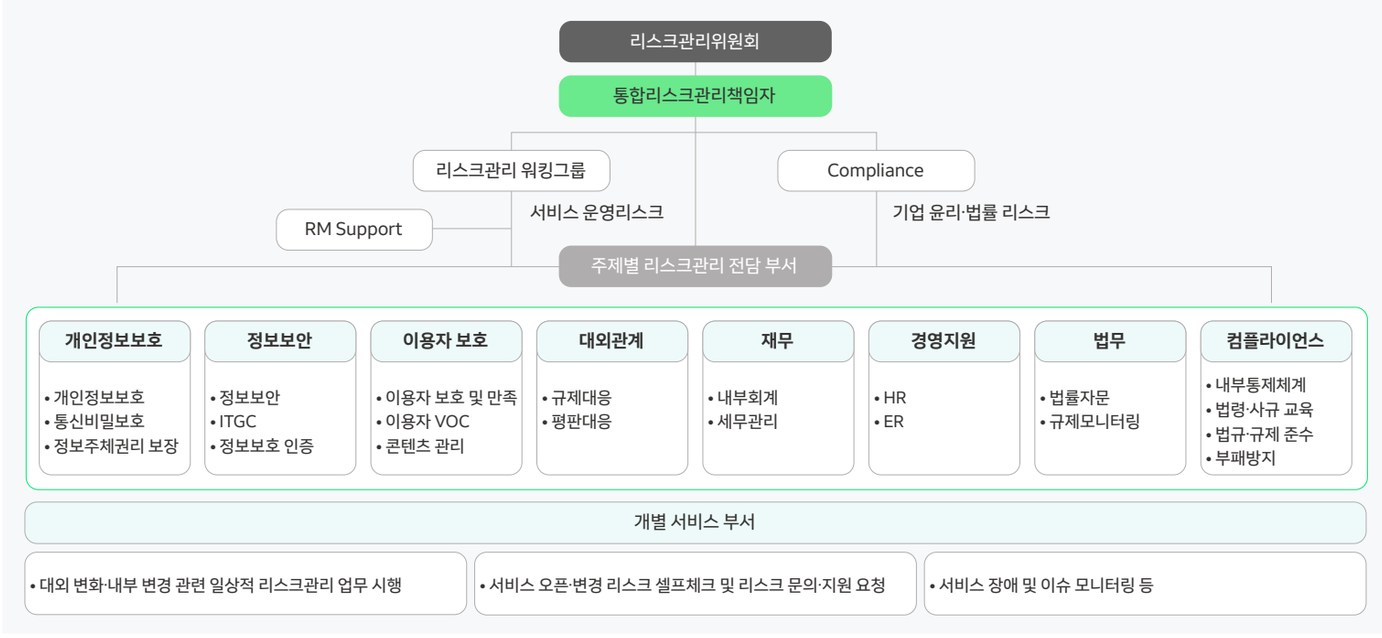
관리·감독

- 사업의 특성과 주요 이해관계자의 요구사항을 반영한 체계적인 전사 리스크 관리체계 구축 및 운영
- 전사 단위의 운영리스크 통합관리조직인 리스크관리 워킹그룹을 통해 전사 통합적 리스크관리 기본 방침을 수립하고 주기적으로 리스크관리 현황 점검
- 통합 리스크관리 책임자는 각종 리스크, 진단 결과, 활동, 대응 등에 대해 이사회 내 리스크관리위원회에 보고[1)]

1) 리스크관리위원회는 2024년 통합 리스크관리에 대한 안건을 2024년 3회차, 5회차, 2025년 1회차 세 번에 걸쳐 보고 받음

관리체계

네이버 전사 리스크 관리체계(Enterprise Risk Management)

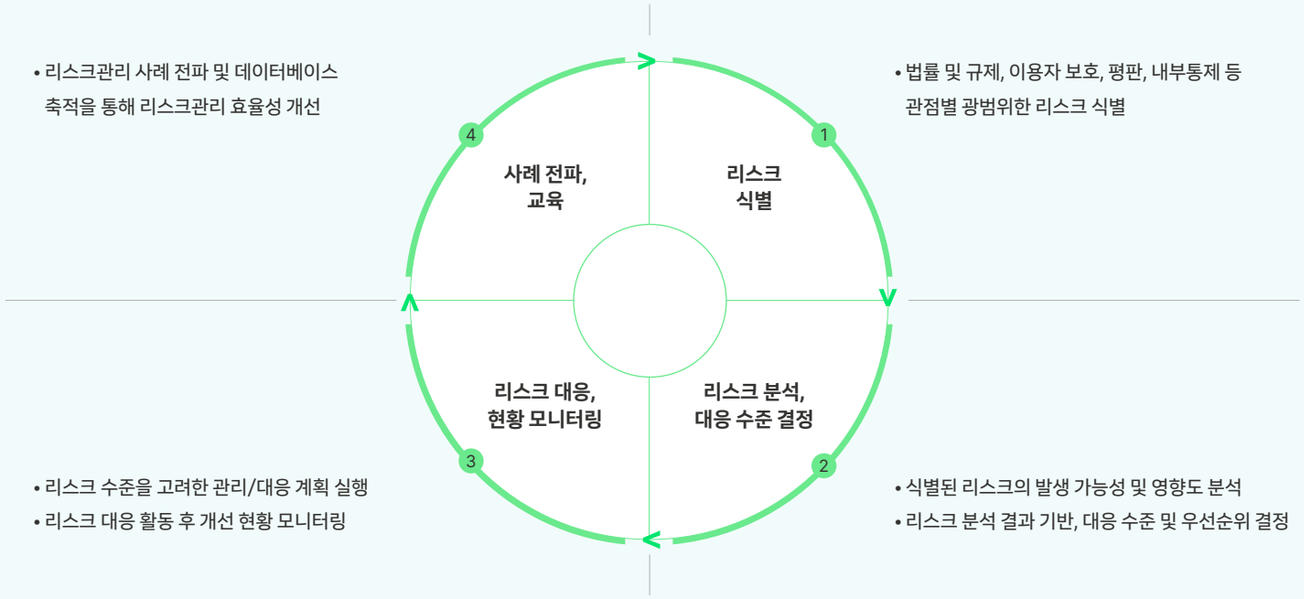


이사회 내 리스크 관리위원회	• 전사 리스크 관리체계 최고 의사결정기구로 전사 통합적 리스크관리의 기본 방침 및 전략 수립·관리 • 중대 리스크 대응 계획, 이행 현황, 대응 결과의 보고와 검토를 통해 전사 부서의 효과적인 리스크 관리체계 관장
주제별 리스크관리 전담 부서 및 개별 서비스 부서	• 가장 최전방에서 네이버 사업 및 서비스 리스크를 빠르게 식별하고 대응 • 주제별 리스크관리 부서는 상시로 서비스 부서와 소통하며 이슈 발생 시 신속히 대응함 • 서비스 오픈·변경·종료 시, 발생할 수 있는 리스크를 사전점검하여 이슈 발생 가능성을 최소화함 • 규제 신설, 기준 강화 등 환경변화를 사전에 감지하고 서비스 부서의 이슈가능성을 사전 점검함 • 개별 서비스 부서는 개인정보보호, 정보보안, 법무, 컴플라이언스 등 주제별 리스크관리 부서의 지원 하에 일상적 리스크를 충실히 관리
리스크관리 워킹그룹	• 주제별 리스크관리 부서 및 개별 서비스 부서에서 독립적으로 판단과 대응이 어려운 복합적인 리스크·이슈 및 전사 관점의 통합 논의가 필요한 사안에 대해 공유·협의 진행 • 주제별로 리스크관리 책임자가 참여하여 주제별 리스크 점검의 전문성을 유지하고, 통합적 관점의 논의를 통해 리스크 관리 및 예방 • 정기·상시 회의가 운영 중이며, 대외·서비스 환경 변화에 따라 추가적으로 검토가 필요한 리스크 영역을 식별 및 관리 • 중대 리스크 발생 시, 실시간 긴급회의를 소집하여 이슈 확산을 미연에 방지하고 네이버 서비스와 관련한 이용자 불편 최소화 • 서비스 장애 대응, 이용자 클레임 이슈 개선, 서비스 출시·변경과 같은 주요 서비스 운영 리스크에 대해서는 리스크관리운영분과를 구성하여 대응 실행력을 높이고 복잡한 이슈에 효과적으로 대응 • 서비스 출시 점검 프로세스 운영 과정에서 인지되거나, 주제별 리스크관리 부서가 요청한 리스크 요인 혹은 서비스 부서의 리스크 지원 과정에서 식별된 리스크 요소 중 복잡도가 높은 리스크는 리스크관리 워킹그룹 논의 어젠다로 발굴
RM Support	• 리스크관리 워킹그룹을 지원하기 위한 실무 조직으로 회의 운영 및 리스크관리위원회 보고 등 지원 업무 수행 • 다양한 부서의 협력과 논의가 필요한 사안·과제에 대해 TF구성 및 진척관리 등을 통한 업무수행 견인
Compliance	• 경영 활동 과정에서 발생가능한 제반 법규 및 규정 관련 리스크를 예방·최소화할 수 있도록 선제적으로 리스크를 확인·평가·관리하며, 네이버가 전사적 차원에서 법률 및 각종 규정을 준수할 수 있도록 내부 통제체계 구축 • 윤리경영, 부패방지, 공정거래 자율준수 등 컴플라이언스 체계를 유지하기 위해 다양한 활동을 전개

리스크관리

리스크 관리 프로세스

• 제공하는 서비스와 플랫폼의 핵심 가치를 고려하여 입체적으로 리스크를 진단하고 관리할 수 있는 리스크 관리 프로세스를 통해 지속가능한 리스크관리 실현



세무관리

세무관리 원칙

• 영업 활동 전반에서 발생하는 다양한 세무 이슈에 대해 사전 검토 및 납세 협력 의무 이행

네이버 세무관리 실천 사항

1. 제신고 납부 의무의 준수 및 사전 리스크 검토
조세 관련 법령이 규정한 세금 신고 및 납기에 대한 준수를 철저히 하며, 세금 신고 과정에서 발생하는 이슈 사항에 대해 조기에 파악 및 검토 진행

2. 특수관계자 간 정상가격에 대한 철저한 검토
해외 자회사 간 정상가격 이슈에 대해서 철저히 검토하고, 외부 전문 기관이 검토한 적격한 근거를 갖추는 한편, 다양한 거래가 발생함에 따라 회사가 의도하지 않은 법령 위반이 발생하지 않도록 상시 모니터링 진행

