

네이버 개인정보 보호 리포트

2014 NAVER Privacy Report

매년 이용자 개인정보 및 프라이버시 보호를 위한 네이버의 활동을 정리하고 이를 공개하여 네이버의 개인정보 보호 노력을 보다 투명하게 알리기 위해 '네이버 개인정보보호 리포트'를 발간합니다. 인터넷 상에서 끊임없이 발생하는 프라이버시 권리 침해 문제에 대해 이용자와 함께 생각해보고, 보다 안전한 인터넷 이용환경을 구현하기 위한 노력을 담아내겠습니다.

네이버 개인정보보호 리포트는 네이버 개인정보보호위원회의 검증을 거쳐 공개됩니다.

목차

- 01 CEO 인사말
- 02 들어가며
- 03 2014년도 토크아보기
- 04 2014년도 네이버를 둘러싼 환경의 변화
- 05 2014년도 네이버 개인정보·프라이버시 보호 활동 TIMELINE
- 06 이용자 정보처리의 투명성 확보
- 07 2014년도 네이버의 주요 개인정보·프라이버시 보호 활동
- 08 맺음말
- 별첨 2014년도 공식 개인정보보호 블로그 포스팅

네이버 개인정보보호위원회 구성

위원장 임종인 고려대학교 | 위원 고훈경 법무법인 광장 | 위원 권영준 서울대학교
위원 김용대 KAIST | 위원 김일환 성균관대학교 | 위원 이경호 고려대학교 (위원 가나다순)

2014년도 1월, 네이버 개인정보보호 리포트를 발간하면서 '모바일'과 '글로벌'이라는 외부 변화의 소용돌이 속에서 항해를 하는 험난한 경험을 말씀 드린 것이 기억에 선한데, 벌써 2014년도를 정리하며 또 하나의 리포트를 겸허히 이용자 여러분께 공개하게 되었습니다.

2013년도에 NHN(㈜)라는 기존의 이름을 내려놓고 서비스 명칭과 동일한 '네이버(㈜)'로 사명을 변경하였습니다. 그에 따라 2014년도에는 여러 관계사에 나누어져 있던 쇼핑, 부동산, 광고 등의 네이버 하위 서비스를 네이버(㈜)로 다시 한데 모아서 제공함으로써 보다 편리한 이용자 경험을 제공해드릴 수 있게 되었습니다. 웹툰, 사전 등 네이버의 서비스를 글로벌화하여 또 하나의 성공신화를 만들기 위해 전사적인 역량을 모으기도 하였습니다. 2014년도 역시 다사다난했던 한 해로 기억됩니다.

개인정보 유출과 프라이버시 침해는 사전에 예상하기 어려운 방식으로 발생하곤 합니다. 또한, 사전에 아무리 잘 준비하여 대비하고 있다고 하더라도, 막상 침해가 발생하면 그 피해를 회복하는 것 역시 매우 어렵습니다. 개인정보·프라이버시 침해와 그로 인한 피해의 문제는 단순히 물질적 보상으로 대응할 수 있는 성질의 것이 아니라, 침해가 다시 발생하지 않을 것이라는 '신뢰'와 기존보다 더 나은 서비스와 보호 수준을 제공할 것이라는 '믿음'의 문제이기 때문입니다. 네이버는 이용자의 신뢰와 믿음에 부응하기 위해 항상 노력해왔으며, 앞으로 더 많은 노력을 기울일 것을 다짐해봅니다.

2014년도 개인정보보호 리포트를 공개하면서, 지난 한 해 동안의 활동을 정리해보고 향후 이용자 개인정보·프라이버시 보호 수준의 향상을 위해 해야 할 업무에 대해 생각해보게 됩니다. 앞으로는 단순히 개인정보가 유출되지 않거나, 이용자 프라이버시 침해 사고가 발생하지 않는 것만으로는 기업의 노력을 다 했다고 보기 힘들 것입니다. 이용자의 개인정보자기결정권 보장과 더불어 보다 높은 투명성의 확보, 정책과 제도의 개선, 끊임없는 소통 등을 통한 진정한 이용자 권리보장이 보다 중요해질 것입니다. 이를 달성하기 위한 네이버의 노력과 그 결과를 내년 개인정보보호 리포트에 반드시 담아낼 수 있도록 2015년 한해도 최선을 다하겠습니다.

감사합니다.

대표이사 김 상 히

네이버㈜(<http://www.navercorp.com>)는 국내 포털 사이트 중 가장 먼저 검색엔진을 개발, 보유한 네이버(<http://www.naver.com>), 어린이들이 안전하고 건강한 인터넷 환경 속에서 즐겁고 유익한 콘텐츠를 이용할 수 있도록 제공하는 국내 최초의 어린이 전용 포털 주니어네이버(<http://jr.naver.com>), 재단법인 해피빈에서 제공하는 온라인 기부 포털 해피빈(<http://happybean.naver.com>)을 운영하고 있는 국내 대표 인터넷 전문기업입니다. 검색 서비스를 기반으로 다양한 온라인 서비스를 제공하고 있으며, 네이버 자체 모바일 서비스뿐만 아니라 자회사인 라인주식회사(LINE Corp.), 캠프모바일(Camp Mobile) 등을 통해 LINE, 밴드 등 다양한 모바일 서비스를 제공하고 있는 글로벌 기업입니다.

네이버는 이용자에게 제공하는 여러 가치 가운데 이용자 프라이버시 보호를 가장 중요한 가치로 생각하고, 이를 지켜나가기 위해 최선의 노력을 다 하고 있습니다. 네이버 임직원들은 이용자의 개인정보·프라이버시 보호를 위해 '5대 개인정보 보호원칙'을 정하여 준수하고 있습니다.

네이버 개인정보 보호원칙

- 첫째, 개인정보 보호에 관한 모든 관련 법령과 국제 기준을 준수합니다.
- 둘째, 회원 개인정보의 처리를 항상 투명하게 공개합니다.
- 셋째, 이용자의 '개인정보자기결정권' 행사를 존중합니다.
- 넷째, 개인정보를 목적에 맞게 최소 수집하며, 보유한 개인정보를 책임 있게 관리합니다.
- 다섯째, 개인정보보호에 대한 법적 책임과 의무를 넘어 프라이버시 보호까지 최우선으로 고려합니다.

네이버는 서비스 기획, 디자인, 개발, 운영, 폐기 등 전체 생명주기(Life Cycle)에 걸쳐 단계별 개인정보 영향평가(PIA, Privacy Impact Assessment)를 수행합니다. 이를 통해 개인정보 관련 법령의 준수는 물론, 잠재적 프라이버시 위협을 제거하고 이용자의 선택권을 최대한 보장하기 위한 노력을 다하고 있습니다. 또한, 개인정보 및 정보보호 분야의 석학들을 '네이버 개인정보보호위원회' 위원으로 위촉하여 서비스 운영정책의 검토, 개인정보보호 정책의 방향성 수립, 프라이버시 보호를 위한 조사·연구 수행 등의 활동을 통해 보다 이상적인 프라이버시 보호 수준을 유지하기 위한 노력을 다 하고 있습니다.

이와 같은 노력을 객관적으로 검증 받기 위하여, 개인정보보호 관리체계 인증(PIMS), 정보보호 관리체계 인증(ISMS), 국제 정보보호 관리체계 인증(ISO/IEC 27001), 개인정보보호마크(ePRIVACY) 등의 인증을 취득, 유지하는 한편 그 결과를 공개하고 있습니다. 또한, 서비스 조직에 대한 신

뢰도를 높이기 위하여 국제감사인증기준위원회가 제정한 국제인증업무기준에 따라 기업의 조직 및 서비스 관련 업무 절차에 대한 신뢰수준을 검증하는 SOC 2, 3 인증을 취득하여 그 결과를 보고서 형태로 매년 공개하고 있습니다. 국내에서 한가지 이상의 SOC 인증을 취득한 것은 네이버가 처음이며, 특히 SOC 3 인증을 취득한 사례는 네이버가 유일합니다.

네이버는 이용자의 통신의 비밀을 지켜나가기 위해 '통신비밀보호 업무'에 5인의 전담 전문인력을 배치하여 운영하고 있습니다. 네이버 프라이버시 센터를 통해 밝힌 개인정보보호 원칙 및 개인정보 제3자 제공 원칙에 따라 법령에 의해 강제되거나, 법원의 엄격한 검토절차를 거치는 것 외의 방식으로 요청되는 이용자 관련 자료제공 요청에 일절 응하지 않고 있습니다. 로그인, 메일, 캘린더 등 개인의 사적인 정보가 전송될 때에는 SSL/TLS 등 보안성을 갖춘 통신 방식에서만 데이터가 전송되도록 대응하여 이용자의 통신의 비밀을 안전하게 지킵니다.

네이버는 즐겁고 편리한 서비스 제공을 통해 보다 나은 이용자 경험(User Experience)을 제공할 뿐만 아니라, 안전한 인터넷 환경 구축을 위해 최선을 다하고 있습니다. 이러한 일련의 활동 가운데 개인정보·프라이버시 보호와 관련한 내용을 모아 '네이버 프라이버시 센터(<http://privacy.naver.com>)'를 공개하고 있습니다. 이용자는 여기에서 네이버 서비스의 개인정보보호 기능을 설정하고, 다양한 정보를 습득하며, 개인정보 이용내역을 열람할 수 있습니다. 또한, 네이버 개인정보보호 리포트를 온라인에서 직접 열람하거나 PDF 형태로 내려 받을 수 있습니다.

