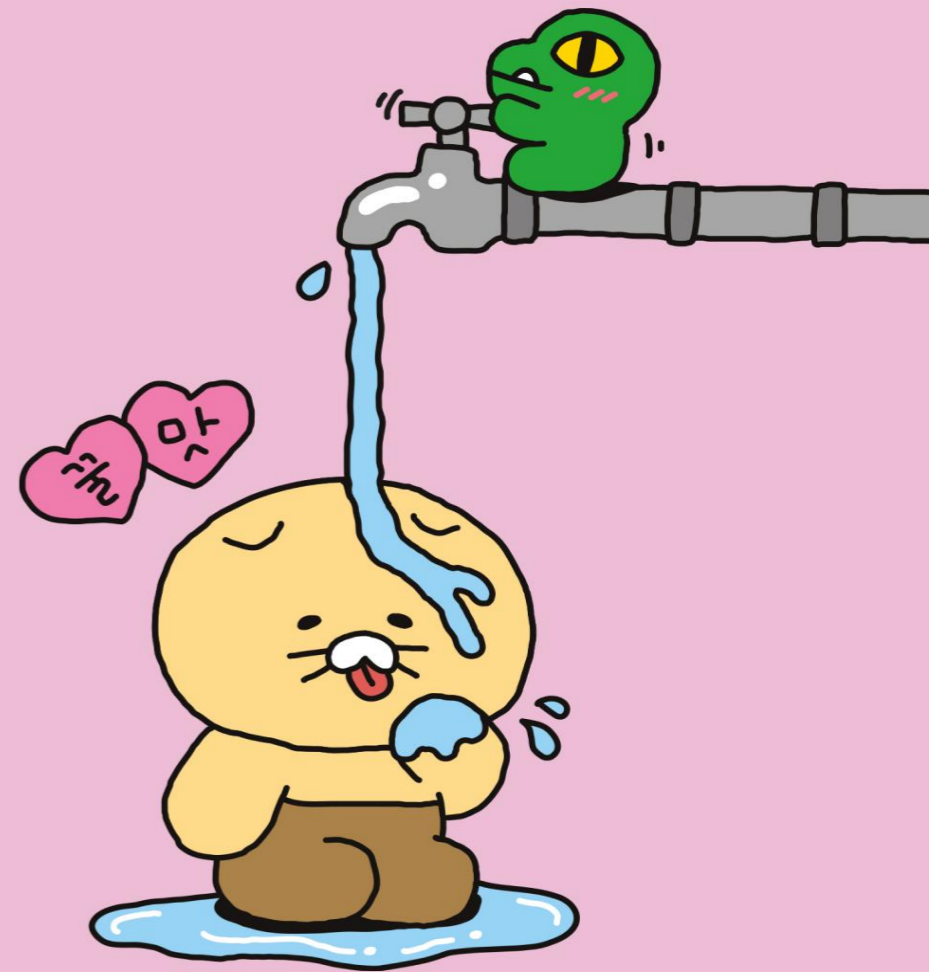


# kakao

## Company Presentation

2025년 8월 | Kakao Investor Relations



## 유의사항

본 자료의 2025년 2분기 재무정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 실적에 대한 추정치이며, 별도 재무제표를 제외한 모든 재무정보와 영업성과는 종속회사를 포함한 연결 기준으로 작성되었습니다.

외부감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 내용 중 일부는 회계 검토 과정에서 달라질 수 있습니다.

이에 (주)카카오는 본 자료에 서술된 재무정보 및 영업성과의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 자료 작성일 현재의 사실을 기술한 내용에 대해 향후 업데이트 책임을 지지 않습니다.

또한, 본 자료 상에, 회사가 예상한 결과 또는 사항이 실현되거나, 회사가 당초에 예상한 영향이 발생한다는 확신을 제공할 수 없습니다.

본 자료에 기재된 예측정보는 본 자료 작성시점을 기준으로 작성한 것이며, 회사가 이러한 위험 요인이나 예측정보를 업데이트할 예정이 없음을 유의하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, (주)카카오는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

# 기업 개요



**카카오톡은 한국 메신저 앱의 선두 주자로서 절대적 우위 점유**  
4.9천만 국내 MAU vs. 5.2천만 국내 인구 (94% 침투율)



**플랫폼·콘텐츠 사업 전반에 걸친 다양한 수익 BM 확보**  
커뮤니케이션, e-커머스, 페이 & 뱅크, 모빌리티, 뮤직 스트리밍, 웹툰 등



**기업 성장 주기에 걸친 통합적인 사업 포트폴리오 구축**  
초기 사업 발굴 단계(AI, 헬스케어, 클라우드), 사업 안정화 단계 (모빌리티, 픽코마, 페이), 이익 강화 단계 (카카오톡 광고, 커머스)

## 플랫폼 비즈니스

## 콘텐츠 비즈니스

### 카카오

TALK

AI



광고



커머스



Kanana

85~100%<sup>(1)</sup>

### 뉴 이니셔티브

kakaoenterprise 클라우드

kakaohealthcare 헬스케어

### 연계 서비스

57.2%<sup>(1)</sup>

**kakaomobility**

택시 호출 & 기타 모빌리티 서비스

46.2%<sup>(1)</sup>

**kakaopay**

테크핀

27.2%<sup>(1)</sup> (관계기업)