3. 국제 거래상 의무 이행
글로벌 최저한세 및 BEPS(Base Erosion and Profit Shifting) 과세자료 제출 등 국내외 규정에 따른 납세 의무를 이행하며, 조세피난처를 활용하거나 실질이 없는 거래는 배제하여 윤리적 납세 원칙을 준수

4. 납세 협력 의무 이행
과세관청의 조세 관련 협력 사항에 대해 적극적으로 협조함으로써 납세자의 책임과 의무 이행

조세부담 투명성

• 사업보고서를 통해 조세 관련 세부 사항을 공시하여 조세부담 투명성 제고
• 적정한 조세 법규 적용 및 이를 통한 이해관계자 보호를 위해 주요 세목에 대하여 회사 내외부의 조세 전문가의 최종 검토 후 신고 의무 준수

세무 리스크관리

• 매년 개정되는 조세 관련 규정을 면밀히 모니터링하여 당사에 영향을 미치는 사항에 대해 신속하게 적용
• IT 업종의 특성상 기존 법령이 불분명한 경우 외부 세무 전문가의 조력을 받거나, 과세관청에 질의하는 등 납세의무자의 의무 이행
• 세무 리스크관리에 대한 절차는 조세 관련 법령에 따라 적법하게 의사결정하며, 이러한 거래 사실을 입증할 수 있는 적격한 근거 및 증빙을 법령에 의거하여 관리

리스크관리

감사

감사기구

- 상법에 근거하여 감사위원회를 구성하고 감사위원회의 운영, 권한과 책임 등을 감사위원회 운영 규정에 명시하여 그에 따라 업무 수행
- 감사위원회는 관련 법령의 경력 요건을 충족하는 재무·회계 전문가 및 법률 전문가를 포함하여 전원을 사외이사로 구성함으로써 전문성과 독립성 확보
- 감사위원 대상으로 정기적으로 외부 전문가를 초청해 내부회계관리제도 현황 및 감사위원회 운영 트렌드에 대한 교육을 실시하여 감사위원의 전문성 제고
- 준법지원인은 경영진과 임직원이 법과 규정을 준수하고 회사경영을 적정하게 수행하는지 등을 독립적으로 감시하고 이사회에 보고하는 역할을 수행하여, 네이버의 모든 임직원이 준법 통제 기준을 준수할 수 있도록 지속적으로 점검

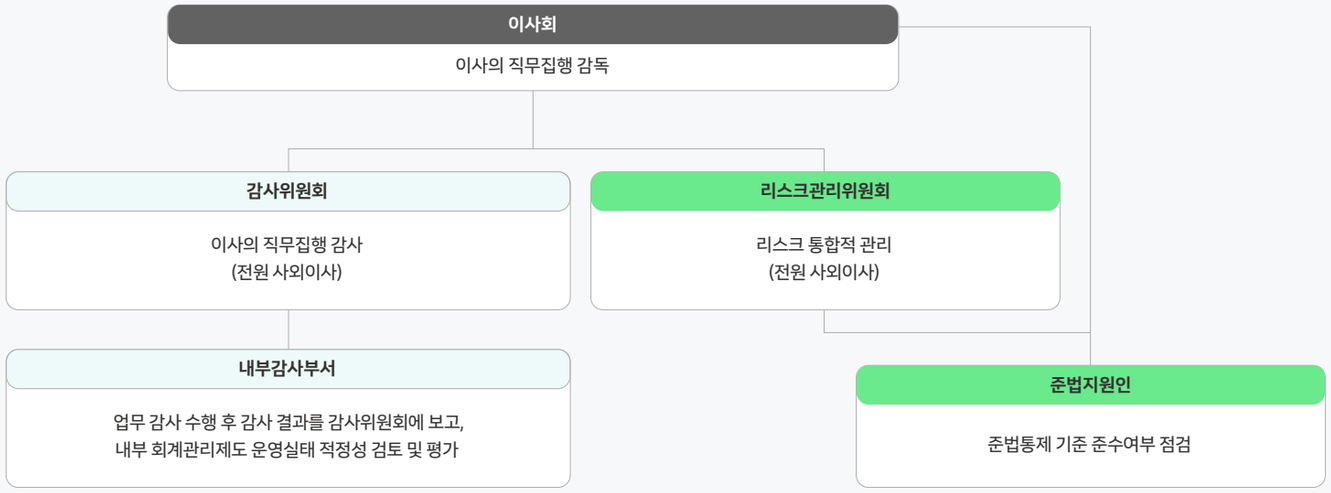
외부감사인

- 외부감사인의 독립성과 전문성을 위해 외부감사인 선임 시 후보 평가 기준에 독립성 및 법규 준수 항목, 감사 담당자의 산업 전문성 및 경험 등의 항목을 포함
- 감사위원회와 외부감사인 간 분기별 회의를 통해 감사 내역과 품질을 검토
- 2024년 한영회계법인이 외부감사인을 담당, 제26기(2024년) 사업연도의 감사 의견 '적정'

사업연도	감사인	구분	내용	보수 (백만 원)
제26기 (2024년)	한영회계법인	감사	별도 및 연결재무제표 감사, 내부회계관리제도 감사	2,990
		비감사	세무자문	15
			세무자문	25

네이버 내부감사장치 및 실적

내부감사장치



내부감사 운영실적

이사회	2024년 총 11회의 이사회를 개최하여 회사의 경영에 관한 주요 사항을 보고받고 의사결정 수행
감사위원회	2024년 총 7회의 감사위원회 개최. 회계, 업무 감사의 결과 및 이에 부수되는 주요 사항에 대해 그 내용의 적법성 여부 등을 회계부서, 감사부서 및 외부감사인으로부터 직접 보고받아 검토
리스크관리위원회	2024년 총 5회의 리스크관리위원회 개최. 회사의 리스크 관리를 위한 안건을 보고받고 심의
내부감사부서	업무 감사 수행 후 감사결과를 감사위원회에 보고, 감사위원회를 보좌하여 회사의 내부회계관리제도 운영 실태 보고의 적정성을 독립적으로 검토, 평가하고 그 결과를 감사위원회에 보고
준법지원인	준법통제기준 준수 여부를 점검하고 그 결과를 이사회의 위임을 받은 리스크관리위원회에 보고

내부감사 지적 사항 처리

- 내부감사 지적 사항은 경영진에게 통보되고 사규에 따라 조치되고 있으며, 적절한 시기마다 사후 관리 모니터링 시행

Appendix

재무

연결재무상태표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
자산			
유동자산	**9,374,912,034,828**	**7,028,076,457,880**	**6,439,570,710,743**
현금및현금성자산	4,195,524,637,851	3,576,456,533,329	2,724,168,321,708
단기금융상품	2,859,768,247,306	808,248,060,681	1,216,410,034,221
당기손익-공정가치 측정 금융자산	412,653,427,012	697,743,584,418	745,584,919,599
매출채권및기타채권	1,655,220,886,505	1,724,145,643,626	1,540,471,078,134
재고자산	21,743,796,031	14,811,319,796	8,651,839,041
기타유동자산	214,754,613,981	181,397,740,106	194,039,763,315
당기법인세자산	15,246,426,142	16,471,207,827	10,244,754,725
매각예정비유동자산	0	8,802,368,097	0
비유동자산	**28,792,964,001,192**	**28,709,750,506,515**	**27,459,472,178,393**
유형자산	2,909,592,132,861	2,741,621,328,149	2,457,820,240,295
사용권자산	317,538,095,513	691,832,707,701	738,710,004,475
무형자산	3,657,186,453,124	3,445,599,901,744	1,481,423,637,125
투자부동산	97,070,332,897	53,430,246,000	0
장기금융상품	71,155,872,000	13,755,872,000	14,255,722,000
당기손익-공정가치 측정 금융자산	2,124,997,152,940	2,227,335,975,392	2,427,610,041,051
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	1,218,556,164,988	1,378,247,811,941	1,354,122,792,627
관계기업 및 공동기업 투자	17,406,149,463,680	17,588,864,100,100	18,541,286,921,720
이연법인세자산	473,629,416,181	381,436,175,332	265,767,603,355
매출채권및기타채권	452,109,661,559	97,199,883,555	76,754,808,757
기타비유동자산	64,979,255,449	90,426,504,601	101,720,406,988
자산총계	**38,167,876,036,020**	**35,737,826,964,395**	**33,899,042,889,136**

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
부채			
유동부채	**6,092,160,669,672**	**6,305,568,632,198**	**5,480,633,710,849**
매입채무및기타채무	1,558,832,501,211	1,838,187,891,754	1,245,664,499,219
당기손익-공정가치 측정 금융부채	561,037,204,645	454,823,038,561	71,905,225,561
단기차입금	135,389,909,719	333,041,315,118	261,430,486,390
유동성장기차입금	200,000,000,000	192,923,826,668	1,119,968,812,396
유동성사채	0	249,962,199,849	0
당기법인세부채	377,616,038,486	334,267,425,429	349,087,471,196
충당부채	4,186,275,528	6,128,374,012	5,450,342,335
리스부채	208,497,038,211	234,727,100,710	193,376,317,267
기타유동부채	3,046,601,701,872	2,661,507,460,097	2,233,750,556,485
비유동부채	**5,074,803,518,011**	**5,194,259,516,644**	**4,968,086,697,836**
매입채무및기타채무	91,281,385,940	102,531,973,265	69,639,961,691
당기손익-공정가치 측정 금융부채	15,392,012,800	249,253,989,426	684,617,869,427
장기차입금	863,059,968,000	993,600,442,662	328,034,313,380
사채	2,007,288,715,797	1,655,718,953,449	1,704,518,276,546
순확정급여부채	762,686,537,059	607,892,193,638	577,397,964,363
충당부채	19,283,443,136	14,704,327,970	17,784,624,686
리스부채	387,635,118,602	518,909,669,133	589,253,964,655
이연법인세부채	927,727,840,271	1,051,478,119,905	985,870,669,008
기타비유동부채	448,496,406	169,847,196	10,969,054,080
부채총계	**11,166,964,187,683**	**11,499,828,148,842**	**10,448,720,408,685**
자본			
지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본	25,459,903,574,291	23,206,042,240,996	22,744,095,607,040
자본금	16,481,339,500	16,481,339,500	16,481,339,500
자본잉여금	1,422,685,316,697	1,242,632,248,504	1,556,453,389,615
기타자본구성요소	-1,944,224,642,757	-2,597,430,397,696	-2,474,526,129,371
이익잉여금	25,964,961,560,851	24,544,359,050,688	23,645,687,007,296
비지배지분	1,541,008,274,046	1,031,956,574,557	706,226,873,411
자본총계	**27,000,911,848,337**	**24,237,998,815,553**	**23,450,322,480,451**
자본및부채총계	**38,167,876,036,020**	**35,737,826,964,395**	**33,899,042,889,136**