2014년도 돌아보기

2014년은 개인정보의 중요성이 그 어느 때보다 부각된 한 해였습니다. 1월에는 대형 신용카드 3사에서 1억 2,000만 건에 달하는 개인정보 유출사고가 발생하여 그 여파가 전 국민에게 영향을 미쳤습니다. 개인정보 유출에 따른 피해신고도 증가하였고, 그로 인한 스미싱이나 피싱 우려 때문에 개인정보 침해에 대한 국민의 불안심리가 매우 높아졌습니다. 이어, 3월에는 국내 최대 통신사가 고객정보 1,200만 건이 해킹되는 침해사고를 당했습니다. 기본적인 해킹도구에 의해 대량의 개인정보가 유출되었음에도 이를 사전에 막지 못한 해당 기업에 대해 큰 비난이 쏟아졌습니다.

사이버 테러 징후도 지속적으로 관찰되었습니다. 소위 '3.20 사이버테러' 때, 국내 방송사와 금융회사를 마비시킨 악성코드가 지속적으로 인터넷에 유포되었습니다. 연말에는 원자력발전소의 전력 기반시설을 노린 지능형 지속 위협공격(APT, Advanced Persistent Threat)도 창궐하였습니다. 그 결과, 한국수력원자력의 주요 정보가 해킹되어 온라인에서 배포되는 피해를 입기도 하였습니다.

정보통신서비스 제공자가 준수해야 하는 개인정보보호 법제는 한층 더 엄격해졌습니다. 개정 정보통신망법의 시행(11월)으로 인하여 서비스의 본질적 기능을 수행하기 위해 반드시 필요한 정보 이외의 정보를 제공하지 않는다고 하여 서비스의 제공을 거부할 수 없게 되었습니다. 개인정보 누출 시 24시간 이내에 이용자에게 알리고 방송통신위원회나 한국인터넷진흥원에 신고하도록 의무가 강화되었습니다. 개인정보를 파기할 때에는 복구하거나 재생할 수 없도록 파기해야만 합니다. <법정손해배상제도>가 도입되어, 개인정보가 분실·도난·누출된 경우 이용자는 300만원 이하의 범위에서 손해배상을 청구할 수 있게 되었습니다. 개인정보 보호의무 위반 시, 위반행위와 관련한 매출액의 3/100 이하에 해당하는 금액을 과징금으로 부과 받게 되어 기존에 비해 과징금이 3배 증가하였습니다.

위와 같이 급박하게 변화하는 환경에서도 지난 한 해 동안 네이버에서는 단 한 건의 개인정보 유출 사고도 발생하지 않았습니다. 이는 네이버가 이용자의 개인정보 및 프라이버시 보호를 기업의 생존을 결정할 수 있는 가장 중요한 경영요소의 하나로 여겨 최선의 노력을 경주했기 때문입니다.

네이버는 이용자와의 소통을 위한 활동도 활발하게 전개하였습니다. '네이버 개인정보보호 공식 블로그'에 매주 1~2건 가량의 최신 프라이버시·개인정보보호 동향을 쉽게 소개하는 한편, 개인정보보호위원회의 활동도 투명하게 공개하였습니다. 트위터와 페이스북 등 SNS에서는 '엔플이'라는 애칭의 프로필을 사용하여 이용자 여러분과 때로는 진지하게, 때로는 친근하게 소통하고자 노력하였습니다. SNS를 네이버 서비스에 대한 소개나 정보보호 활동을 자랑하는 일방적인 목적으로 사용하지 않고, 이용자의 입장에서 도움이 되는 정보를 전달하려 노력하였습니다. 매주 '개인정보

보호 뉴스'를 요약하여 전달하기도 하였고, 피싱이나 스미싱이 많이 발생할 때에는 이를 예방하기 위한 방법을 안내하기도 하였습니다. 특히, 이용자가 개인정보보호와 관련하여 궁금한 점을 물어 볼 때는 1:1 상담창구로 활용하기도 하는 등 다양한 소통의 도구로 활용하였습니다.

네이버의 개인정보·프라이버시 보호활동에 대한 신뢰와 감증을 위해 정보보호 분야에서 국내 최고 전문가집단으로 구성된 '네이버 개인정보보호위원회'를 분기별로 개최하였습니다. 회의를 통해 얻어진 결론과 국내, 외 프라이버시 이슈 및 동향의 분석을 통해 확보한 정보를 결합하여 네이버 서비스에 반영하였습니다. 3분기에는 미국 Facebook에서 개최된 'Usable Security & Privacy' 컨퍼런스에 참여하여 최신 프라이버시 보호 동향을 확인하는 한편, Google과 같은 글로벌 기업에서의 프라이버시 보호 활동을 견학하여 벤치마킹하기도 하였습니다.

내부적으로는 상·하반기에 '사이버 대응훈련'을 실시하여 만약의 정보침해 사건에 대한 준비태세를 점검하였고, 기존에 취득한 각종 국내·외 정보보호 인증을 갱신하는 한편, 서비스에 대한 개인정보실태점검을 통해 프라이버시 침해 요소가 발생하지는 않았는지 확인하였습니다. 올해는, 자회사에 산재되어 있던 네이버 서비스(지식쇼핑, 부동산 등)를 다시 네이버(㈜)의 서비스로 통합하기도 하였으며 그 과정에서 개인정보의 처리에 대한 절차를 개편하고 개선하였습니다. 프라이버시 센터를 개편하여 이용자가 친숙하게 느낄 수 있는 디자인을 적용하는 한편, 유익한 콘텐츠도 다수 보강하였습니다.

전체 임직원을 대상으로 정보보호 교육을 실시하는 한편, 자체적으로 '위치정보 감사'를 수행하여 모바일 서비스에서의 개인정보·프라이버시 보호도 강화하였습니다. 개정된 정보통신망법의 내용을 정리하여 전사에 공지하는 등 최신 트렌드와 법규를 잘 따를 수 있도록 내부 임직원에게 알리는 활동도 잊지 않았습니다.

2014년도에도 대외적으로 다양한 사건, 사고가 있었지만 네이버는 이용자 여러분의 신뢰를 기반으로 중심을 잃지 않고 우뚝 설 수 있었습니다.

2014년도 네이버를 둘러싼 환경의 변화

네이버를 둘러싼 외부환경의 변화와 네이버 내부 구조 및 서비스 프로세스 변경 등의 내부환경 변화는 궁극적으로 이용자 개인정보·프라이버시 보호 방식에도 변화를 가져옵니다. 올해는 어떠한 변화가 있었는지 개관적으로 살펴보겠습니다.

내부 환경 변화	
기업구조 변화에 따른 서비스 통합	<p>자회사 서비스의 통합</p> <p>네이버라는 하나의 플랫폼을 통해 제공되기는 하였으나, 네이버(㈜) 아닌 NBP(㈜)를 통해 제공되었던 쇼핑, 부동산, 광고 등의 서비스를 네이버(㈜)로 통합하였습니다. 이로써 네이버 플랫폼에서 제공하는 대다수의 서비스가 네이버(㈜)라는 단일 기업을 통해 제공할 수 있게 되었고, NBP(㈜)는 인프라 관련 사업에 주력할 수 있게 되었습니다.</p> <p>서비스의 통합은 단순히 다른 기업에서 제공하였던 서비스를 가져와서 대신 제공하는 의미에 그치지 않습니다. 회원체계의 통합 및 개인정보의 처리 주체 단일화 등을 통하여 기존에 비해 보다 매끄러운 서비스 이용 경험을 제공해드리게 됩니다. 불필요한 개인정보 제3자 제공의 동의절차 폐지, 개인정보관리 책임성 확대 등 이용자 측면에서 긍정적인 효과를 기대할 수 있습니다.</p>
모바일·글로벌 체질변화 요구	<p>웹툰, 동영상 등 네이버 서비스의 글로벌 체질변화 요구</p> <p>2013-14년도에는 모바일과 글로벌이라는 화두를 쫓아 국내에 한정된 서비스라는 기존의 체질을 변화시키는 계기를 마련했습니다. 웹툰·동영상·사전 등은 LINE 서비스라는 플랫폼을 이용하여 성공적인 글로벌 서비스로 자리매김하였습니다.</p> <p>네이버 서비스의 글로벌 체질변화는 개인정보 측면에서도 많은 변화를 가져오게 됩니다. Global Standard의 준수에 더하여, 국내법에 따른 경직된 개인정보 처리 절차를 해외의 유연한 환경에 맞추는 노력도 필요합니다. 그 과정에서 기술적, 관리적 보호조치가 느슨해지지 않도록 보이지 않는 곳에서의 적응 노력도 필요하게 되었습니다.</p> <p>글로벌 모바일 메신저 LINE의 성장</p> <p>글로벌 모바일 메신저 LINE의 눈부신 성장으로 국내 스타트업과의 제휴도 활발해졌습니다. LINE이라는 글로벌 플랫폼을 타고, 음식배달 사업과 같이 국내에서 성공을 경험한 기업이 일본 등 해외로 진출할 수 있는 기회가 열리게 되었습니다.</p> <p>글로벌 서비스와 국내 서비스의 교류와 크로스오버로 인해 개인정보의 국제간 전송 등 기존에 경험하지 못하였던 개인정보보호 이슈가 생겨났으며, 이에 대한 적절한 대응이 서비스의 성패를 갈음할 수 있는 주요 요소의 하나가 되었습니다.</p>

외부 환경 변화

법제도 변화 등

개정 정보통신망법 시행

은행, 카드사에서 1억 건이 넘는 개인정보가 유출되는 사건이 발생하는 등 개인정보 누출사고가 지속적으로 발생하고 있습니다. 특히, 정보통신망을 통한 개인정보 유출은 그 피해 정도가 지대하며, 유출된 개인정보는 2차 피해를 입히는데 사용될 수도 있어 사전에 개인정보가 유출되지 못하도록 법적·제도적 장치가 강화되었습니다.

주요 내용은 아래와 같습니다.