**kakaobank**

인터넷 은행

### 글로벌 성장 동력

66.0%<sup>(1)</sup>

**kakao**  
ENTERTAINMENT

뮤직 (K-pop), 미디어, 웹툰/웹소설

91.1%<sup>(1)</sup>

**kakaopiccoma**

웹툰 (일본)

41.5%<sup>(1)</sup>

**SM**  
ENTERTAINMENT  
GROUP

뮤직 (K-pop)

40.7%<sup>(1)</sup>

**kakaogames**

모바일 / PC 게임

참고: (1) 종속회사 지분율 : 연결종속회사가 보유하는 지분율의 단순합산 (카카오가 직접 보유한 카카오픽코마의 지분율은 73%, 에스엠엔터테인먼트 지분율은 21.6%)  
(2) 카카오뱅크 외 모든 종속회사는 연결 종속 대상 법인 (카카오뱅크는 지분법 대상 법인)

## 2Q25 실적 하이라이트

- 플랫폼 비즈니스의 견조한 성장과 비용 효율화 성과, 픽코마 / 페이 등 계열회사 실적 개선 동반되며 역대 분기 최대 매출, 영업이익 달성
- 플랫폼 비즈니스 (+10% YoY, +6% QoQ) : 모빌리티 / 페이의 고성장이 매출성장을 견인하며 플랫폼 기타 매출 +21% YoY 성장  
페이의 경우, 금융 / 플랫폼서비스의 견조한 성장 기반 이익개선으로 두 분기 연속 영업이익 흑자 달성
- 콘텐츠 비즈니스 (-7% YoY, +12% QoQ) : 뮤직을 중심으로 한 IP라인업 강화, 사업 포트폴리오 다변화로 인해 전분기 대비 두 자릿수 성장  
픽코마는 마케팅 효율화로 분기 최대 영업이익을 기록, 하반기는 전략적 투자집행으로 성장동력 기반 마련 계획

## 핵심사업 : 카카오톡 개편 및 B2C AI 서비스 출시

- 카카오톡 개편을 통한 특비즈 성장 재가속과 전국민 대상으로 한 B2C AI 서비스 출시 준비 중
- 톡 개편 (9월 예정) : 첫번째 탭인 친구탭은 소셜 기능을 강화, 세번째 탭인 오픈채팅탭은 숏폼 비디오 서비스를 메인으로 제공할 예정
- AI (10월부터 순차 출시) : OpenAI 공동개발 서비스 11월 내 출시 및 관계기반 대화 맥락속에서 작동하는 온디바이스 AI 서비스 공개 예정