재무

연결포괄손익계산서

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
영업수익	**10,737,719,264,647**	**9,670,643,576,585**	**8,220,078,708,810**
영업비용	**-8,758,455,825,820**	**-8,181,823,306,977**	**-6,915,414,298,267**
영업이익	**1,979,263,438,827**	**1,488,820,269,608**	**1,304,664,410,543**
기타수익	732,532,606,257	206,488,339,818	310,571,804,200
기타비용	-588,474,705,472	-401,005,659,917	-375,658,237,080
이자수익	173,555,227,088	101,111,135,020	59,164,658,931
금융수익	459,652,759,343	502,205,185,394	619,735,977,200
금융비용	-578,866,062,461	-682,767,513,153	-931,522,674,095
지분법손익	144,521,227,866	266,544,560,781	96,761,151,453
법인세비용차감전순이익	**2,322,184,491,448**	**1,481,396,317,551**	**1,083,717,091,152**
법인세비용	-390,208,118,495	-496,378,555,058	-410,536,791,065
당기순이익	**1,931,976,372,953**	**985,017,762,493**	**673,180,300,087**
당기순이익(손실)의 귀속			
지배기업 소유주지분	1,923,237,257,015	1,012,321,527,624	760,260,876,247
비지배지분	8,739,115,938	-27,303,765,131	-87,080,576,160

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
기타포괄손익	**698,687,134,258**	**-260,648,518,805**	**-1,388,015,023,214**
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목	867,742,542,665	-393,810,457,545	-1,201,075,972,444
해외사업환산손익	426,508,289,750	151,777,835,412	122,569,353,269
지분법자본변동	441,234,252,915	-545,588,292,957	-1,323,645,325,713
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	-169,055,408,407	133,161,938,740	-186,939,050,770
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	-93,907,386,774	31,535,428,016	-484,843,494,849
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익	-8,084,970,953	4,928,744,939	-45,127,813,925
지분법자본변동	-47,262,098,345	29,859,125,802	274,285,784,800
재평가손익	21,389,128,638	0	0
순확정급여부채의 재측정요소	-41,190,080,973	66,838,639,983	68,746,473,204
총포괄손익	**2,630,663,507,211**	**724,369,243,688**	**-714,834,723,127**
포괄손익의 귀속			
지배기업 소유주지분	2,561,162,590,080	748,831,191,489	-681,315,237,223
비지배지분	69,500,917,131	-24,461,947,801	-33,519,485,904
지배기업 지분에 대한 주당이익			
기본주당순이익	12,702	6,661	5,007
희석주당순이익	12,553	6,576	4,985

재무

연결자본변동표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	자본						
	지배기업 소유주지분					비지배지분	자본 합계
	자본금	자본잉여금	기타자본구성요소	이익잉여금	지배기업 소유주지분 합계		
2024.01.01 (기초자본)	**16,481,339,500**	**1,242,632,248,504**	**-2,597,430,397,696**	**24,544,359,050,688**	**23,206,042,240,996**	**1,031,956,574,557**	**24,237,998,815,553**
당기순이익				1,923,237,257,015	1,923,237,257,015	8,739,115,938	1,931,976,372,953
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익			-92,496,324,409		-92,496,324,409	-1,411,062,365	-93,907,386,774
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 처분손익				-8,300,210,235	-8,300,210,235	215,239,282	-8,084,970,953
해외사업환산손익			365,740,184,191		365,740,184,191	60,768,105,559	426,508,289,750
지분법자본변동			393,342,833,671		393,342,833,671	629,320,899	393,972,154,570
재평가손익			21,389,128,638		21,389,128,638		21,389,128,638
순확정급여부채의 재측정요소				-41,750,278,791	-41,750,278,791	560,197,818	-41,190,080,973
현금배당				-118,984,856,180	-118,984,856,180		-118,984,856,180
주식기준보상거래		62,802,137,421	40,259,370,661		103,061,508,082	75,733,395,449	178,794,903,531
자기주식취득			-405,122,711,100		-405,122,711,100		-405,122,711,100
자기주식 소각			333,599,401,646	-333,599,401,646	0		0
비지배지분과의 거래 및 연결범위변동		117,250,930,772	-3,506,128,359		113,744,802,413	363,817,386,909	477,562,189,322
2024.12.31 (기말자본)	**16,481,339,500**	**1,422,685,316,697**	**-1,944,224,642,757**	**25,964,961,560,851**	**25,459,903,574,291**	**1,541,008,274,046**	**27,000,911,848,337**

재무

연결현금흐름표

(단위: 원)

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
영업활동현금흐름	**2,589,874,337,746**	**2,002,233,273,518**	**1,453,390,444,990**
영업에서 창출된 현금흐름	3,087,220,047,400	2,672,160,565,366	2,298,686,419,871
이자의 수입	151,371,751,760	98,199,175,820	20,673,303,127
이자의 지급	-96,195,600,801	-129,405,367,641	-40,173,810,844
배당금의 수취	55,060,773,144	43,721,525,837	34,753,150,218
법인세의 납부	-607,582,633,757	-682,442,625,864	-860,548,617,382
투자활동현금흐름	**-1,340,024,321,675**	**-949,822,085,262**	**-1,215,888,095,959**
단기금융상품의 증가	-5,817,193,562,732	-3,173,245,644,270	-1,481,362,715,676
단기금융상품의 감소	3,751,640,407,572	3,583,232,926,687	906,428,487,342
장기금융상품의 증가	-53,200,000,000	0	0
장기금융상품의 감소	0	500,000,000	0
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	-2,035,886,207,130	-2,693,963,338,618	-5,151,401,634,229
당기손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	2,420,636,531,989	2,718,635,244,975	4,727,172,598,822
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 감소	0	0	-16,016,168,742
유형자산의 취득	-553,997,155,009	-640,623,697,250	-700,733,545,914
유형자산의 처분	32,089,663,389	7,316,798,534	12,203,857,538
리스채권의 회수	10,595,216,673	6,274,783,190	7,462,366,762
무형자산의 취득	-26,108,078,025	-51,637,440,980	-55,500,428,444
무형자산의 처분	2,120,720,143	633,805,661	923,978,480
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	-1,019,700,000	-32,121,513,088	-46,595,632,596
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	3,391,793,711	75,852,751,999	126,380,427,929
관계기업및공동기업투자주식의 취득	-70,991,883,087	-70,943,419,463	-257,838,142,800
관계기업및공동기업투자주식의 처분	964,031,680,627	604,752,359,248	702,978,746,957
사업결합으로 인한 현금의 순증감	-49,636,133,077	-1,283,975,361,775	4,264,026,832
종속기업의 처분	80,488,783,294	-1,059,104,535	0

네이버 주식회사와 그 종속기업	제 26 기	제 25 기	제 24 기
투자활동현금흐름			
단기대여금의 증가	-140,000,000	-2,450,660,440	-5,537,883,009
단기대여금의 감소	641,633,700	5,719,159,671	5,043,249,999
장기대여금의 증가	-1,170,000,000	0	0
장기대여금의 감소	399,685,200	205,778,560	146,412,000
기타투자활동으로 인한 현금유입액	6,232,579,958	6,627,131,842	20,476,902,179
기타투자활동으로 인한 현금유출액	-2,950,298,871	-9,552,645,210	-14,382,999,389
재무활동현금흐름	**-770,292,464,617**	**-110,032,028,405**	**-339,465,120,952**
유동차입금의 차입	69,282,376,150	905,385,000,000	139,564,583,333
유동차입금의 상환	-532,636,959,383	-1,276,242,190,115	-358,505,249,749
비유동차입금의 차입	185,000,000,000	835,080,704,000	106,435,416,667
비유동차입금의 상환	-79,902,083,295	-616,872,943,838	-100,690,379,540
사채의 발행	199,320,560,000	176,512,823,880	0
사채의 상환	-250,000,000,000	0	0
리스부채의 상환	-227,133,187,845	-204,064,693,090	-178,551,442,728
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 증가	19,199,160,694	100,598,886,266	130,504,106,918
당기손익-공정가치 측정 금융부채의 감소	-990,430,000	0	0
자기주식의 취득	-405,122,711,100	0	0
종속회사 유상증자	425,230,435,480	0	0
배당금 지급	-118,984,856,180	-62,397,685,220	-213,363,927,393
주식기준보상관련 현금유입	11,738,394,388	28,003,591,900	61,406,468,500
비지배지분과의 거래로 인한 현금유입	840,940,983	6,415,123,730	87,981,692,188
비지배지분과의 거래로 인한 현금유출	-97,486,350,308	-237,051,042	-15,572,499,931
기타재무활동으로 인한 현금유입액	34,441,440,768	586,740,373	3,916,338,007
기타재무활동으로 인한 현금유출액	-3,089,194,969	-2,800,335,249	-2,590,227,224
현금및현금성자산의 환율변동효과	139,510,553,068	-90,090,948,230	44,735,549,802
현금및현금성자산의 순증감	619,068,104,522	852,288,211,621	-57,227,222,119
기초현금및현금성자산	3,576,456,533,329	2,724,168,321,708	2,781,395,543,827
기말현금및현금성자산	4,195,524,637,851	3,576,456,533,329	2,724,168,321,708