- 기업의 개인 사생활 관련 정보 수집을 필요 최소한으로 제한함
- 개인정보 누출 등에 대한 통지 및 신고를 24시간 이내 하도록 함
- 기업이 개인정보를 파기할 경우 이를 복구·재생할 수 없도록 함
- 기업이 관리하고 있는 개인정보가 분실·도난·누출된 경우 300만원 이하의 범위에서 '법정손해배상'을 청구할 수 있도록 함
- 정보보호최고책임자를 지정하고, 미래창조과학부 장관에게 신고하도록 함
- 영리목적의 광고성 정보 전송 규제를 강화하는 등 규제 및 벌칙 강화함

규제의 차등적 적용 문제 심화

개인정보보호와 관련하여 정보통신서비스 제공자 등에 적용되는 규제가 강화되고, 해당 규제가 국내 사업자에게 우선적으로 적용됨에 따라 글로벌 환경에서의 서비스 경쟁에서 불리한 시작점에 놓이는 현상이 심화되고 있습니다.

규제대응에 투입되는 비용과 인력의 문제를 별도로 하더라도, 상이한 서비스 기능의 제공 - 특히, 이용자 편의성 측면에서 글로벌 기업의 서비스와 비교할 수 없는 불편한 이용자 경험으로 인해 국내 사업자의 서비스 경쟁력이 점차 약화되고 있는 상황입니다. 핀테크(FinTech) 영역에서의 '간편결제' 이슈로 인하여 규제 개혁에 대한 논의가 시작되고 있으나, Global Standard와 거리가 있는 방향으로 논의가 진행되고 있어 '웃만 같이입은' 규제가 다시 등장하는 것이 아닌가 하는 우려가 있습니다.

사업 경쟁 심화

글로벌 인터넷 기업의 가파른 성장세

TGIF(Twitter, Google, iPhone[Apple],Facebook)로 대변되는 글로벌 인터넷 기업의 국내사업 성장세가 돋보였습니다. 국내 SNS사업은 종적을 감추게 되었고, 그 자리를 Facebook, Instagram과 같은 글로벌 기업이 차지하게 되었습니다. 모바일 인스턴트 메신저 분야에서 다음카카오톡의 '카카오톡'이 수성하고 있습니다.

Facebook의 경우 국내에서의 성공적 사업영역 확장을 통해 광고주에게 가장 선호되는 플랫폼의 하나로 자리매김할 수 있었습니다. Twitter는 서비스 개편을 통해 'Buy'버튼을 삽입하여, 누구라도 물건을 판매하고 구매할 수 있도록 플랫폼의 사업영역을 강화하였습니다. 국내에서는 규제로 인하여 제공할 수 없는 각종 편의기능을 앞세워 글로벌 서비스들이 사업영역을 확장해나가고 있습니다.

2014년도 네이버 개인정보·프라이버시 보호 활동 TIMELINE

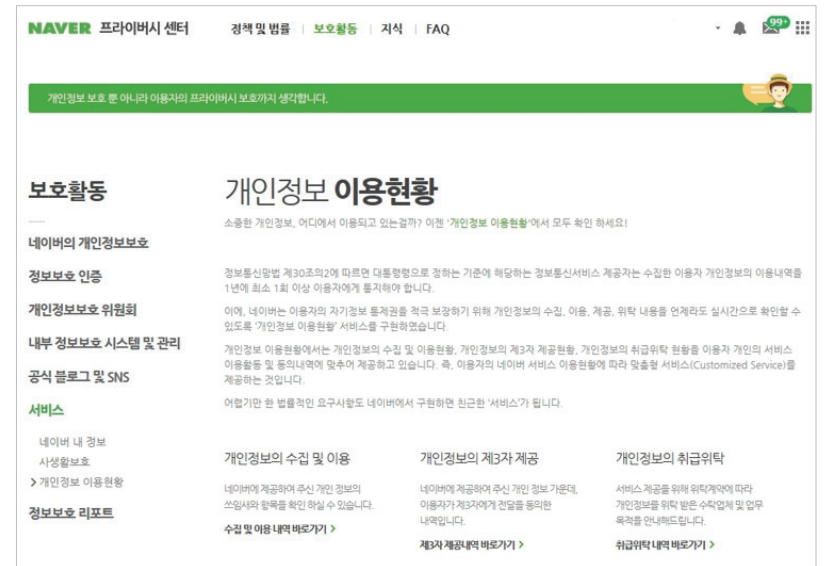
<p>1월 주요활동</p>	<p>네이버 개인정보영향평가시스템 개편 / 비업무 사이트 차단 시행</p> <p>네이버가 제공하는 모든 서비스의 기획, 디자인, 개발, 출시, 폐기 등 전체 생명주기(Life Cycle)에 걸쳐 이용자 프라이버시 및 개인정보에 미치는 영향을 검토하여 이를 개선하는 업무처리시스템을 개편하여 새롭게 출시하였습니다. 기존의 시스템을 전면 개편하여, 개인정보 영향평가 과정의 추적성을 높이는 한편, 서비스에 대한 개선 현황을 Dashboard화 하여 전반적인 개인정보보호 상황을 점검할 수 있도록 하였습니다.</p> <p>네이버 임직원이 업무와 연관되지 않은 사이트를 방문하고 악성코드에 감염되어 이용자 개인정보에 대한 해킹으로 이어지지 않도록 업무와 무관한 사이트에 대한 접근을 차단하는 등 이용자 정보보호조치를 강화했습니다.</p>
<p>2월 주요활동</p>	<p>긴급 사이버 대응훈련</p> <p>카드3사 개인정보 대량 유출 사건과 관련하여, 유사사건 재발방지를 위한 고객 정보보호 실태를 자체적으로 점검하였습니다. 내부적으로 업무 프로세스, 시스템 등을 점검하는 동시에 카드사에서 문제시 되었던 제3자에 의한 개인정보 침해 가능성을 근본적으로 재검토하였습니다.</p>
<p>3월 주요활동</p>	<p>사내보안 캠페인 기획 및 시행 / 네이버 프라이버시 센터 개편</p> <p>사내 정보보호 강화 및 임직원들의 보안 의식 고취를 위해 3월부터 연중 사내 정보보호 캠페인을 시작하게 되었습니다. 임직원들이 평소 궁금해하던 정보보호 관련 내용들을 퀴즈 형식으로 풀어내고, 적극적인 참여를 보인 임직원에 대해서는 '보안 마이리지'를 부여하고, 우수 임직원에 대해 시상하는 방식으로 즐겁게 캠페인에 참여할 수 있는 환경을 만들었습니다.</p> <p>네이버 프라이버시 센터의 전체적인 디자인을 리뉴얼하여 새롭게 공개하였습니다. 개인정보보호 관련 정보 등 다양한 콘텐츠를 보강하는 한편, 이용자의 권리를 보장하기 위한 신고, 문의 채널을 확대하였습니다.</p>
<p>4월 주요활동</p>	<p>네이버(주) 및 전체 계열사 대상 온라인 생활보안 교육 시행</p> <p>네이버(주) 및 관련 계열사 전체 임직원을 대상으로 '온라인 생활보안 교육'을 시행하였습니다. 1월에 있었던 카드3사 개인정보 대량유출 사건을 계기로 외부 인력 에 의한 개인정보 침해사고가 발생하지 않도록 하기 위한 조치를 설명하였으며, 임직원들의 부주의에 의한 정보유출이 발생하지 않도록 업무 과정에서의 개인정보 보호 수칙을 안내하였습니다.</p>

<p>5월 주요활동</p>	<p>네이버(주) - NBP(주) 서비스 통합</p> <p>네이버 플랫폼을 통해 제공되었지만, 네이버(주)가 아닌 관계사에서 제공하던 지식쇼핑, 체크아웃, 부동산 등의 서비스를 네이버(주)로 통합하여 제공하게 되었습니다. 그 과정에서 개인정보의 이전에 대해 이용자 여러분께 안내를 드리고, 필요한 경우 동의를 받는 등 관계법령에 따른 절차를 진행하였습니다.</p>
<p>6월 주요활동</p>	<p>미투데이 종료 대응</p> <p>네이버(주)-NBP(주) 기업분할합병에 따른 위치정보보호법 준수 활동</p> <p>단문 SNS로 사랑받던 '미투데이' 서비스를 6월 말에 종료하게 됨에 따라, 그간 서비스 제공을 위해 사용했던 이용자의 개인정보가 안전하게 폐기될 수 있도록 개인정보영향평가를 시행하였습니다. 또한, 개인정보와 관련하여 이용자의 권리의무 관계를 명확히 하기 위해 미투데이 종료를 반영하여 네이버 개인정보취급방침을 개정하였습니다.</p> <p>네이버(주)와 NBP(주)의 기업분할합병에 따라 기존에 NBP(주)에서 제공하던 일부 위치기반 서비스가 네이버로 이전, 통합됨에 따라 위치정보보호법에 신고 및 이용자 공지 등 법령상의 의무를 준수하였습니다.</p>
<p>7월 주요활동</p>	<p>PIMS-ISMS 인증 사후심사</p> <p>네이버 로그인 전용 아이디 공개</p> <p>네이버(주)는 NBP(주)에서 분할·합병된 부동산, 쇼핑 등의 서비스를 포함하여 네이버에서 제공하는 모든 서비스에 대해 PIMS(개인정보보호 관리체계) 및 ISMS(정보보호관리체계) 사후인증을 성공적으로 수행함으로써 다시 한 번 전자 정보보호 수준 및 개인정보 관리체계의 견고함을 증명하였습니다.</p> <p>온라인에서 나를 나타내는 명함과 같은 성격의 'ID'는 누구나 알 수 있는 정보입니다. 아이디는 이메일, 블로그, 쪽지 등을 통해 노출되어 다른 사람이 쉽게 알 수 있습니다. 이에 착안하여, 오직 '나만이 알고 있는' ID를 만들어 이용자들이 사용할 수 있도록 '로그인 전용 아이디' 기능을 구현, 제공하였습니다.</p>
<p>8월 주요활동</p>	<p>네이버 메일 데이터 암호화 전송(TLS) 추가 적용</p> <p>TLS(Transport Layer Security, 전송계층 보안-암호화)는 네트워크에서 전달되는 메일 내용을 암호화하여 비밀성을 유지하기 위해 사용하는 통신규약으로 메일 송수신하는 과정에서 네트워크 상에서 도청과 '스니핑(네트워크 상에서 자신이 아닌 다른 상대방들의 패킷 교환을 훔쳐보는 행위)'을 방지할 수 있습니다. 네이버 메일은 2012년도에 메일 보안접속(SSL)적용 후, 14년도에는 수신서버에 데이터 암호화 전송을 추가로 적용한 것입니다.</p>