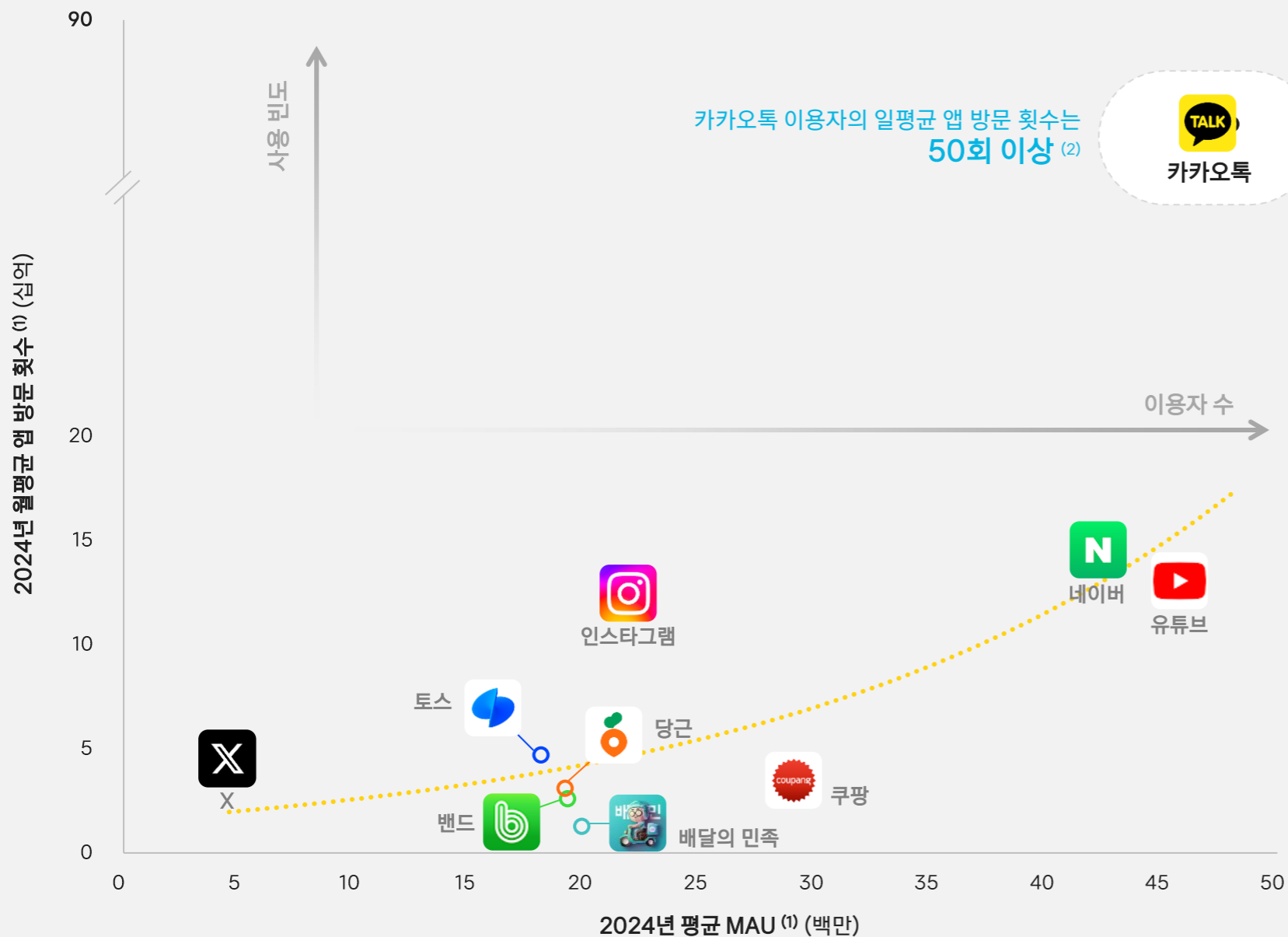
## 주요 전략 및 가이드선스

- 상반기 구축한 안정적 재무구조 기반, 하반기는 핵심사업 중심의 전략적 인프라, 마케팅 투자 통해 매출성장에 기반한 이익개선 가시화 전망
- 카카오톡 개편과 신규 AI서비스 출시 통해 카카오톡 이용자 체류시간 20% 증가 목표
- 톡 개편과 함께 피드형 광고, 동영상 광고 포함한 신규 광고 상품 출시 통해 4분기 특비즈 광고 두 자릿수 성장 회복 전망
- 서비스 성과 확인 후, 보다 적극적인 전략 실행 통해 더욱 높은 목표 수립 예정

## 국내 모바일 시장을 선도하는 독보적인 어플리케이션

### 카카오톡: 국내 No. 1 모바일 앱

2024년 국내 사용자 트래픽 및 사용 빈도 기준 인기 어플리케이션 1)



국내 No. 1 메신저

94% 인구 침투율(3)



국내 No. 1 모빌리티 플랫폼

택시 호출, 대리운전, 주차



국내 No. 1 디지털 은행

수신/여신 기준



국내 No. 1 스토리 (웹툰) 플랫폼

2024년 인앱 수익



글로벌 No. 1 웹툰 플랫폼

2024년 인앱 구매 매출



Top 1% Sustainability Distinction

2024년 S&P 글로벌

Corporate Sustainability Assessment 기준

출처: 카카오, 와이즈앱 리테일 굿즈, 한국 공정거래위원회, 센서타워, 모바일 인덱스.

참고: (1) 2024년 1월-11월 안드로이드 및 iOS용 모바일 앱 사용자 데이터를 기반으로 하며, X는 제외(2024년 상반기 MAU는 Mobile Index 기준). (2) 와이즈앱 리테일 데이터를 기반으로 [월평균 앱 실행 MAU] / [월평균 MAU] / 30일 기준으로 산출.

(3) 2025년 1분기 기준 MAU 및 한국의 총 인구 수를 기준으로 함.