재무

종속기업 정보

구분	기업명	소재지	주요사업	자산총액(백만 원)	지분율(%)
주요종속기업	네이버파이낸셜 주식회사	대한민국	전자금융업	3,897,940	89.21
	WEBTOON Entertainment Inc	미국	모바일 콘텐츠 서비스	2,941,593	62.49
	NAVER J.Hub Corporation	일본	투자	2,073,152	100
	PROTON PARENT, INC.	미국	기업 인수 목적	2,019,234	99.27
	네이버클라우드 주식회사	대한민국	IT인프라 서비스	1,722,604	100
	네이버웹툰 유한회사	대한민국	모바일 서비스 개발	993,519	100
	Poshmark, Inc.	미국	커머스 플랫폼	588,949	100
	LINE Digital Frontier Corporation	일본	모바일 콘텐츠 서비스	566,293	100
	NAVER France	프랑스	유럽사업 개발 및 R&D	472,323	100
	크림 주식회사	대한민국	스니커즈 중개 플랫폼	333,139	43.69
	LINE WORKS Corporation	일본	웍스모바일 일본 사업	239,548	77.93
	스노우 주식회사	대한민국	모바일 플랫폼 서비스	200,010	90
	알파넥스트미디어이노베이션펀드	대한민국	투자(간접투자펀드)	198,315	96.30
	C-FUND Subfund 3	프랑스	투자	150,313	99.75
	C-FUND Subfund 5	프랑스	투자	92,186	99.75
	스튜디오엔 주식회사	대한민국	콘텐츠 서비스	91,179	100
	에스브이에이콘텐트미디어이호사모투자합자회사	대한민국	투자	78,549	99.83
	주식회사 문피아	대한민국	웹소설 플랫폼	77,793	61.12
기타종속기업	SODA inc., NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED, 엔테크서비스 주식회사, 티비티 글로벌 성장 제1호 투자조합, NAVER Cloud Asia Pacific Pte Ltd, NAVER U.Hub Inc, 에스브이에이소다사모투자 합자회사, 네이버랩스 주식회사, Wattpad Corporation, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제2호, NAVER Cloud Japan Corporation, SNOW China Limited., 네이버아이앤에스 주식회사, 주식회사 그린웹서비스, NAVER-KTB 오디오콘텐츠 전문투자조합, Wattpad Webtoon Studios Inc.(캐나다), NAVER CLOUD AMERICA INC, Poshmark India Private Limited, C-Fund, 엔아이티서비스 주식회사, Poshmark Canada Inc., 페이머스스튜디오 주식회사, 주식회사 인컴즈, Watong Entertainment Limited, C-FUND Subfund 4, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제1호, NAVER Cloud Europe GmbH, NAVER CHINA CORPORATION, NW MEDIA CONTENTS INC., 주식회사 컴파트너스, Wattpad Webtoon Studios Inc. (미국), C-FUND Subfund 2, Chengdu NCC Technology Corporation, 스튜디오리코 주식회사, 스프링캠프 초기전문 투자조합 제4호, SODA Singapore INT PTE. LTD,, SNOW China (Beijing) Co., Ltd., 주식회사 스튜디오제이에이치에스, Yiruike Information Technology (Beijing) Co., Ltd., Do Ventures Annex Fund, LP, 네이버시너지펀드, Wattpad Inc, 주식회사 엔비전스, Broccoli Entertainment Corporation, SNOW Japan Corporation, 케이크 주식회사, 네이버웹툰컴퍼니 주식회사, 팹 주식회사, 주식회사 오디언소리, BootCamp Partnership Limited, 네이버클라우드트러스트서비스 주식회사, 주식회사 세미콜론스튜디오, 네이버핸즈 주식회사, SNOW VIETNAM COMPANY LIMITED, Poshmark Online Marketplace Private Limited, Dongman Entertainment Corporation, Poshmark Limited, Poshmark Pty Ltd., 스프링캠프 상생 펀드 1호, SODA inc., 나매인 주식회사, Monokabu Inc., SNOW Inc., Wattpad Studios (Cell Phone Swap) Inc				

* 2024년 12월 말 기준, 주요 종속기업 여부 판단기준은 최근사업연도말 자산총액 750억 원 이상

환경

I. 네이버(주) 온실가스 배출량

시장 기반 온실가스 배출량 [1)2)]		단위	2022	2023	2024
온실가스 총배출량	합계	tCO_2e	86,991	89,505	121,186
온실가스 배출량 Scope 1	합계	tCO_2e	893	2,048	1,493
	고정연소	tCO_2e	691	1,799	1,233
	이동연소	tCO_2e	201	249	259
온실가스 배출량 Scope 2	합계	tCO_2e	86,100	87,459	119,697
	전력	tCO_2e	85,218	86,738	118,979
	스팀	tCO_2e	882	721	719
집약도	총배출량 집약도	tCO_2e/매출액(십억 원)	10.58	9.26	11.29
	직접 배출량 집약도(Scope 1)	tCO_2e/매출액(십억 원)	0.11	0.21	0.14
	간접 배출량 집약도(Scope 2)	tCO_2e/매출액(십억 원)	10.47	9.04	11.15

지역 기반 온실가스 배출량 [1)3)]	단위	2022	2023	2024
온실가스 총배출량	tCO_2e	87,092	90,612	127,462
온실가스 배출량 Scope 1	tCO_2e	893	2,048	1,493
온실가스 배출량 Scope 2	tCO_2e	86,201	88,567	125,973
집약도	tCO_2e	10.60	9.37	11.87

1) 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 사업장별로 소수점 단위 이하를 절사하여 합산하므로 Scope 1과 Scope 2 합계와 차이가 있을 수 있음
2) 시장기반 배출량은 배출권거래제 적합성평가결과에 따른 값으로 재생에너지 PPA에 따른 온실가스 감축량을 포함
3) 지역기반 배출량은 에너지 사용량에 국가전력배출계수를 적용하여 산정한 값으로 지역기반과 시장기반 배출량의 차이가 감축실적에 해당

Scope 3 배출량		단위	2022	2023	2024
온실가스 배출량 Scope 3	합계	tCO_2e	209,708	78,706	124,601
	1,2. 구매제품/서비스, 자본재[4)]	tCO_2e	83,826	61,348	93,271
	3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO_2e	7,137	6,932	17,632
	4. 업스트림 운송 및 유통	tCO_2e	10	76	101
	5. 사업장 발생 폐기물	tCO_2e	249	259	344
	6. 임직원 출장	tCO_2e	453	1,032	634
	7. 임직원 통근	tCO_2e	2,035	2,288	2,214
	8. 업스트림 임차·임대 자산[5)]	tCO_2e	40	-	-
	9. 다운스트림 운송 및 유통	tCO_2e	2	2	4
	11. 판매 제품 사용	tCO_2e	11,392	6,224	9,788
	12. 판매 제품 폐기	tCO_2e	131	125	197
	13. 다운스트림 임차·임대 자산	tCO_2e	424	419	416
	15. 투자[6)]	tCO_2e	104,009	-	-

4) Category 1~2 배출량에는 네이버(주) 및 네이버클라우드(주) 의 구매제품, 서비스, 자본재 배출량을 포함
5) 기존 'Category 8. 업스트림 임차·임대 자산' 카테고리에서 산정하던 물류창고 서비스 계약에 따른 배출량을 Category 1 구매한 상품 및 서비스로 산정
6) 기존 '투자' 카테고리에서 산정하던 계열사 배출량을 연결법인 Scope 1&2 배출량으로 분리 보고하여 Category 15에서 제외

환경

II. 에너지 사용량

구분			단위	2022	2023	2024
에너지 총사용량	합계[1]		MWh	202,218	212,994	291,922
비재생에너지 사용량	합계		MWh	196,728	206,317	272,007
	직접 에너지 사용량	도시가스 (LNG)	MWh	3,665	4,953	4,996
		이동연소	MWh	822	1,015	1,057
		경유	MWh	86	3,573	1,282
	간접 에너지 사용량	전력	MWh	185,596	191,214	258,981
		스팀	MWh	6,558	5,562	5,691
재생에너지 사용량	합계		MWh	5,490	6,678	19,915
	지열	합계	MWh	4,934	3,810	5,539
		1784	MWh	4,929	3,805	4,205
		그린팩토리	MWh	5	5	5
		데이터센터 각 세종	MWh	-	-	1,329
	태양광	합계	MWh	455	457	717
		1784 및 그린팩토리	MWh	187	173	173
		데이터센터 각 춘천	MWh	207	203	200
		데이터센터 각 세종	MWh	-	25	231
		커넥트원	MWh	61	56	112
	PPA	합계	MWh	101	2,410	13,659
		1784	MWh	101	2,410	11,641
		그린팩토리	MWh	-	-	2,018
	RE100 달성율(지열제외)		%	0.3	1.5	5.3
	재생에너지 사용 비율		%	2.7	3.1	6.8
집약도	총사용량 집약도		MWh/매출액(십억 원)	24.60	22.02	27.19
	직접 에너지 사용량 집약도		MWh/매출액(십억 원)	0.56	0.99	0.68
	간접 에너지 사용량 집약도		MWh/매출액(십억 원)	23.38	20.35	24.65
	재생에너지 사용량 집약도		MWh/매출액(십억 원)	0.67	0.69	1.85

1) 비재생에너지 사용량 + 재생에너지 사용량

III. 온실가스 배출 감축량

구분		단위	2022	2023	2024
온실가스 배출 감축량	합계	tCO_2e	17,414	16,809	30,925
지열에너지 도입을 통한 저감	1784	tCO_2e	2,264	1,748	1,931
	그린팩토리	tCO_2e	2	2	2
	데이터센터 각 세종	tCO_2e	-	-	610
재생에너지 전력 구매를 통한 저감	1784	tCO_2e	46	1,107	5,348
	그린팩토리	tCO_2e	-	-	927
재생에너지 전력 생산을 통한 저감	1784	tCO_2e	85	79	78
	커넥트원	tCO_2e	28	25	51
	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	95	93	91
	데이터센터 각 세종	tCO_2e	-	11	106
고효율 설비 도입을 통한 저감	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	249	249	181
	데이터센터 각 세종	tCO_2e	-	15	51
자연공조 냉방기 도입을 통한 저감	데이터센터 각 춘천	tCO_2e	14,645	10,426	11,161
	데이터센터 각 세종	tCO_2e	-	3,054	10,388
온실가스 감축률(Scope 1,2)		%	16.7	15.8	20.3

* 온실가스 배출 감축량은 한국표준협회로부터 제3자 검증 수행

** 외기 냉방 및 인버터 사용 감축량 산정의 사업경계를 하나로 통합할 필요가 있다는 검증 의견에 따라 기존 '고효율 설비' 카테고리에 포함하던 '인버터' 시설의 감축량을 '자연공조 냉방기' 카테고리로 변경함

환경

IV. 연결법인 온실가스 배출량

구분		단위	2022	2023	2024
온실가스 총 배출량[1)2)3)4)5)]	합계	tCO_2e	-	342,782	440,595
	네이버 주식회사	tCO_2e	-	168,211	245,787
	네이버클라우드 연결	tCO_2e	-	172,670	190,813
	웹툰 연결	tCO_2e	-	312	427
	스노우 연결	tCO_2e	-	511	1,217
	기타 법인	tCO_2e	-	1,078	2,351
온실가스 배출량 Scope 1	합계	tCO_2e	-	2,348	1,943
	네이버 주식회사	tCO_2e	-	2,048	1,493
	네이버클라우드 연결	tCO_2e	-	62	48
	웹툰 연결	tCO_2e	-	63	52
	스노우 연결	tCO_2e	-	35	87
	기타 법인	tCO_2e	-	140	263
온실가스 배출량 Scope 2	합계	tCO_2e	-	89,763	124,131
	네이버 주식회사	tCO_2e	-	87,459	119,697
	네이버클라우드 연결	tCO_2e	-	632	827
	웹툰 연결	tCO_2e	-	252	378
	스노우 연결	tCO_2e	-	477	1,134
	기타 법인	tCO_2e	-	943	2,094
온실가스 배출량 Scope 3[6)]	합계	tCO_2e	-	250,686	314,544
	네이버 주식회사	tCO_2e	-	78,706	124,601
	네이버클라우드 연결	tCO_2e	-	171,980	189,943