<p>9월 주요활동</p>	<p>ISO/IEC27001 인증 사후심사 SOC 인증 갱신심사</p> <p>네이버는 국제 정보시스템 관리체계에 대한 인증인 ISO/IEC 27001 인증에 대해 매년 실시하는 사후 갱신심사를 성공적으로 수행하였습니다.</p> <p>또한, 서비스 및 서비스 조직에 대한 신뢰도를 높이기 위해 고안된 국제적 인증인 SOC 인증의 갱신심사에 착수하였습니다. 네이버는 2012년부터 SOC 2, 3 인증을 취득, 유지해오고 있습니다. 한가지 이상의 SOC 인증을 동시 취득한 것은 네이버가 국내 최초이며, 특히 국내에서 SOC 3 인증을 취득한 사례는 네이버가 유일합니다.</p>
<p>10월 주요활동</p>	<p>위치기반서비스 감사 시행</p> <p>위치정보보호법에 따른 최소 연 1회 자체 감사 의무이행을 위해 네이버 위치기반 서비스(LBS, Location-Based Service)에 해당하는 지도, 블로그, 지식iN 등 9개 서비스에 대한 위치기반서비스 감사를 실시하였습니다.</p>
<p>11월 주요활동</p>	<p>네이버 고객센터 업무시스템 보안점검 네이버 '프라이버시보호위원회' 발족</p> <p>네이버, 검색광고, 체크아웃 등 주요 고객센터 업무 시스템에 대한 개인정보 취급 현황을 점검하였습니다. 고객센터는 이용자 개인정보를 가장 많이 취급하는 업무 가운데 하나이기 때문에 여기에서의 개인정보 관리는 고객 접점에서의 개인정보 보호를 위한 중요한 활동이 됩니다.</p> <p>네이버 서비스에서의 이용자 프라이버시 보호를 위해 내부 주요 서비스를 책임지는 임원급으로 구성된 네이버 프라이버시보호위원회를 발족하였습니다.</p>
<p>12월 주요활동</p>	<p>광고성 정보 전송 가이드의 배포 나만의 로그인 테마 적용</p> <p>개정 정보통신망법에 따라 광고성 정보 전송이 엄격하게 제한되어, 광고성 정보와 그렇지 않은 정보를 분류하는 기준 및 광고성 정보의 전송 시 준수해야 하는 조치의무 등을 가이드라인으로 작성하여 전사에 배포하였습니다.</p> <p>로그인 페이지와 유사한 웹 페이지를 생성하고 이를 통해 개인정보를 수집하여 탈취하는 피싱 사이트에 의한 피해를 예방하기 위해, 네이버 로그인 화면의 배경을 이용자가 직접 선택한 이미지로 설정하는 '나만의 로그인 테마' 기능을 제공하기 시작하였습니다.</p>

이용자 정보처리의 투명성 확보

네이버는 '네이버 프라이버시 센터'를 통해 이용자가 자신의 개인정보 이용 및 제공(위탁 포함) 내역을 언제든지 확인할 수 있도록 '개인정보 이용현황' 서비스를 제공하고 있습니다. 개인정보 이용현황 서비스에서는 개인정보의 수집 및 이용현황, 개인정보의 제3자 제공현황, 개인정보의 취급위탁 현황을 이용자 개인의 서비스 이용활동 및 동의내역에 맞추어 제공하고 있습니다. 즉, 이용자의 네이버 서비스 이용현황에 따라 맞춤형 서비스(Customized Service)를 제공하는 것입니다. 어렵지만 한 법률적인 요구사항도 네이버에서 구현하면 친근한 '서비스'가 됩니다.



네이버 프라이버시 센터에서 제공하는 개인정보 이용현황 서비스

네이버는 이용자의 개인정보 처리와 관련한 투명성 확보를 위해 '개인정보 이용현황' 서비스를 제공하는 것에 그치지 않고, 수사기관에서 통신수사 등의 목적으로 관계 법령에 따라 자료제공을 요청한 사안에 대한 통계를 공개하기로 전격 결정하였습니다. 이는 개인정보 이용현황 서비스를 통해 관련 내용을 공개하기 어려운 사정을 고려하여, 통계의 형식을 빌려서라도 이용자 개인정보 처리의 투명성 확보라는 약속을 지키기 위함입니다.

수사목적의 자료제공 요청 관련 통계

전기통신사업자 일부는 통신비밀보호법 제13조제7항, 동법 시행령 제40조제3항, 전기통신사업법 제83조 제6항에서 규정한 전기통신사업자의 의무에 의거하여 통신제한조치, 통신사실확인자료, 통신자료의 제공 현황을 연2회 미래창조과학부장관에게 보고합니다. 네이버도 해당 법령의 적용 대상이 되어, 이를 매 반기 마다 보고하고 있습니다.

각 구분되는 항목의 의미는 아래와 같습니다.

개념	설명	근거법령
통신제한조치	전기통신에 대하여 당사자 동의 없이 전자장치 기계장치 등을 사용하여 통신의 내용을 알아내거나 기록 또는 그 송수신을 방해하는 것	통신비밀 보호법
통신사실 확인자료	전기통신사실에 관한 자료 (로그기록 등) 예) 특정 ID의 접속 시간, 접속 서비스, IP 주소 등	통신비밀 보호법
통신자료	이용자의 성명, 주민등록번호, 주소, 전화번호, 아이디 및 가입 해지일	전기통신 사업법
압수수색영장	형사소송법에 의한 강제처분인 압수와 수색을 기재한 재판서 형사소송법 제106조제3항에 의거, 컴퓨터용 디스크나 이와 유사한 정보저장 매체의 경우 정보의 범위를 정하여 출력 또는 복제하여 제출 받음	형사소송법

관련 법령에 의거하여 미래창조과학부장관에게 보고한 최근 3년간의 수사목적 자료제공 요청에 대한 처리 통계는 아래의 표와 같습니다. 아래 통계수치는 관계법령에 의거하여 매년 반기 단위로 미래창조과학부장관에게 보고하였던 통신제한조치, 통신사실확인자료, 통신자료 제공현황에 더하여 형사소송법에 의한 강제처분인 압수수색영장의 집행 건수를 추가로 포함한 것입니다.

수사목적의 자료제공 요청 관련 통계

미래창조과학부장관(방송통신위원장) 보고 수치 기준

요청문서수&처리건수 (* 0건, 즉 제공된 자료가 없는 경우 수치에서 제외함)									
사업자	분류	구분	2012년		2013년		2014년		비고
			상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	
네이버㈜	압수영장	압수영장 요청	142	1,345	4,283	4,961	4,998	4,344	법령에 의하기관 통계보고 의무 없음
		처리건수	125	1,153	3,756	4,291	4,405	3,783	
		제공건수	1,753	167,916	41,304	178,053	58,768	17,611	
	통신사실 확인자료	통신사실 요청	3,894	3,947	3,740	2,831	2,560	2,230	
		처리건수	3,894	3,536	3,231	2,309	2,162	1,840	
		제공건수	18,206	16,848	12,440	7,060	4,634	3,823	
	통신제한 조치	감청영장 요청	13	17	31	41	39	17	
		처리건수	13	17	31	41	39	17	
		제공건수	51	58	111	84	131	62	
통신자료	통신자료 요청	-	-	-	-	178	107	2012.10.18 이후 통신자료 제공 중단	
	처리건수	10,080	6,469	0	0	0	0		
	제공건수	42,499	25,685	0	0	0	0		

- 2012년, 2013년 통신자료 수치 확인 불가능: 통신비밀보호업무 처리지침 및 관계 법령에 따라 통신자료의 경우 1년 동안만 보관하도록 되어 있음.
- 2012년도까지의 통신제한조치 처리 통계는 '통신제한조치 기간 연장'건에 대하여 일괄 1건으로 집계함

* 참고: 정부조직법 개정에 따른 정부조직 변경 이전에는 통계를 방송통신위원장에 보고하였음

위 통계와 관련하여 몇 가지 보충이 필요한 부분이 있어 설명 드립니다.

하나, 네이버는 지난 2012년도 10월 통신자료 제공에 관한 사업자의 실제적 심사의무 존재여부 확인 및 영장주의 위배우려 등과 관련한 법원의 판결을 존중하여 업계 최초로 통신자료의 제공을 전격 중단한 바 있습니다. 통신자료의 제공과 관련한 전기통신사업법 제83조는 수사기관의 요청이 있다 하더라도 전기통신사업자로 하여금 반드시 이를 제출하도록 강제하는 규정(일명 '강제 수사')은 아니라는 법원의 판단에 따라 이용자 프라이버시 보호를 위하여 그 제출을 중단한 바 있으며, 네이버의 이와 같은 결정에 따라 적지 않은 전기통신사업자들이 네이버의 선례를 따르기도 하였습니다.

그러나, 통신자료의 제공 중단으로 인하여 통신자료에 해당하는 이용자 가입정보를 확보하기 위하여 형사소송법에 의거한 압수수색영장의 집행이 증가하였습니다. 2012년도 하반기 및 2013년도 상반기의 급격한 압수수색영장 집행 수치의 증가는 이와 같은 사정이 반영된 '풍선효과'에 따른 것으로 이해됩니다.