1) 2024년 말 기준 연결 법인 중 연결 매출액의 98.6%에 해당되는 종속기업의 배출량 포함
2) 배출량 산정 범위에는 임차 사업장의 배출량이 포함되며, 임대 데이터센터 배출량은 계약 법인인 네이버클라우드의 Scope 3 Category 8 Upsteam 임차자산 배출량으로 산출
3) 2023년 네이버클라우드 Scope 1&2 배출량은 개정된 산정 기준에 맞추어 Scope 3 카테고리로 일부 변동
4) 연결 법인 및 Scope 3 온실가스 배출량은 한국표준협회로부터 제한적 보증수준의 검증을 수행하였으나 제한된 요소에 따른 한계로 인하여 추후 변동 가능성이 있으며, 향후 공시 기준 등에 따라 산정 범위 및 카테고리 재조정 가능성 존재
5) 온실가스 배출량은 법인별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 카테고리별 합계와 차이가 있을 수 있음
6) Scope 3 배출량은 중요성 평가 기준에 따라 우선 순위가 높다고 판단되는 네이버(주) 및 네이버클라우드의 주요 카테고리에 대해서만 산정

V. 수자원 관리 지표

구분			단위	2022	2023	2024
용수 사용량[7)]			m^3	253,457	231,931	342,357
용수 취수량	상수도	합계	m^3	247,372	220,400	323,961
		1784	m^3	63,198	74,881	77,264
		그린팩토리	m^3	30,995	7,288	32,335
		데이터센터 각 춘천	m^3	137,465	102,210	115,947
		데이터센터 각 세종	m^3	-	14,897	77,907
		커넥트원	m^3	14,463	19,523	19,085
		네이버 스퀘어	m^3	1,251	1,601	1,423
용수 재사용량	중수도	합계	m^3	6,085	11,531	18,396
		1784	m^3	910	2,442	3,667
		그린팩토리	m^3	2,810	283	4,323
		데이터센터 각 춘천	m^3	-	-	-
		데이터센터 각 세종	m^3	-	-	-
		커넥트원	m^3	2,365	8,806	10,406
		네이버 스퀘어	m^3	-	-	-
용수 재사용률			%	2.4	5.0	5.4

7) 신규 유입한 취수량 + 조직 내 재사용량

VI. 폐기물 관리 지표

구분		단위	2022	2023	2024
폐기물 발생량	합계[8)]	ton	283	279	378
	일반 폐기물	ton	283	279	378
	지정 폐기물	ton	-	-	-
폐기물 처리량	합계[9)]	ton	283	279	378
	소각	ton	206	215	286
	매립	ton	-	-	-
	재활용	ton	77	64	91
	재활용률	%	27	23	24

8) 일반폐기물 + 지정폐기물
9) 매립 + 소각 + 재활용, 소수점 표기 방식으로 합계와 차이 발생

인적 자본

I. 일반

구분		단위	2022	2023	2024
임직원	합계[1]	명	4,963	4,417	4,611
성별	남성	명	3,021	2,612	2,682
	여성	명	1,942	1,805	1,929
고용형태별	정규직	명	4,670	4,210	4,401
	남성	명	2,864	2,494	2,558
	여성	명	1,806	1,716	1,843
	비정규직[2]	명	293	207	210
	남성	명	157	118	124
	여성	명	136	89	86
직군별	사무직	명	2,215	2,065	2,196
	남성	명	818	729	769
	여성	명	1,397	1,336	1,427
	기술직	명	2,748	2,352	2,415
	남성	명	2,203	1,883	1,913
	여성	명	545	469	502
연령대별	30세 미만	명	1,260	950	843
	30세 이상 40세 미만	명	2,310	2,072	2,224
	40세 이상 50세 미만	명	1,292	1,269	1,373
	50세 이상	명	101	126	171

1) 파견직이 포함되어 사업보고서 상 임직원 수와는 차이(2024년 기준 28명)가 있음
2) 임원, 계약직, 파견직, 인턴 포함

II. 인재 유치 및 이직[3]

인재 유치		단위	2022	2023	2024
신규 채용	합계	명	599	231	258
성별	남성	명	318	114	120
	여성	명	281	117	138
연령대별	30세 미만	명	328	158	123
	30세 이상 40세 미만	명	250	69	114
	40세 이상 50세 미만	명	21	4	20
	50세 이상	명	0	0	1

이직[4]		단위	2022	2023	2024
이직자	합계	명	282	108	96
성별	남성	명	212	78	56
	여성	명	70	30	40
연령대별	30세 미만	명	92	24	18
	30세 이상 40세 미만	명	145	55	51
	40세 이상 50세 미만	명	43	27	21
	50세 이상	명	2	2	6
이직률	자발적 이직률	%	6.1	2.6	2.1

3) 정규직 기준
4) 당연퇴직(본인사망), 정년퇴직, 징계해고, 자발적 이직을 포함하여 2022, 2023년도 이직자 수 재집계 및 공개

인적 자본

III. 다양성

다양성		단위	2022	2023	2024
외국인 임직원	합계	명	37	33	28
주요 국적별	미국	명	11	11	8
	중국	명	7	5	5
	캐나다	명	4	3	3
	일본	명	3	4	3
	기타	명	12	10	9
해외사업장[1] 직원	합계	명	624	624	630
	해외 파견자 수	명	25	27	31
	현지인 고용자 수	명	599	597	599
여성인재 비율	여성 임직원 비율	%	39	41	42
	여성 관리자(직책 리더) 비율	%	30	33	32
	여성 C-level 고위 경영진[2] 비율	%	21	22	23
특별고용 및 마이너리티	장애인 고용[3]	명	12	11	11
	국가보훈자 고용	명	24	23	25

1) NAVER France, NAVER Vietnam 및 연락사무소, NAVER J.Hub, NAVER China 및 지점, U.Hub
2) 사내이사, GIO, 부문장, Global Advisor, CFO, COO 포함
3) 11명 중 3명(27%)이 직책리더급 이상 관리자 직급이며, 중증 장애인 1명을 포함

출산휴가 및 육아휴직		단위	2022	2023	2024
출산휴가	합계	명	168	139	167
	남성	명	115	84	101
	여성	명	53	55	66
출산휴가 사용 후 복귀율	전체	%	100	100	100
육아휴직	합계	명	105	98	99
	남성	명	23	13	24
	여성	명	82	85	75
육아휴직 사용 후 복귀율	전체	%	98	97	99
	남성	%	100	100	100
	여성	%	98	96	99
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속 비율	전체	%	91	93	96
	남성	%	77	88	94
	여성	%	95	94	96

IV. 교육과 성장

교육훈련[4]	단위	2022	2023	2024
전체 교육비용	백만 원	4,868	3,420	3,952
인당 교육비 평균	원	980,862	774,227	857,000

4) 사업보고서 교육훈련비 기준에 따름, 별도 기준

Index

GRI

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Universal Standards			
일반공시사항	2-1	조직 상세	6
	2-2	지속가능성 보고에 포함된 기업체	2
	2-3	보고기간, 주기, 연락처	2
	2-4	정보의 재기술	203
	2-5	외부 검증	2, 214~215
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 사업관계	22
	2-7	임직원	203~204
	2-8	피고용자가 아닌 근로자	203
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	58, 179
	2-10	최고 거버넌스 기구의 추천 및 선임	178, 181
	2-11	최고 거버넌스 기구의 의장	179
	2-12	경영에 미치는 영향을 감독하기 위한 최고 거버넌스 기구의 역할	58, 178
	2-13	경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임	58
	2-14	지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	58
	2-15	이해관계 상충	178, 181
	2-16	중요 사항 보고	181~182
	2-17	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식	181
	2-18	최고 거버넌스 기구의 활동 평가	182
	2-19	보수 정책	182
	2-20	보수 결정 절차	182

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Universal Standards			
일반공시사항	2-21	연간 총 보상의 비율	182
	2-22	지속가능경영 전략 성명서	5
	2-23	정책 약속	64, 73, 85, 97, 109~110, 118~119, 123, 130, 137,
	2-24	정책 약속 내재	146, 151, 157, 168, 173, 176~177, 184, 189
	2-25	부정적 영향 복원 프로세스	191~192
	2-26	우려사항 조언 및 제기 메커니즘	145~149, 183~187
	2-27	법·규제에 대한 컴플라이언스	사업보고서-제재 등과 관련된 사항
	2-28	가입 협회	216
	2-29	이해관계자 참여에 대한 접근	59
	2-30	단체 협약	139
중요 토픽	3-1	중요 토픽 결정 절차	60~61
	3-2	중요 토픽 목록	58~61
	3-3	중요 토픽의 관리	60~61
		- 개인정보보호	63~72
		- 인적 자본 관리	73~83
		- 정보보안	84~96
		- 온실가스 및 에너지관리	기후정보공개보고서, 97~105

Index

GRI

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Topic Standards			
경제			
경제 성과	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	59, 195~198
	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	기후정보공개보고서, 97~105
간접 경제 영향	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	59
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	59
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	183~187
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	187
세금	207-1	조세 접근법 및 규제 준수	192
	207-2	조세 거버넌스, 통제 및 리스크 관리체계	192
	207-3	조세 관련 이해관계자 참여 및 고충처리 절차	192
환경			
에너지	302-1	조직 내부 에너지소비	201
	302-2	조직 외부 에너지 소비	201
	302-3	에너지 집약도	201
	302-4	에너지소비 절감	100~101, 201
물 및 폐수	303-3	용수 취수량	202
	303-5	용수 사용량	202
배출	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 1)	200~202
	305-2	간접 온실가스(GHG) 배출 (Scope 2)	200~202
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	200
	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	100~101, 201
폐기물	306-3	폐기물 발생량 및 종류	202
	306-4	폐기 단계에서의 재활용	202
공급업체 환경 평가	308-2	공급망의 부정적 환경 영향 및 이에 대한 조치	151~152

GRI Standards	No.	보고사항	보고 페이지
Topic Standards			
사회			
고용	401-1	임직원 신규 채용 임직원 및 이직	203
	401-2	임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	140
	401-3	육아휴직	204
노사관계	402-1	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	경영상 변동 발생 최소 30일 전 통지
안전 및 보건	403-1	사업장 안전보건 관리 시스템	137, 154
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	137, 142
	403-3	산업보건 서비스	137
	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여, 상담, 커뮤니케이션	142
	403-6	근로자 건강 증진	140, 143
	403-9	업무 관련 상해	142
교육 및 훈련	404-1	임직원 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	79, 203
	404-2	임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	76~79
	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	80
다양성 및 기회 균등	405-1	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	203
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	사업보고서-임원 및 직원 등의 현황
지역사회	413-1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장	158~165
공급업체 사회 평가	414-2	공급망 내 부정적 사회적 영향 및 그에 대한 대응조치	151~152
고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건	71