둘, 미래창조과학부에서 기간통신사업자 71개, 별정통신사업자 44개, 부가통신사업자 56개 등 총 171개 사업자가 제출한 것을 통계화 하여 공개한 <'14년 상반기 통신제한 및 통신사실확인자료 제공현황>을 기준으로 하여 네이버가 수사목적 자료를 제공한 현황의 비율은 아래와 같습니다.

2014년도 상반기 수사목적 자료제공 현황 비교 (네이버/171개 통계보고 의무 사업자)

- 통신제한조치: 39/378건 (전체 대상 사업자 중, 약 10.3%)
- 통신사실확인자료: 2,162/132,031건 (전체 대상 사업자 중, 약 1.6%)
- 통신자료: 네이버는 2012년 10월 이후 이를 제공하지 않음
- 압수수색영장: 사업자 별 제공현황 공개된 사실 없음

셋, 통신사실확인자료 제공요청의 꾸준한 하락추세는 압수수색영장 집행이 증가함에 따라 별도로 통신사실확인자료 제공요청을 하는 대신 영장의 집행으로 이를 대체하기 때문으로 파악됩니다. 또한, 지난 2013년 8월에 기존 NHN(㈜)가 네이버(㈜)-NHN Entertainment(㈜) 등 2개의 법인으로 분할되어 기존에 NHN(㈜)에서 처리하였던 '한게임' 서비스에 대한 통신사실확인자료 제공요청을 더 이상 네이버(㈜)가 처리하지 않기 때문으로 분석되며, 해당 추세가 지속적으로 유지될 수 있을지 여부는 확실하지 않습니다.

넷, 2012년도 상반기까지는 통신제한조치가 연장되는 경우 이를 일괄적으로 1건으로 통계 산정하였으나, 통신제한조치기간의 연장을 허가함에 있어 총 기간 내지 총 연장 횟수의 제한을 두지 않고 무제한 연장을 허가할 수 있도록 규정한 통신비밀보호법 제6조 제7항 단서 중 전기통신에 관한 '통신제한조치기간의 연장'에 관한 부분이 과잉금지원칙을 위반하여 통신의 비밀을 침해하는

법률로서 헌법에 합치하지 아니한다는 헌법재판소의 결정(통신비밀보호법 제6조제7항 단서위헌 제청, 2009헌가30)에 따라 2013년도부터 매 통신제한조치 신청 건수를 개별 산정하였습니다.

다섯, 네이버가 압수수색영장, 통신사실확인자료 등의 수사목적 자료제공 요청 대비 처리건수가 적은 것은 ▲ 대상자의 탈퇴 등 자료제공이 불가능한 경우 ▲ 지나치게 포괄적인 자료제공 요청(일명 '포괄영장')의 경우, 이용자 보호를 위해 제공 거부 또는 범위 축소 ▲ 기타, 형식적·절차적 흠결로 인해 자료제공을 거부한 경우 등이 있기 때문입니다.

2012년도 상반기 이후 통신제한조치 건수가 급격히 증가한 것처럼 보이는 현상은 위와 같은 헌법재판소의 판결을 반영하여 나타난 '착시현상'이며, 실제 통신제한조치의 뚜렷한 증가현상이 확인되지는 않으며 오히려 2014년도 하반기에는 전반기 대비 50% 이상 감소한 것을 확인할 수 있습니다.

이용자 개인정보의 처리 투명성과 관련하여 네이버는 이용자에게 필요한 정보를 제공하기 위한 다양한 방식을 고려하여 이를 서비스에 반영하도록 하였습니다.

07

2014년도 네이버의 주요 개인정보·프라이버시 보호 활동

네이버 프라이버시 센터(<http://privacy.naver.com>) 새단장

네이버는 지난 2013년도 1월, 그간의 이용자 개인정보·프라이버시 보호를 위해 노력한 다양한 활동을 모아 '네이버 프라이버시센터'를 구축하여 공개하였습니다. 당시 네이버 프라이버시 센터는 정책·서비스·보호활동·지식·FAQ 등 5개의 메뉴를 통해 네이버와 이용자가 함께 지켜나가고자 하는 가치가 이용자 프라이버시 보호임을 공식화 하는 한편, 그러한 가치의 수호를 위해 네이버가 수행하는 다양한 활동을 비롯하여 이용자에게 도움이 될 수 있는 개인정보·프라이버시 관련 정보를 다양하게 제공하였습니다.

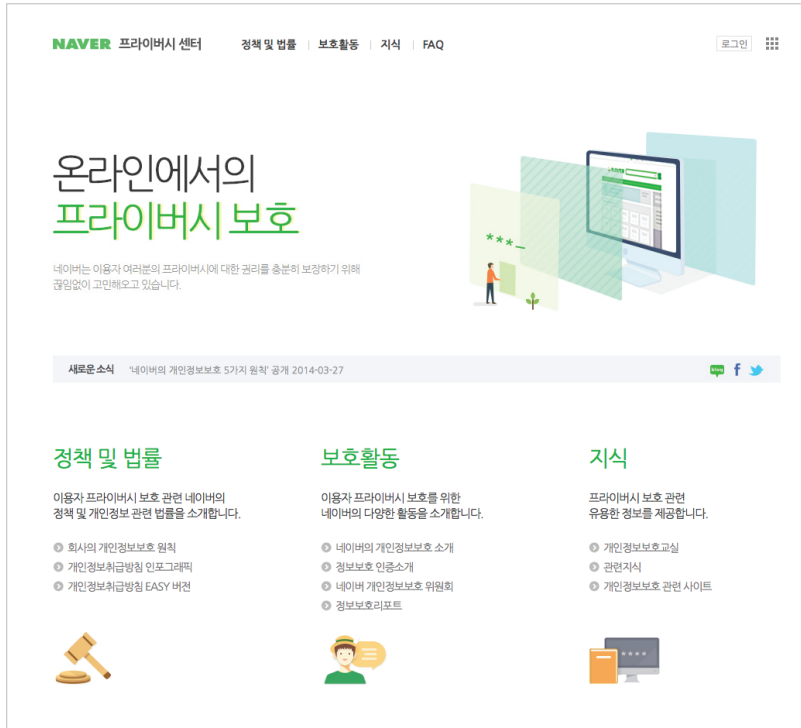


네이버 프라이버시 센터 메인화면 (2013년)

최초 공개 당시 프라이버시 센터는 기존에 네이버가 제공해오던 다양한 (개인)정보보호 기능을 한 곳에서 쉽게 찾아보고 적용할 수 있는 One-Stop Service를 지향했습니다. 또한, 다양한 개인정보 보호 정책, 정보보호 인증소식, 개인정보를 안전하게 관리하기 위한 내부 시스템 및 프로세스 소개 등 네이버의 활동과 관련한 유익한 정보를 제공하고자 하였습니다. 특히, 어렵고 딱딱하게 느껴지기 쉬웠던 개인정보 취급방침의 'EASY(易知) 버전'을 국내 최초로 제작하여 공개하기도 하였습니다. 'NHN 정보보호 리포트(차후, <네이버 개인정보보호 리포트>로 변경)'를 최초로 공개하는 한편 매년 리포트 공개를 약속하기도 하였습니다.

이후 2013년 상반기에는 이용자 개인정보자기결정권 강화를 위해 이용자의 개인정보 이용 및 제 공현황을 온라인에서 직접 확인할 수 있는 서비스인 '개인정보 이용현황'을 구현하여 네이버 프라 이버시센터에 추가로 공개하기도 하였습니다.

네이버 프라이버시 센터 공개 후, 1년 반이 지난 2014년도 5월에 마침내 기존의 디자인과 UI, 컨 텐츠를 새롭게 개편하여 네이버 프라이버시 센터 리뉴얼 버전을 공개하였습니다.



리뉴얼된 네이버 프라이버시 센터 (2014년 3월)

새롭게 공개된 네이버 프라이버시 센터는 기존 5개의 메뉴를 4개로 간소화 하는 한편, 이용자들 이 개인정보·프라이버시 보호와 관련해 궁금해하던 네이버의 정책을 대폭 확대하여 공개하였습 니다. 네이버 아이디로 로그인 정책, 디지털 유산 관련 정책 등 다양한 정책·정보를 손쉽게 접하 실 수 있습니다. 업계 최초로 개인정보취급방침을 '인포그래픽(Infographic)'으로 제작하여 이를 공개하기도 하였습니다.



네이버 개인정보취급방침 인포그래픽 (일부)

기타, 네이버의 개인정보보호 5대 원칙을 누구나도 이해하기 쉽게 동영상으로 만들어 공개하였 고, 네이버가 취득한 정보보호 인증의 체계를 도식화 하여 정보보호관리체계의 범위와 수준을 명 확하게 표현하였습니다. 개인정보보호와 관련한 국내 주요 사이트를 일목요연하게 찾아볼 수 있 도록 편집하였고, 관련 법령도 한 눈에 찾아보기 쉽도록 구성하였습니다.

향후에도 네이버 프라이버시 센터를 통해 네이버는 개인정보·프라이버시 보호와 관련한 정책의 투명성 확보, 유익한 정보의 제공, (개인)정보보호 기능의 통합, 이용자와의 유기적인 소통을 위 한 노력을 아끼지 않을 것입니다. 매년 발행하기로 약속한 개인정보보호 리포트의 공개 역시 잊지 않고 세심하게 준비할 것입니다.

네이버 로그인 전용 아이디 + 나만의 로그인 테마

네이버 로그인 전용 아이디

7월에는 '네이버 로그인 전용 아이디' 서비스를 공개하였습니다. 로그인 전용 아이디는 기존 아이디를 계속 사용하면서, 오직 로그인에만 사용하는 별도의 아이디입니다. 내가 아이디 '전지현'으로 가입해서 게시판에서 아이디 '전지현'으로 활동한다 하더라도, 로그인 할 때는 '천송이'로 로그인 하는 것이지요. 외부에서 봤을 때 내 아이디는 '전지현'이겠지만, 실제 로그인 아이디는 '천송이'이기 때문에 내 로그인 아이디는 오직 나만 알 수 있습니다.