Index

SASB

Topic	Code	회계 지표	구분	Unit	보고 페이지
하드웨어 인프라의 환경 영향	TC-IM-130a.1	(1) 전체 에너지 사용량	정량	GJ, %	201
		(2) 그리드 전력 비율			201
		(3) 재생에너지 비율			201
	TC-IM-130a.2	(1) 전체 용수 취수량	정량	m^2, %	202
		(2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율			169
	TC-IM-130a.3	데이터센터에 적용된 환경적인 고려사항의 접근 방식	논의&분석	n/a	100
데이터 프라이버시, 광고 기준,	TC-IM-220a.1	행동 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 정책 및 관행	논의&분석	n/a	63~72
표현의 자유	TC-IM-220a.2	원래 목적 범위와 다르게 활용한 개인 정보 건 수	정량	수	네이버는 개인정보 수집 시 안내한 목적 외 다른 목적으로 개인정보를 활용하지 않으며, 이용자의 동의를 받지 않고 제3자에게 개인정보를 제공 또는 판매하지 않습니다.
	TC-IM-220a.3	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	71
	TC-IM-220a.4	이용자 정보 관련 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 건 수, (3) 공개 비율	정량	수, %	네이버 투명성 보고서
	TC-IM-220a.5	서비스 국가 중 정부의 모니터링, 차단, 필터링, 검열 등이 존재하는 국가 수	논의&분석	n/a	네이버는 대한민국을 포함해 서비스를 제공 중인 각 국의 게시물 정책 관리 기준을 준수하여 운영하고 있습니다.
데이터 보안	TC-IM-230a.1	(1) 개인정보 침해 건 수, (2) 개인식별정보(PII, Personally Identifiable Information) 관련 침해 비율, (3) 정보 침해로 인해 영향을 받은 사용자 수	정량	수, %	84~96
	TC-IM-230a.2	제3자 사이버보안 리스크 관리 표준을 포함한 정보보호 리스크의 식별과 해결을 위한 접근 방식	논의&분석	n/a	84~96
임직원 고용, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	외국인 임직원 비율	정량	%	204
	TC-IM-330a.2	임직원 몰입도 비율	정량	%	138
	TC-IM-330a.3	(1) 경영진, (2) 기술직, (3) 모든 임직원의 성 다양성	정량	%	204
지적재산권 보호 및 경쟁 행위	TC-IM-520a.1	공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총 금액	정량	원	사업보고서_제재 등과 관련된 사항

Index

United Nations

UN Global Compact 10대 원칙

네이버는 2021년부터 기업 지속가능성을 위한 글로벌 기업시민 이니셔티브인 UN Global Compact에 가입하여 인권, 노동, 환경, 반부패의 4대 분야 10대 원칙을 준수하고 있습니다.

분야	원칙	보고 페이지
인권	1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 하고,	145~149
	2. 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	145~149
노동	3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 안정을 지지하고,	139
	4. 모든 형태의 강제노동을 배제하며,	146
	5. 아동노동을 효율적으로 철폐하고,	146
	6. 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	146
환경	7. 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	97, 168
	8. 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	97~103, 168~171
	9. 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	172~174
반부패	10. 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	183~190

WE SUPPORT

UN GLOBAL COMPACT

UN SDGs

유엔 지속가능발전목표(UN SDGs, United Nations Sustainable Development Goals)는 2030년까지 사람과 지구를 위해 지속가능한 발전을 약속하는 17개 목표를 담은 만국 공통의 보편적 약속입니다. 네이버는 운영계획 및 활동이 UN의 목표에 부합하는지 검토하고 있으며, 특별히 IT 서비스를 활용할 수 있는 분야를 적극적으로 발굴하고 있습니다.

분야	원칙	보고 페이지	분야	원칙	보고 페이지
빈곤퇴치	1.4, 1.5	127, 163~164	불평등 감소	10.2, 10.3	141, 146
양질의 교육 보장	4.1, 4.4, 4.7	75~79, 148, 158~162	지속가능한 도시 및 주거지	11.2, 11.6	100, 169
성 평등 달성	5.5, 5.b	141	지속가능한 소비와 생산	12.5, 12.6, 12.8	172~174
깨끗한물과 위생 보장	6.4	169	기후변화 대응	13.1, 13.2	37~105
모두를 위한 에너지 보장	7.2, 7.3	97~105	육상생태계 보호	15.5	170~171
경제성장과 양질의 일자리	8.2, 8.3, 8.5, 8.7, 8.10	21~44, 75	평화, 정의, 포용적인 제도	16.5, 16.7, 16.10, 16.b	183~190
사회기반시설 산업화 및 혁신	9,4, 9.5	41~44	글로벌 파트너십	17.17	44, 79, 102, 121

온실가스 배출량 검증의견서

네이버(주) SCOPE 1&2

1. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출 (Scope2)에 대한 검증을 수행하였습니다.

2. 검증 기준 및 절차

한국표준협회는 다음의 기준 및 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

· 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-28호)

· 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침(환경부고시 제2024-169호)

· 2006 IPCC Guidelines, KS I ISO 14064-1 : 2018 및 KS I ISO 14064-3 : 2019

3. 검증 수준

네이버(주)의 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합리적 보증수준 (총배출량의 ±5.0% 미만)을 만족하고 있습니다.

4. 검증 결론

검증팀 검증결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

2024년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

(단위 : tCO_2eq)

일련번호	사업장명	지역기반 배출			시장기반 배출		
		직접배출	간접배출	총 배출량	직접배출	간접배출	총 배출량
1	데이터센터 각(춘천)	48.685	64,338.938	64,387	48.685	64,338.938	64,387
2	그린팩토리	59.579	3,951.498	4,011	59.579	3,024.298	3,083
3	커넥트원	554.222	1,027.806	1,582	554.222	1,027.806	1,582
4	파트너스퀘어	55.374	682.533	737	55.374	682.533	737
5	임차사업장	27.071	162.573	189	27.071	162.573	189
6	1784	376.073	8,594.890	8,970	376.073	3,246.861	3,622
7	테크원타워	68.616	5,052.422	5,121	68.616	5,052.422	5,121
8	데이터센터 각(세종)	303.710	42,162.270	42,465	303.710	42,162.270	42,465
	합계	1,493.330	125,972.930	127,462	1,493.330	119,697.700	121,186

※ 참고 1 : 정부의 적합성평가 결과에 따라 최종 배출량은 변동될 수 있습니다.

※ 참고 2 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

2025년 05월 27일

한국표준협회장

온실가스 배출량 검증의견서

네이버 연결 법인 SCOPE 1&2

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 '검증'이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업이 선언한 온실가스 직접배출(Scope1), 간접배출 (Scope2) 대한 제한적 보증수준의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상 : 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업
- 보고경계 : 직접배출(Scope1), 간접배출(Scope2)
  - Scope1 : 고정연소(LNG), 이동연소(경유, 휘발유)
  - Scope2 : 외부 구매 전력 및 열(스팀)
- 보고년도 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일

3. 검증 기준

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
  - KS I ISO 14064-1:2018
  - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제2025-64호)
  - 2006 IPCC (Intergovernental Panel on Climate Change) 가이드라인
  - WRI (World Resources Institute) Greenhouse Gas Protocol

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 "제한적 보증수준"의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 본사 방문
- 검증방법
  - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
  - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
  - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버(주)는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

5. 검증 한계

네이버(주)의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다. 이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(10% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다.

네이버(주)는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 '적정' 의견을 제시합니다.

온실가스 배출량 검증의견서

부록. 네이버(주) 및 네이버(주) 연결대상 종속기업 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

(단위 : tCO_2eq)

구 분		Scope1	Scope2	총 배출량[2]
네이버(주)[1]		1,493.330	119,697.700	121,186
클라우드 계열	네이버클라우드 주식회사	34.420	378.302	412
	NAVER Cloud Asia Pacific Pte Ltd	-	-	
	NAVER CLOUD AMERICA INC	-	-	-
	NAVER Cloud Europe GmbH	-	-	-
	NAVER Cloud Japan Corporation	-	-	-
	Chengdu NCC Technology Corporation	1.084	171.595	172
	엔아이티서비스 주식회사	-	200.834	200
	LINE WORKS Corporation	12.600	75.994	88
웹툰 계열	WEBTOON Entertainment Inc	21.905	117.840	139
	스튜디오엔 주식회사	12.046	41.904	53
	주식회사 문피아	16.512	89.644	106
	주식회사 스튜디오제이에이치에스	1.065	22.536	23
	Wattpad Corporation	-	52.025	52
	LINE Digital Frontier Corporation	-	54.241	54
스노우 계열	SNOW China (Beijing) Co., Ltd.	-	30.010	30
	SNOW Japan Corporation	0.911	5.489	6
	주식회사 세미콜론스튜디오	0.144	0.758	0
	SNOW VIETNAM COMPANY LIMITED	-	24.459	24
	크림 주식회사	42.752	274.633	317
	팹 주식회사	0.871	12.341	13
	페이머스스튜디오 주식회사	1.229	520.699	521
	SODA Inc.	40.828	246.240	287
	SODA Singapore INT PTE. LTD,	-	19.083	19
	SODA inc.(미국)	0.135	0.724	0

구 분		Scope1	Scope2	총 배출량**
아이엔에스 계열	엔테크서비스 주식회사	106.188	526.540	632
	주식회사 그린웹서비스	30.109	219.131	249
	주식회사 인컴즈	8.363	176.143	184
	주식회사 컴파트너스	3.082	124.800	127
랩스 계열	네이버랩스 주식회사	4.862	55.653	60
	NAVER France SAS	34.175	77.167	111
제이허브	NAVER J.Hub Corporation	4.872	115.427	120
기타 법인	Poshmark, Inc.	56.971	306.476	363
	Poshmark Canada Inc.	-	23.200	23
	Poshmark India Private Limited	-	338.629	338
	네이버파이낸셜 주식회사	10.893	0.308	11
	주식회사 오디언소리	3.981	32.135	36
	주식회사 엔비전스	-	46.418	46
	NAVER VIETNAM COMPANY LIMITED	-	51.988	51
	합계[3]	1,943.327	124,131.064	126,053

1) 네이버(주) 배출량은 정부에 제출된 온실가스 명세서 배출량으로 정부의 적합성평가 결과에 따라 변동될 수 있음
2) 사업장별 배출량은 Scope1, Scope2 배출량 합계의 소수점 절사한 정수단위 배출량임
3) 총 배출량은 소수점을 절사한 정수단위의 각 사업장별 배출량을 합산한 배출량임

2025년 05월 27일

KSA IAF 국립환경과학원

한국표준협회장

온실가스 배출량 검증의견서

네이버(주) SCOPE 3

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 '검증'이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)가 선언한 온실가스 기타 간접배출(Scope3)에 대한 제한적 보증수준의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상 : Category 1~2는 네이버클라우드(주)를 조직경계에 포함하고, Category 8은 운영통제권이 없는 네이버클라우드(주)의 IDC를 대상으로 배출량이 산정되었음. 나머지 카테고리는 네이버(주) 운영 통제 사업장을 대상으로 산정된 배출량을 검증함
- 보고경계 : 기타 간접배출(Scope3)
  - Category 1~2. 구입한 제품 및 서비스 + 자본재(네이버(주) 및 네이버클라우드(주) 물품 구입, 데이터 서비스, 공사자재 구입, 소프트웨어 구매)
  - Category 3. 연료 및 에너지 관련 활동(LNG, 경유, 휘발유, 전기, 스팀 구매)
  - Category 4. 업스트림 운송 및 유통(사무용 전자기기)
  - Category 5. 사업장 발생 폐기물(일반 폐기물, 재활용 폐기물의 배출)
  - Category 6. 임직원 출장(차량, 기차, 항공 등에 따른 출장 및 숙박)
  - Category 7. 임직원 출퇴근(자가용, 버스, 지하철 등에 의한 통근)
  - Category 8. 업스트림 임차 자산(네이버클라우드(주) 임차 IDC)
  - Category 9. 판매 제품 운송 및 유통 (Naver Clova+3 생산 및 유통)
  - Category 11. 판매 제품 사용(판매된 Naver Clova+3 사용)
  - Category 12. 판매 제품 폐기(판매된 Naver Clova+3 폐기)
  - Category 13. 다운스트림 임대 자산(임대 자산 내 LNG, 전기 사용)
- 보고년도 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일

3. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
  - Corporate Value Chain (Scope3) Accounting and Reporting Standard(WRI)
  - Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions (WRI)
  - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
  - 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 "제한적 보증 수준"의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 본사 방문
- 검증방법
  - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
  - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
  - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버(주)는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

5. 검증 한계

네이버(주)의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다. 이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

한국표준협회는 네이버(주)의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(10% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다. 네이버(주)는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정 조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 '적정' 의견을 제시합니다.

부록. Scope3 온실가스 배출량

카테고리		온실가스 배출량(tCO_2eq)	
		네이버(주)	네이버클라우드(주)
Category 1	구매한 제품 및 서비스	93,271.214	네이버(주)
Category 2	자본재		배출량에 포함
Category 3	연료 및 에너지 관련 활동	17,631.684	미산정
Category 4	업스트림 운송 및 유통	101.378	미산정
Category 5	사업장 발생 폐기물	344.328	미산정
Category 6	임직원 출장	634.393	미산정
Category 7	임직원 출퇴근	2,213.603	미산정
Category 8	업스트림 임차자산	-	189,942.937
Category 9	판매 제품 운송 및 유통	3.848	미산정
Category 11	판매 제품 사용	9,787.916	미산정
Category 12	판매 제품 폐기	197.131	미산정
Category 13	다운스트림 임대 자산	416.001	미산정
소계		124,601.496	189,942.937
합계			314,544

※참고 1 : 최종 온실가스 배출량은 소수점 이하 절사하여 정수단위로 표기하였음.
※참고 2 : Category 1~2는 네이버클라우드(주)를 조직경계에 포함하고, Category 8은 운영통제권이 없는 네이버클라우드(주) 및 종속법인의 임차 데이터센터(IDC)를 대상으로 배출량이 산정되었음

2025년 05월 27일

한국표준협회장

온실가스 배출량 검증의견서

온실가스 감축효과

1. 검증 범위

한국표준협회는 네이버(주)에서 의뢰한 '온실가스 감축사업'에 관한 근거자료 및 기타 문서물을 기반으로 온실가스 감축량 검증을 실시하였습니다.

- 감축기간 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일
- 적용방법론
  - 공공부문 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부고시 제2024-23호) [별표7] '외부감축사업 온실가스 감축량 산정 방법론'
  - 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
- 근거자료 : 네이버 주식회사 감축실적 보고서 및 근거자료, 기타 문서물

2. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 리스크 평가 및 데이터 분석, 샘플링 기반으로 검증을 수행하였으며, 다음의 기준 및 지침을 준용, 참고하여 검증을 수행하였습니다.

- 공공부문 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침 (환경부고시 제2024-23호)
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침 (환경부고시 제2024-169호)

3. 검증수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 감축량에 대하여 "제한적 보증 수준"의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : 네이버(주) 그린팩토리, 1784, 데이터센터 각 춘천, 데이터센터 각 세종, 커넥트원 방문
- 검증방법
  - 온실가스 감축량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
  - 보고기간 중 온실가스 감축량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
  - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

네이버 주식회사는 온실가스 감축량을 산정하고 관련련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 감축량 검증에 대한 보증 업무에 한정합니다.

4. 검증 한계

한국표준협회는 네이버(주)에서 제시한 관련 보고서, 정보, 데이터를 샘플링하는 방법으로 검증을 수행하였으며, 이에 따른 고유한 한계를 지니고 있습니다. 검증팀은 평가기준에 부합하는 충실한 평가를 수행하고자 노력하였지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있음을 검증의 한계로 제시합니다.

5. 검증 결론

한국표준협회는 사업경계, 베이스라인 시나리오, 데이터 및 감축량 산정 등 적절성을 확인하였으며, 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았음을 확인합니다.

부록. 온실가스 감축량 (기간 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일)

(단위 : tCO_2eq/년)

No.	감축사업명	온실가스 감축량
1	1784 지열시스템 온실가스 감축사업	1,931
2	1784 태양광발전 온실가스 감축사업	78
3	1784 제3자간 전력구매계약에 따른 온실가스 감축사업	5,348
4	그린팩토리 지열시스템 온실가스 감축사업	2
5	그린팩토리 제3자간 전력거래계약에 따른 온실가스 감축사업	927
6	그린팩토리 태양광발전 온실가스 감축 사업	0
7	커넥트원 태양광발전 온실가스 감축 사업	51
8	데이터센터 각 춘천 고효율 변압기 온실가스 감축사업	181
9	데이터센터 각 춘천 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업	11,161
10	데이터센터 각 춘천 태양광발전 온실가스 감축 사업	91
11	데이터센터 각 세종 지열시스템 온실가스 감축사업	610
12	데이터센터 각 세종 태양광발전 온실가스 감축 사업	106
13	데이터센터 각 세종 고효율 변압기 온실가스 감축사업	51
14	데이터센터 각 세종 서버실 냉각장치 온실가스 감축사업	10,388

2025년 05월 27일

한국표준협회장

제3자 검증의견서

㈜디엔브이비즈니스어슈어런스코리아(이하 'DNV' 또는 '당사')는 네이버 주식회사(이하 '네이버', 또는 '회사')으로부터 '2024 네이버 통합보고서' (이하 '보고서')에 대한 독립적인 검증 업무를 의뢰 받았습니다. 본 검증 의견서의 사용대상은 네이버의 경영진과 이해관계자입니다.

검증 기준

검증 활동은 당사의 전문적인 경험과 국제감사인증기준위원회(IAASB)[1]가 제정한 국제인증업무기준(ISAE 3000)[2] 등 국제 규격을 반영한 DNV의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™ 6.0과 AccountAbility 사의 지속가능성 검증 기준(AA1000AS v3)에 따라 Type 2 제한적 수준의 보증 형태로 진행되었습니다. DNV는 보고서가 AccountAbility 원칙 기준(AA1000APS (2018))의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 중립성 원칙을 준수하는지 검토하였습니다. 또한 '검증 범위'에 기술된 바와 같이 '특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성'을 검토하였습니다.
당사의 프로토콜은 당사가 윤리적 요구사항을 준수하고, 제한적 또는 합리적 보증을 얻기 위해 검증을 계획하고 수행할 것을 요구합니다.
제한적 검증 업무 절차의 성격과 시기는 합리적 검증 업무 절차와 차이가 있으며, 절차의 범위도 상대적으로 제한적입니다. 이에 따라 제한적 검증을 통한 보증 수준은 합리적 검증을 통한 보증 수준보다 상당히 낮습니다. 이에 DNV는 검증 의견을 제공함에 있어 근거가 된다고 판단되는 정보를 수집하기 위해 작업을 계획하고 수행함으로써 당사의 의견에 오류가 있을 위험을 줄였으나 완전히 배제되지는 않았습니다.
DNV는 이번 보고 기간 동안 보고서 외부 또는 회사 웹사이트에 게시될 수 있는 기타 정보에 대해 어떠한 검토나 작업도 수행하지 않았으며 어떠한 결론도 제시하지 않습니다.

검증 범위

당사는 보고서에 대한 독립적인 제한적 검증 업무 및 특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성에 대한 독립적인 검증 업무 수행을 의뢰 받았습니다.
- 당사는 네이버의 중대성 평가를 통해 식별된 중요 주제(Material Topics)와 관련된 GRI 주제 기준(Topic Standards)을 검토하였습니다.
- '특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성'에 대해서는 (에너지 소비절감) 302-4, (신규 채용 및 이직) 401-2, (고객개인정보보호 위반 및 고객정보 유출) 418-1 공시항목의 품질 및 신뢰성을 검토하였습니다.

의견, 관찰 및 권고사항

검증 수행 결과, DNV는 AA1000APS(2018)의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 중립성 원칙 측면에서 네이버의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. 성과 데이터의 신뢰성 측면에서, 보고된 데이터가 회사의 운영 중 관리된 실무 데이터와 적절히 대조되지 않았거나 적용된 가정이 부적절하다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. DNV는 회사의 보고서가 중대성 관점에서 GRI Standards의 'in accordance' 기준에 부합한다고 판단합니다.

검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서, '검증 범위'에 포함된 정보에 대한 DNV의 관찰 의견을 AA1000APS(2018) 원칙과 VeriSustain 원칙에 기반하여 다음과 같이 제공합니다:

포괄성: 이해관계자 참여 및 의견제시

네이버는 이해관계자를 이용자, 임직원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 정의하고, 각 그룹별 이해관계자 참여를 위한 소통채널을 제공하고 있습니다. 회사는 중요 주제 선정을 위하여 이해관계자별 주요 관심사를 포함하여 토픽풀을 구성하였으며 이해관계자 그룹 인터뷰 및 설문조사를 통하여 중요 토픽을 선정하였습니다. 회사는 선정된 중요 토픽에 의한 이해관계자별 영향범위를 보고서에 포함하였으며, DNV는 향후 선정된 중요 토픽의 영향력이 관련 이해관계자들이 쉽게 이해할 수 있도록 명확하게 설명되기를 기대합니다.