네이버 로그인 전용 아이디 등록 페이지

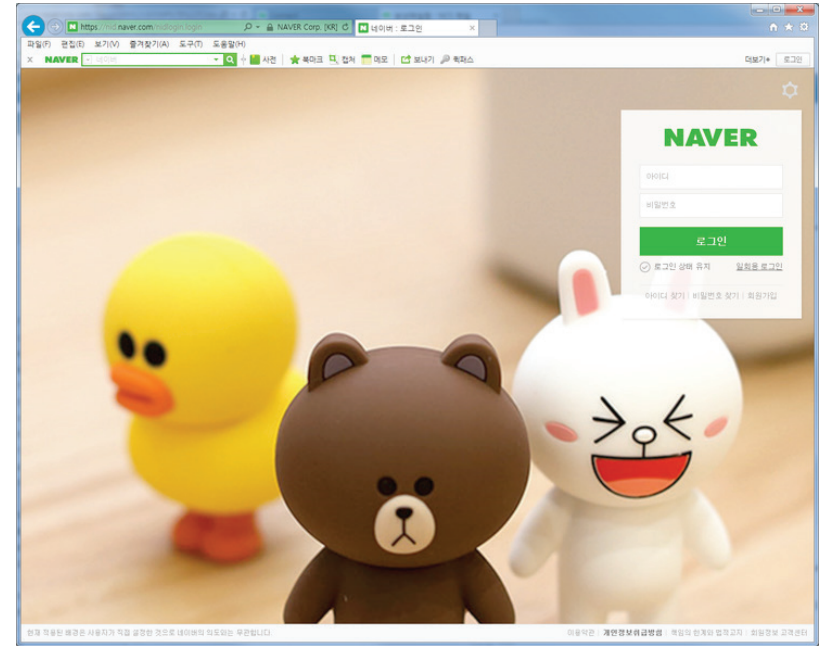
이와 같은 로그인 전용 아이디는 네이버 서비스에 로그인 한 후, 내정보 > 보안설정 > 로그인 전용 아이디 순으로 접속하여 설정할 수 있습니다. 외부에 노출되지 않는, 네이버 로그인만을 위한 전용 아이디이기 때문에 네이버와 동일한 ID를 사용하는 다른 웹사이트가 해킹당하여 계정정보가 노출된다 하더라도 네이버에서의 개인정보는 안전하게 관리할 수 있습니다.

- 꼭 기억하세요!

- 01 설정한 로그인 전용 아이디로만 로그인 하실 수 있습니다. (기존 아이디로는 로그인 불가)
- 02 로그인 후 외부에 표시되는 아이디는 기존과 동일한 아이디입니다. (메일, 블로그 등의 주소는 변하지 않아요!)
- 03 로그인 전용 아이디는 네이버에서도 알 수 없습니다. 만약 분실하셨다면, 아이디 찾기에서 설정을 해제할 수 있습니다. (해제 후 기존 아이디로 로그인 해주세요!)

나만의 로그인 테마

네이버 서비스의 인기가 높아질수록, 네이버 아이디를 노리는 가짜 로그인 페이지도 그만큼 증가하게 됩니다. 자주 가는 카페에서 내가 등록한 댓글에 가짜 로그인 페이지 링크를 남겨둔다거나, 네이버 관리자를 사칭하는 메일이나 SMS 발송을 통한 로그인을 유도하는 등 다양한 방법이 유행하고 있는데요, 피싱 사이트로부터 안전하게 내 개인정보를 보호할 수 있는 간단한 방법이 바로 '나만의 로그인 테마'입니다.



나만의 로그인 테마가 적용된 네이버 로그인 화면

네이버 로그인 테마란 PC 바탕화면이나 휴대전화의 배경화면처럼 네이버 로그인 페이지에 나만의 배경화면을 설정하여 네이버를 사칭하는 가짜 로그인 페이지와 쉽게 구분이 가능하도록 지원하는 보안 기능입니다. 내가 선택한 이미지로 로그인 테마를 설정하게 되면, 네이버를 사칭하는 사이트에서는 내가 설정한 배경화면을 정확하게 제공할 수 없기 때문에 가짜 로그인 페이지와 네이버 페이지를 쉽게 구분할 수 있게 됩니다.

* 로그인 테마는 브라우저에서 보내지는 쿠키 정보를 통해 설정값을 기억하므로 하나의 PC, 태블릿, 스마트폰에서 여러 개의 브라우저(인터넷 익스플로러, 크롬, 사파리 등)를 사용하시는 경우 각각 로그인 테마를 설정해 주셔야 합니다.

네이버 로그인 테마는 네이버 로그인 화면 하단의 배너를 통해 간편하게 설정할 수 있습니다.

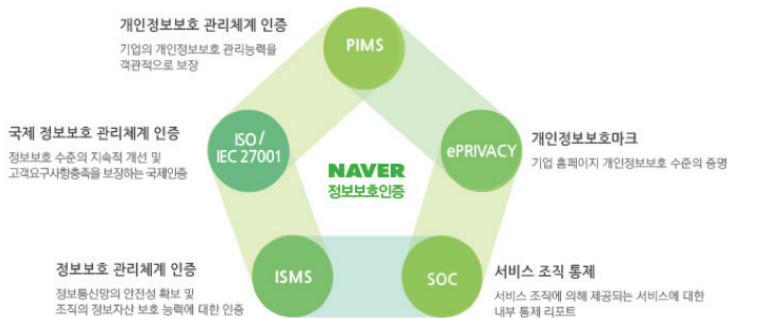


나만의 로그인 테마를 설정하는 간단한 방식

네이버를 지키는 “SOC 2, 3 + ISO/IEC 27001 + PIMS + ISMS + ePrivacy” 인증 사후검증

네이버는 이용자의 개인정보·프라이버시 보호를 위해 (개인)정보보호 관리체계에 대한 다면적 정보보호 인증을 받고 있습니다. 이를 통해 네이버의 개인정보·프라이버시 보호 및 관리체계 수준을 객관적으로 검증받고 있습니다. 네이버는 SOC 2, 3 및 ISO/IEC 27001과 같은 국제인증과 더불어 PIMS 및 ISMS와 같은 국내 인증을 통해 Global Standard와 국내법령 준수라는 두 마리 토끼를 모두 잡았습니다.

네이버는 100여명이 넘는 정보보호 전문인력이 24시간/365일 네이버 이용자의 소중한 개인정보를 안전하게 지키고 있습니다. 매년 정보보호 인증을 갱신하기 위해 엄격한 인증기관의 검증을 거치고 있습니다. 올해도 5가지 주요 인증에 대한 검증을 마쳤습니다..



네이버의 정보보호인증 체계

네이버는 매년 다음과 같은 종류의 인증을 수행하고 있습니다.

구분	인증명	내용	비고
국제	SOC 2.3	서비스 조직의 프로세스 통제에 대한 검증	SOC3 국내 최초
	ISO/IEC 27001	정보 시스템 관리체계에 대한 인증	국제표준 인증
국내	PIMS	개인정보보호 관리체계에 대한 인증	국내 최초
	ISMS	정보시스템 관리체계에 대한 인증	법률상 인증 의무
	ePrivacy	서비스 개인정보 보호 수준에 대한 인증	

특히, SOC 2, 3 인증의 경우 단순히 개인정보를 얼마나 잘 보고하고 있는지를 넘어, 네이버 임직원들이 이용자의 개인정보 및 민감정보에 대해 무단으로 접근하고 있지는 않은지, 프라이버시 보호를 위한 업무 통제체제가 얼마나 잘 갖추어져 있는지를 확인하는 인증입니다. 두 가지 이상의 SOC 인증을 동시에 취득한 것은 네이버가 국내 최초이며, 특히 SOC 3 인증을 받은 것도 네이버가 국내에서는 최초입니다. 네이버는 검증 결과를 SOC 2, 3 리포트로 만들어서 그 중 이용자에게 공개 가능한 SOC 3 리포트를 매해 공개하고 있습니다.

ISO/IEC 27001 인증은 국제표준기구가 인정하는 정보시스템 관리체계에 대한 인증으로써, 네이버는 세계 최초로 '개인정보보호 분야'에 특화하여 해당 인증을 2006년에 취득한 이래로 정보시스템 관리체계의 견고함을 증명해오고 있습니다.

PIMS는 전사 개인정보보호 관리체계에 대한 인증으로, 네이버는 전체 계열사를 포함하여 국내 제 1호로 해당 인증을 취득(2011)하였습니다. ISMS는 정보시스템 관리체계 인증으로써, 네이버는 국내 최초로 관계사 포함한 전체 계열사를 대상으로 인증을 취득(2010)하여 유지해오고 있습니다. 기타, ePrivacy 마크는 네이버, 줌버 등 네이버(주)의 대표 서비스에 대하여 개인정보보호 수준을 증명하기 위해 취득(2003) 및 유지해오고 있습니다.

올해도 정보보호 인증에 대한 사후 관리체계를 모두 검증 받았으며, SOC 3 인증에 대해서는 별도의 보고서를 발간하여 이용자 여러분께 공개하도록 할 것입니다. 또한, 네이버의 (개인)정보보호에 대한 추가적인 검증이 필요한 경우 언제라도 객관적, 독립적 인증절차를 새롭게 진행할 것입니다.

네이버 '프라이버시보호위원회' 발족

네이버는 이용자 개인정보보호를 위한 외부 자문기구인 '네이버 개인정보보호위원회'에 이어, 주요 서비스·정책·법률 등 이용자 프라이버시와 밀접한 연관이 있는 부서의 임원과 실무진으로 내부 심의·의결기구인 '네이버 프라이버시보호위원회'를 구성하여 11월에 발족하였습니다.