중대성: 중대한 지속가능성 주제에 대한 식별 및 보고

네이버는 ESG 7대 전략과 이중 중대성 평가와의 연계성 강화를 위하여 ESG 공시 및 토픽별 동향에 근거하여 매년 이중 중대성 평가 방안을 고도화하고 있습니다. 특히 AI의 지속가능성 영향과 ESG 공시 트렌드 및 토픽의 직관성을 고려하여 토픽풀을 구성하여 중대성 평가를 실시하였고 총 17개의 토픽을 우선순위화 하였습니다. 네이버는 사회·환경 및 재무적 영향 관점에서 상위 4개의 토픽을 중요 주제(Material Topics)로 선정하여 통합보고서에 구체적으로 보고하고 있습니다.

대응성: 중대한 지속가능성 주제 및 관련 영향에 대한 투명한 대응

네이버는 이사회 산하 ESG위원회에서 ESG 전반에 걸친 추진 계획 수립 및 의사결정을 담당하고 있으며, ESG 전담 조직인 Green Impact 팀과 ESG 워킹그룹은 ESG 전략 수립 및 시행을 주도함으로서 ESG위원회의 효과적인 의사결정을 지원하고 있습니다. 네이버는 2020년 ESG 7대 전략을 수립한 후, 주기적으로 ESG 이슈 및 트렌드를 반영하여 전략을 업데이트 하고 있으며, 2023년과 2024년 개편 후 반영된 전략별 중장기 목표를 기준으로 하여 2024년 성과 및 2025년 주요 KPI를 보고서에 공개하고 있습니다.

영향: 조직 활동이 조직 및 이해관계자에 미치는 영향에 대한 모니터링, 측정 및 설명

네이버는 중대성 평가를 통해 식별된 중요주제에 대한 관리방향을 거버넌스, 전략, 위험관리, 지표 및 목표로 구분하여 보고하고 있습니다. 특히 회사는 중요주제의 목표별 세부 지표를 선정하여 그 성과 및 향후 목표를 세부적으로 제시하고 있습니다.

1) International Auditing and Assurance Standard Board
2) International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 – 'Assurance Engagements other than Audits and Reviews of Historical Financial Information' (revised)

제3자 검증의견서

신뢰성: 보고서에 제시된 정보의 정확성, 비교 가능성 및 기본 데이터 관리 시스템의 품질

샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였으며, 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 인증 과정 중 발견된 오류들이나 명확하지 않은 표현들은 최종 보고서 발간 전에 수정되었습니다.

완전성: 조직과 그 이해관계자에게 중요한 정보로 확인된 모든 정보 중 보고되는 정보

네이버는 식별된 운영 경계에 대해 적절한 GRI 주제 기준을 사용하여 중요한 문제와 관련된 2024년 보고 기간 동안의 성과를 기반으로 한 회사의 주요 비재무적 공시사항을 보고하고 있습니다.

중립성: 보고서가 조직의 성과에 대해 중립적인 어조로 균형 잡힌 설명을 제공하는 정도

네이버는 보고 기간 동안 회사의 성과, 과제, 이해관계자 우려 사항을 중립적이고 일관되며 균형 잡힌 방식으로 공개하고 있습니다.

적격성, 독립성 및 품질 관리

DNV는 ISO/IEC 17029:2019[3] 적합성 평가에 따라 품질 관리를 위한 자체 관리 표준 및 규정 준수 정책을 적용함으로써 윤리적 요구사항, 전문적 기준, 해당 법률 및 규제 요구사항 준수에 관한 문서화된 정책 및 절차를 포함하여 포괄적인 품질 관리 시스템을 유지합니다.

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. DNV는 2025년 네이버의 보고서 검증에 대한 독립성이나 공정성에 영향을 미칠 수 있는 서비스를 제공하지 않았습니다.

한계점

검증은 DNV에 제공된 네이버의 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며, 사실이며, 중요한 왜곡 표시가 없다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 한편, 표본추출(샘플링)과 내부 통제 절차 및 시스템에 대한 기타 내재적 제한들로 인해 중대할 수 있는 오류 또는 불규칙성이 감지되지 않았을 수 있는 리스크가 불가피하게 존재합니다.

보고서에 언급된 회사의 파트너(공급업체, 협력사) 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않았습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다.

DNV는 보고된 재무 데이터, 거버넌스 및 관련 정보가 별도의 독립적인 법정 감사 프로세스의 적용을 받는 법정 공시 및 감사된 재무제표를 기반으로 한다는 점을 이해합니다. 재무 공개 및 데이터는 검증 범위에서 제외되었으며, 검증은 정의된 보고기간 내의 범위에 있는 데이터 및 정보로 제한되며 해당 기간 이외의 데이터는 검증 범위에 포함되지 않습니다.

DNV는 본 의견서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 단체에 대한 어떠한 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

네이버 관리자 및 검증기관의 책임

네이버는 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있으며, 여기에는 데이터 수집, 분석, 집계, 준비, 정보의 공정한 표시, 데이터에 중요한 왜곡이 없음을 보장하는 내부 통제의 설계, 구현 및 유지가 포함됩니다.

DNV의 책임은 '검증 범위'에 기술된 관련 정보가 보고 요구사항에 따라 작성되었는지에 대한 제한적 확신을 제공하기 위해 업무를 계획 및 수행하고 이를 취합한 증거에 기반하여 독립적 검증 의견서 형태로 회사에 보고하는 것입니다.

당사의 성명은 독립적 의견으로 간주되어야 하며, 회사의 경영진과 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 작성되었습니다. DNV는 본 의견서를 제외하고 보고서에 포함된 어떠한 진술이나 데이터의 작성에도 관여하지 않았습니다.

의견 판단 기준

본 검증 활동은 위험 기반 접근방식(Risk-based approach)에 따라 회사의 사업 및 주요 이해관계자들에게 관련성이 높은 중요 이슈들에 초점을 두고 진행되었으며, 제한적 검증 절차의 일환으로 다음 절차를 수행하였습니다.

- 보고 기간 동안 회사와 관련된 지속가능성 이슈를 식별하기 위한 피어 리뷰 및 미디어 검토 등
- 중대성 평가 절차와 결과, 주제 기준과 관련된 관리 프로세스를 중심으로 요구사항에 따른 공시 내용 검토
- 보고서에 수록된 정보 및 KPI를 통합, 관리 및 보고를 위한 주요 시스템, 프로세스 및 통제에 대한 이해와 평가
- 보고 원칙 및 요구사항 준수를 뒷받침하는 문서에 대한 검토
- 정보 모니터링, 데이터 집계 및 보고 전반에 책임이 있는 ESG 팀 및 관련 부서 담당자들과의 인터뷰 수행
- 네이버 본사(대한민국, 성남) 방문을 통해 사업장별 지속가능성 데이터 샘플링 및 전략 이행 관련 관리체계 검토

㈜디엔브이비즈니스어슈어런스코리아
대한민국 서울
2025년 05월 30일

박 상 연	윤 창 록	김 소 현
Park, Sang Yeon Digitally signed by Park, Sang Yeon Date: 2025.05.30 12:14:46 +09'00'	Yun, Chang Rok Digitally signed by Yun, Chang Rok Date: 2025.05.30 14:07:43 +09'00'	Kim, So Hyun Digitally signed by Kim, So Hyun Date: 2025.05.30 13:15:50 +09'00'
검증팀장	검증팀원	기술검토자

AA1000
Licensed Report
000-10/V3-UCPSU

DNV그룹의 일원인 DNV Business Assurance Korea는 certification, verification, assessment 및 교육 서비스를 제공하는 글로벌 기업으로, 고객이 지속가능한 비즈니스 성과를 달성할 수 있도록 지원합니다. Supply Chain and Product Assurance - DNV

3) Conformity assessment — General principles and requirements for validation and verification bodies

수상 및 가입협회

수상

2020년	2월	• 네이버, 독일 iF 디자인 어워드 3개 서비스 수상 (iF Design Award)
	8월	• LACP 2019 비전어워드 금상 수상
	9월	• 2020 ARC 어워드 온라인 연차보고서 부문 대상 수상
		• 동반성장지수 평가 4년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
	11월	• 2020 포브스 선정 The World's Best Employers 2020 37위
		• 포춘지 선정 2020 미래유망기업 33위
	12월	• 정책소통 유공 장관 표창 수상 (행정안전부)
		• 클로바 램프, CES 혁신상 수상
2021년	9월	• 동반성장지수 평가 5년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
		• LACP 2021 비전어워드 대상 수상
		• 2021 ARC 특별 연차보고서 부문 대상 수상
		• 클로바 램프, 미국 IDEA 디자인 어워드 금상 수상
	10월	• 네이버클라우드 라인웍스, 일본 2021 굿디자인어워드 수상
	11월	• 한국표준협회 지속가능성보고서 최초발간 부문 수상
	12월	• 동반성장지수 평가 최우수기업상 수상 (동반성장위원회) 수상
2022년	8월	• LACP 비전어워드 Platinum 및 Gold 수상
		• 2022 ARC 통합보고서 부문 수상
	11월	• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
	12월	• 대한민국 ESG 경영대상 커뮤니케이션 부문 최우수상 수상
		• 한국경영인증원 글로벌스탠더드 경영대상 지속가능보고서상 수상
		• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
		• 동반성장지수 평가 6년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
2023년	3월	• 한국능률협회컨설팅 All Star 포털 서비스 부문 2023 한국에서 가장 존경받는 기업 선정
	11월	• 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능경영보고서상 수상
	12월	• 동반성장지수 평가 7년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
2024년	2월	• 한국능률협회컨설팅 '한국에서 존경받는 기업' 포털 서비스 부문 1위 및 All Star 기업 선정
	4월	• 중앙일보 유통 및 소비자서비스 부문 2024 ESG 경영 대상 수상
	10월	• 동반성장지수 평가 8년 연속 최우수 선정 (동반성장위원회)
	11월	• 한국표준협회 대한민국 지속가능성대회 우수보고서 기업 선정
2025년	2월	• 한국능률협회컨설팅 '한국에서 존경받는 기업' 포털 서비스 부문 3년 연속 1위 및 All Star 기업 18회 연속 선정

주요 가입 협회

- 기업재생에너지재단
- 벤처기업협회
- 정보통신정책학회
- 한국공정경쟁연합회
- 한국디지털광고협회
- 한국인터넷기업협회
- 한국인터넷자율정책기구
- 한국정보과학회
- 한국침해사고대응팀협의회
- 한국환경생태학회
- United Nations Global Compact

NAVER