네이버는 프라이버시보호위원회를 CEO직속 조직으로 구성하여 경영진의 프라이버시 보호에 대한 의지를 천명하였고, 그 성격은 '이용자 프라이버시 보호 정책의 심의·의결기구'로 결정하였습니다. 또한, 프라이버시 침해와 관련한 비상 대응 컨트롤 타워 역할을 병행하기로 하였습니다. 매 분

기 단위로 정기 위원회를 개최하며, 여기에서 '분기별 실적보고 및 평가, 법적 동향 확인 및 대응방향 설정, 서비스 개선계획' 등을 논의하기로 하였습니다. 위원회에서 다음 안건으로는 '네이버 주요 서비스에서의 프라이버시 보호활동 강화, 통신비밀보호업무의 법적 준거성 확보, 투명성보고서 등 국제적 프라이버시 보호노력에 대한 동참여부 결정' 등입니다.

발족식에서 네이버 김상헌 대표이사는 "네이버 프라이버시보호위원회 활동이 새롭게 시작된 것은 아니며, 기존에 수행해왔던 이용자 프라이버시 보호 활동에 대해 각 조직별로 좀더 유기적으로 협력하고 긴급 이슈에 대해 긴밀하게 대응하기 위한 것"이라 발언하면서, 네이버가 이용자에게 제공하는 전체 서비스에 대하여 Privacy by Design 원칙을 엄격히 지켜나가야 할 것이라고 강조하기도 하였습니다.

네이버 프라이버시보호위원회는 서비스의 제공 과정에서 발생할 수 있는 제반 프라이버시 이슈에 대하여 기민하고 철저하게 대응함으로써, 이용자들이 '네이버 서비스에서만큼은 프라이버시나 개인정보 침해 이슈에 대해 신경쓰지 않고 사용할 수 있을 것이다.'라고 확신할 수 있도록 보이지 않는 곳에서 최선의 노력을 기울일 것입니다.

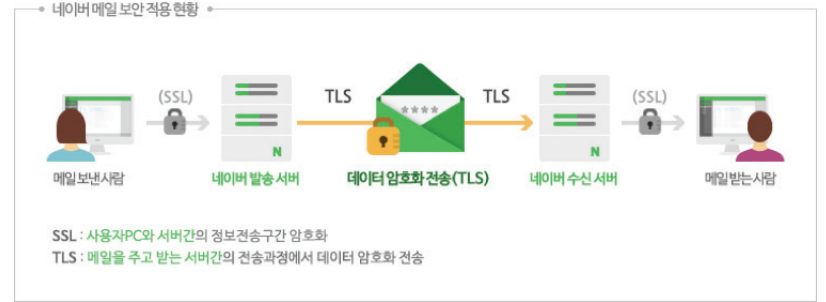
네이버 메일 수신서버의 보안성 확대

네이버는 '네이버 메일' 이용자가 'NSA 사건'과 같은 감시 환경에서도 프라이버시 침해 걱정 없이 메일을 사용할 수 있도록 다양한 기술적 보호장치를 제공하고 있습니다. 8월에는 메일 송·수신 서버간에 '데이터 암호화 전송(TLS)'을 할 수 있는 기능까지 적용하여 보다 안전한 메일 서비스를 제공하고 있습니다.



암호화 전송(TLS) 적용 전, 후 비교

TLS(Transport Layer Security, 전송계층 보안 / 암호화)는 전달되는 메일 내용을 암호화하여 비밀성을 유지하기 위해 사용하는 통신규약으로 메일을 송수신하는 과정에서 네트워크 상에서 도청과 '스니핑'(네트워크 상에서 자신이 아닌 다른 상대방들의 패킷 교환을 훔쳐보는 행위)을 방지할 수 있습니다. 하지만 '데이터 암호화 전송(TLS)'은 메일을 발송하는 서버, 수신하는 서버 모두에서 기능을 지원해야 암호화 통신이 가능합니다. 네이버는 이미 메일을 발송하는 서버에 데이터 암호화 전송(TLS)이 적용이 되어 있었으며, 이번에 수신 서버에도 데이터 암호화 전송(TLS)을 적용하여 송수신 모두 완벽하게 메일을 암호화 하여 전달 할 수 있도록 하였습니다.



네이버 메일 정보보호 기능 적용 현황

네이버 메일에 적용된 데이터 암호화 전송(TLS)은 메일을 발신하는 메일 사업자와 송신하는 메일 사업자 모두 해당 기능을 제공해야만 암호화된 형태로 메일을 주고받을 수 있습니다. 아직 국내에서 이를 적용하지 않은 곳도 많지만 네이버는 이용자의 프라이버시보호를 위해 선제적으로 데이터 암호화 전송(TLS) 기능을 도입하였습니다. 네이버의 이 같은 움직임이 향후 국내 이메일 서비스 사업자들이 데이터 암호화 전송(TLS)을 도입하는 마중물이 되기를 희망합니다.

참고 ① 네이버 메일에서의 보안접속(SSL)

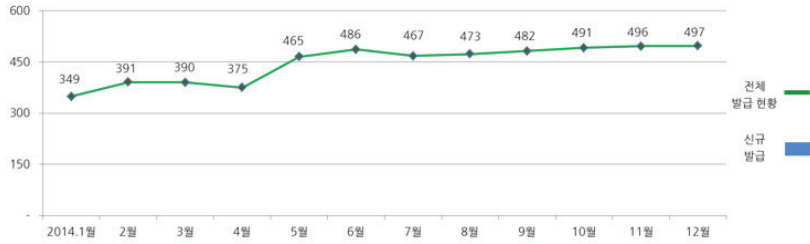
네이버는 네이버 메일 이용자가 메일을 발송하는 경우, 이용자로부터 네이버 메일 발송서버까지 전송되는 구간에 보안접속(SSL) 기능을 적용하였습니다. 메일을 수신하는 경우 네이버 메일 수신서버와 메일 수신인 사이의 구간에 역시 보안접속(SSL) 기능을 적용하였습니다. 즉, 이용자의 브라우저와 메일 서버간 통신 시, 데이터를 암호화 하여 안전하게 메일 내용이 전송될 수 있는 장치를 마련한 것입니다.

그러나, 보안접속 기능을 기본설정으로 모든 이용자에게 적용하는 경우 네트워크 상황에 따라 서비스 속도의 저하를 체감할 수 있어 이를 누구에게나 기본설정으로 적용되도록 하지는 못하였습니다. 약간의 속도 저하를 감수하더라도 메일 송·수신 구간에서 타인에 의한 메일내용 엿보기에 노출되는 것을 방지하고자 하시는 이용자는 네이버 메일의 '환경설정'에서 보안접속 설정을 '사용함'으로 변경하시기를 적극 권해드립니다. 향후, 네이버는 해당 기능을 기본설정으로 제공하는 동시에 서비스 이용 속도도 향상시킬 수 있도록 시스템을 개편하는 노력을 기울이겠습니다.

참고 ② 네이버 서비스에서의 보안서버(SSL) 적용 현황

네이버는 이용자 여러분의 계정정보를 포함한 개인정보 및 민감정보가 전송되는 모든 구간에서 해커의 스니핑에 의한 프라이버시 침해가 발생하지 않도록 데이터의 암호화 전송을 위한 보안서버(SSL)를 설치하여 운영하고 있습니다. 여기에는 수많은 개발자들의 노력과, 보안서버 구축 및 유지를 위한 비용이 소요됩니다.

네이버는 얼마만큼의 비용이 투입되더라도 이용자의 프라이버시 보호를 위해 앞으로도 지속적으로 보안서버 구축을 확대해나갈 계획입니다. 2014년도 한 해 동안 네이버 서비스에 보안서버를 적용한 현황은 아래 그림과 같습니다.



네이버 서비스에 대한 보안서버(SSL) 적용 월별 추이(2014년도)

08

맺음말

2014년도에는 외부·내부의 거센 환경 변화 속에서 네이버가 추구하는 이용자 개인정보·프라이버시 보호라는 가치를 무게중심으로 삼아 묵묵히 가야 할 길을 걸어갔었던 한 해로 스스로 평가해봅니다. 네이버는 외부의 압력이나 요청이 발생하기 전에, 이용자의 관점에서 필요한 기능과 정보를 제공하기 위해 프라이버시 센터를 구축하여 운영해왔으며, 올해는 이용자에게 보다 필요한 각종 정보보호 정보와 기능을 추가하는 한편, 네이버의 정보보호 5대 원칙을 동영상으로 제작하여 공개하는 등 다면적인 노력을 쏟았습니다.

2013년도에는 NHN(주)라는 기업명을 네이버(주)로 변경하는 한편, 한게임(기업명 'NHN Entertainment(주)')과의 기업분할을 통해 포털 서비스 사업에 보다 집중할 수 있는 계기를 마련하였습니다. 그와 같은 큰 사업환경 변화 속에서 서비스의 안전성을 유지하고, 내부 체계를 단단히 다지는데 집중하였습니다. 이런 의미에서, 2014년도에는 네이버라는 서비스 플랫폼과 동일한 '네이버(주)'라는 이름을 내세워 안정 속에서 사업을 확장한 제2의 창업 원년이라 하여도 과언은 아닐 것입니다.

2014년도에는 글로벌 모바일 메신저 LINE의 눈부신 확장과 더불어, 기존 네이버 서비스의 글로벌·모바일화의 성공에서 자신감을 얻을 수 있었습니다. 소위 '글로벌 인터넷 기업'들이 국내에서 사업영역을 공격적으로 확장하고 있는 상황에서, 국내 기업들은 Global Standard 뿐만 아니라 엄격한 국내법까지 준수해야 하였습니다. 그러한 가운데에서도, 네이버는 견고한 사업 역량을 통해 국내 최고 수준의 인터넷 기업으로써의 위치를 굳건히 하였습니다. 또한, SOC 2, 3 및 ISO/IEC 27001 인증 등을 통해 이용자 정보보호 체계의 견고함을 객관적으로 검증 받기도 하였습니다.

서비스의 개편 속에서도 이용자 개인정보·프라이버시 보호를 잊지 않았습니다. 오히려, 가장 크게 관심을 두고 지켜나가야 할 가치로 생각하였습니다. 네이버 메일 서비스에서의 보안전송 확대 및 강화, 네이버 회원정보를 보호하기 위한 '로그인 전용 아이디' 및 '나만의 로그인 테마' 적용, 기타 보이지는 않지만 이용자의 개인정보자기결정권 강화와 편의성 향상을 위한 서비스 전반에 걸친 UI/UX의 변경 등 세심한 배려를 잊지 않았습니다.

2015년도에도 이용자 편의를 해치지 않는 범위에서 개인정보·프라이버시를 보호할 수 있는 다양한 방식을 고려하겠습니다.

회원정보 영역과 '프라이버시 센터'와의 연계를 확대하여 개인정보의 제3자 제공현황을 보다 편리하게 살펴볼 수 있도록 개편하겠습니다. 또한, 개인정보가 제3자 제공되는 경우 이를 이용자가 즉시 확인할 수 있도록 통지하는 방안을 검토하겠습니다.

보안접속(SSL)을 보다 확대해나가겠습니다. 개인정보(계정정보 포함) 및 민감정보 전송구간에 적용했던 보안서버를 서비스 전반으로 확대하겠습니다.

네이버에서 출시하는 각종 서비스의 배포 전 취약점 점검을 확대하겠습니다. 현재에도 모든 서비스에 대해 PC/모바일 서비스의 기술적 취약점을 점검하는 한편, 개인정보영향평가를 통해 법률적 위반사항뿐만 아니라 이용자 프라이버시 침해 요소까지도 제거하고 있습니다. 그러나, 이에 그치지 않고 서비스 배포 전 발생 가능한 모든 이용자 권리 침해요소를 종합적으로 검토하여 안전한 서비스를 제공할 수 있도록 기존 취약점 점검 방식을 Risk 검토 방식으로 개편하겠습니다.

프라이버시 센터를 추가로 개편하여, 새롭게 추가된 개인정보·프라이버시 보호 기능을 담아내겠습니다. 사회적 공감대가 형성된다면 Privacy Weakness Bounty제도를 신설하여, 네이버 서비스에서 발견되는 법령위반사항, 프라이버시권리 침해사항, 이용자 권익 보호를 위한 서비스 개선사항 등을 제보 받아 이를 보상하는 한편 서비스에 반영하는 절차를 구현하겠습니다.

네이버는 앞으로도 이용자의 개인정보·프라이버시 보호라는 가치를 최우선적으로 생각하는 기업이 되겠습니다. 이용자의 신뢰를 기반으로 성장하는 기업이 되겠습니다.

감사합니다.



2014년 네이버 공식 개인정보보호 블로그 포스팅

<p>1월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>01 2014년 달라지는 개인정보보호 관련 법규 및 제도 http://privacyblog.naver.com/80204851533</p> <p>01 페이스북 이용자의 프라이버시와 관련된 습관 http://privacyblog.naver.com/80205413423</p> <p>01 OECD의 프라이버시 가이드라인 개정 http://privacyblog.naver.com/80205872326</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>04 2013 네이버 개인정보보호 리포트 공개 http://privacyblog.naver.com/80206335397</p>
<p>2월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>05 네이버 계정도용 이렇게 예방하세요! http://privacyblog.naver.com/80206804968</p> <p>06 스팸메일이 자꾸자꾸 온다면 이렇게 해보세요! http://privacyblog.naver.com/80207173887</p> <p>07 기업의 투명성 보고서</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>08 '네이버의 개인정보보호 5가지 원칙' 공개 http://privacyblog.naver.com/80207103340</p>
<p>3월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>09 사물인터넷과 프라이버시 http://privacyblog.naver.com/80208679517</p> <p>10 2014 개인정보보호 트렌드 전망 I http://privacyblog.naver.com/80209538003</p> <p>11 2014 개인정보보호 트렌드 전망 II http://privacyblog.naver.com/80209843790</p> <p>NAVER 개인정보보호위원회</p> <p>12 2014년 첫 정기위원회 개최 http://privacyblog.naver.com/80209118536</p>

<p>4월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>13 개인정보 보호정책: 고객과 효과적으로 소통하는 방법 http://privacyblog.naver.com/80210374611</p> <p>14 해킹과 계정도용의 정확한 의미 http://privacyblog.naver.com/80210842744</p> <p>15 라이프 로그(Life Log)와 프라이버시 http://privacyblog.naver.com/80211266425</p> <p>16 하트블리드(Heartbleed) 취약점에 대해 http://privacyblog.naver.com/80211393914</p>
<p>5월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>17 분실 스마트폰의 재사용과 개인정보 유출을 차단하는 '킬스위치' http://privacyblog.naver.com/80212116726</p> <p>18 개인정보 처리를 위한 동의 방식 - 옵트인(Opt-in) / 옵트아웃(Opt-out) http://privacyblog.naver.com/80212526859</p> <p>19 가짜 네이버 로그인 사이트를 주의하세요! http://privacyblog.naver.com/220006969699</p> <p>20 2014 인터넷 내정보 지킴이 캠페인 http://privacyblog.naver.com/220012137169</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>21 새로워진 네이버 프라이버시센터를 만나보세요! http://privacyblog.naver.com/80212939095</p>
<p>6월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>22 공유기의 DNS 주소 변조를 이용한 악성코드 배포 http://privacyblog.naver.com/220018533212</p> <p>23 사회공학적 악성코드의 웹 브라우저 차단기능 http://privacyblog.naver.com/220025756040</p> <p>24 프라이버시 패러독스, 소비자는 정부보다 기업을 더 두려워한다? http://privacyblog.naver.com/220040741686</p> <p>NAVER 개인정보보호위원회</p> <p>25 2014년 두 번째 정기위원회_네이버 데이터센터 각(關) 방문 http://privacyblog.naver.com/220032961086</p>
<p>7월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>26 네이버와 함께 하는 '정보보호의 달' http://privacyblog.naver.com/220047650955</p> <p>27 [칼럼] 개인정보보호와 주민등록번호 수집 법정주의 (임은경 변호사) http://privacyblog.naver.com/220069647494</p>

	<p>28 [칼럼] 개인정보보호는 국민을 행복하게 하는가? (이경호 교수) http://privacyblog.naver.com/220074287846</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>29 네이버 로그인 전용 아이디를 소개합니다. http://privacyblog.naver.com/220054790036</p> <p>NAVER 개인정보보호위원회</p> <p>30 2014년도 제3분기 정기 위원회 개최 http://privacyblog.naver.com/220064311787</p>
<p>8월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>31 [칼럼] 개인정보 보호의 의미에 대하여 (전응준 변호사) http://privacyblog.naver.com/220081074366</p> <p>32 QR코드와 큐싱(Qshing) http://privacyblog.naver.com/220091094314</p> <p>33 '잊혀질 권리'에 대한 EU 사법재판소 판결 http://privacyblog.naver.com/220103288824</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>34 네이버 고객센터를 이용할 때 마이핀(My-PIN)을 사용하세요! http://privacyblog.naver.com/220083755507</p> <p>35 데이터 암호화 전송(TLS)으로 더욱 보안이 업그레이드 된 네이버 메일 http://privacyblog.naver.com/220093794974</p>
<p>9월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>36 착용형 기기와 개인정보보호 http://privacyblog.naver.com/220117714600</p> <p>37 개인정보보호 인증제도에 대하여 http://privacyblog.naver.com/220124392739</p> <p>38 빅데이터로부터 프라이버시를 보호하기 http://privacyblog.naver.com/220131674145</p> <p>39 개인정보보호 활동을 이용자에게 알리기 위한 기업의 노력 http://privacyblog.naver.com/220136958283</p> <p>NAVER 개인정보보호위원회</p> <p>40 네이버 서비스와 위치정보의 활용 http://privacyblog.naver.com/220110725549</p>

<p>10월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>41 내정보를 지키기 위한 스마트폰 앱의 권한설정 http://privacyblog.naver.com/220143419691</p> <p>42 개인정보분쟁조정 제도에 대해 알고 계신가요? http://privacyblog.naver.com/220151197614</p> <p>43 내 개인정보를 지키는 방법 http://privacyblog.naver.com/220158170594</p> <p>44 비콘(Beacon)과 프라이버시 http://privacyblog.naver.com/220165354649</p>
<p>11월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>45 인스턴트 메시지(Instant message)와 프라이버시 http://privacyblog.naver.com/220172292445</p> <p>46 사물인터넷 시대의 개인정보 위협 요소 http://privacyblog.naver.com/220178380376</p> <p>47 안드로이드 앱의 Privacy Grade http://privacyblog.naver.com/220185998787</p> <p>48 핀테크(FinTech) 산업의 선결과제, 개인정보보호 http://privacyblog.naver.com/220192284873</p>
<p>12월</p>	<p>개인정보보호 알기</p> <p>49 정보통신망법 및 시행령 개정, 무엇이 달라졌을까요? http://privacyblog.naver.com/220197342655</p> <p>50 2015년 프라이버시 예측 4가지 http://privacyblog.naver.com/220205302561</p> <p>NAVER 개인정보보호</p> <p>51 나만의 로그인 테마를 설정해 보세요! http://privacyblog.naver.com/220218139184</p> <p>52 2014년을 마치며 - 이용자의 개인정보보호를 위한 네이버의 노력 http://privacyblog.naver.com/220224398042</p> <p>NAVER 개인정보보호위원회</p> <p>53 2014년 한 해를 마치며 - 제4분기 정기 위원회 개최 http://privacyblog.naver.com/220210970192</p>