# 카카오가 만든 더 나은 세상

## 일상생활 전반에 스며든 카카오서비스



패션아이템 쇼핑

건강 모니터링

비즈니스 특채널

광고하기

비행티켓예약

목적지 길찾기

## 차별적인 경쟁적 해자를 바탕으로 한 견고한 성장과 수익성

### 광고



국내 No.1 메신저 앱이 보유한 압도적 트래픽 기반 광고 비즈니스

국내 디지털 광고 시장

10 조원

디지털 광고 TAM<sup>(1)</sup>

12% M/S  
디지털 광고

### e-커머스



카카오만의 특별한 선물하기 BM을 기반으로 한 e-커머스 플랫폼

국내 e-커머스 시장

242조원

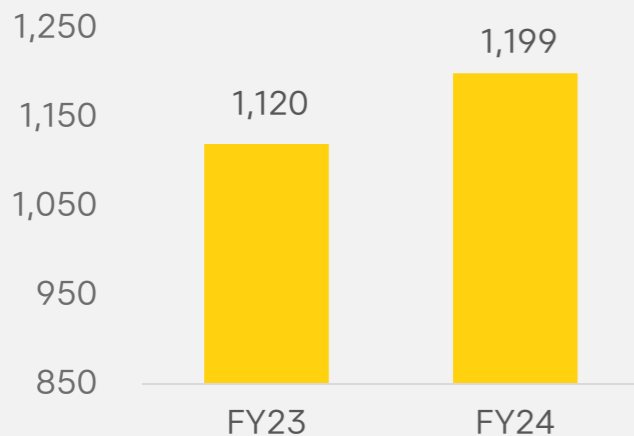
온라인 커머스 TAM<sup>(2)</sup>

4% M/S  
e-커머스



#### 카카오톡 광고 매출 (단위 : 십억원)

+7% YoY



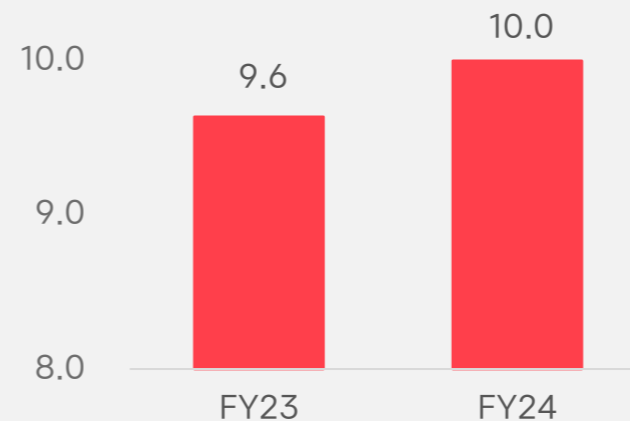
#### 주요 성장 동력

- 카카오톡 인게이지먼트 강화 집중
- 차별적 상품과 높은 ROAS 기반 성장 지속
- 광고, 커머스 외 SI를 비롯한 신규매출원 발굴 노력 중



#### 카카오 e-커머스 거래액 (단위 : 조원)

+4% YoY



#### 주요 성장 동력

- 럭셔리 / 하이엔드 브랜드 상품라인업 확장
- 선물하기에서 자기구매 맥락으로의 확장
- 개인 맞춤형 상품 추천/큐레이션 고도화 통한 발견형 커머스 확대

출처: 한국방송광고진흥공사 (KOBACO), 국가 통계 포털 (KOSIS), 회사 공시 기준.  
참고: (1) 2024년 국내 디지털 광고 시장 매출 기준. (2) 2024년 국내 e-커머스 시장 거래액 기준.

## 비즈니스 모델 혁신을 통해 플랫폼 사업 전반 리더십 확보

### 시장 포지셔닝

### 성장 전략

모빌리티

kakaomobility

국내 No 1. 모빌리티 플랫폼



전국 브랜드 택시 수 확대

광고 상품 강화



픽커업 & 카오너 플랫폼으로 확장

스토리

kakao ENTERTAINMENT  
kakaopiccoma

No. 1

FY 2023 - FY 2024,  
2년 연속 일본 소비자 지출 플랫폼

1,000 억엔  
픽코마 FY 2024 GMV



수익성 강화 & IP 장르 다각화



자체 IP 경쟁력 강화 & 광고 비즈니스 확대

뮤직

kakao ENTERTAINMENT  
SM ENTERTAINMENT GROUP

Top 2

국내 엔터테인먼트 그룹

30%+

K-pop 유통사업자 시장 점유율



글로벌 시장에서 로컬 IP 발굴 및 제작



북미 & 일본 시장 글로벌 활동 본격화

게임

kakaogames

Top 5

게임 퍼블리셔

PC/콘솔

FY 2025 라인업 확장



글로벌 흥행 잠재력을 가진 게임 IP 확보



콘솔게임 장르 확장 & 글로벌 허브 확보

핀테크

kakaobank  
kakaopay

No. 1

인터넷 은행

167 조원

FY 2024페이 TPV



전 연령층 침투율 강화 & 저원가성 예금 비중 확대



크로스 셀링 극대화 & 보험, 증권 수익성 개선

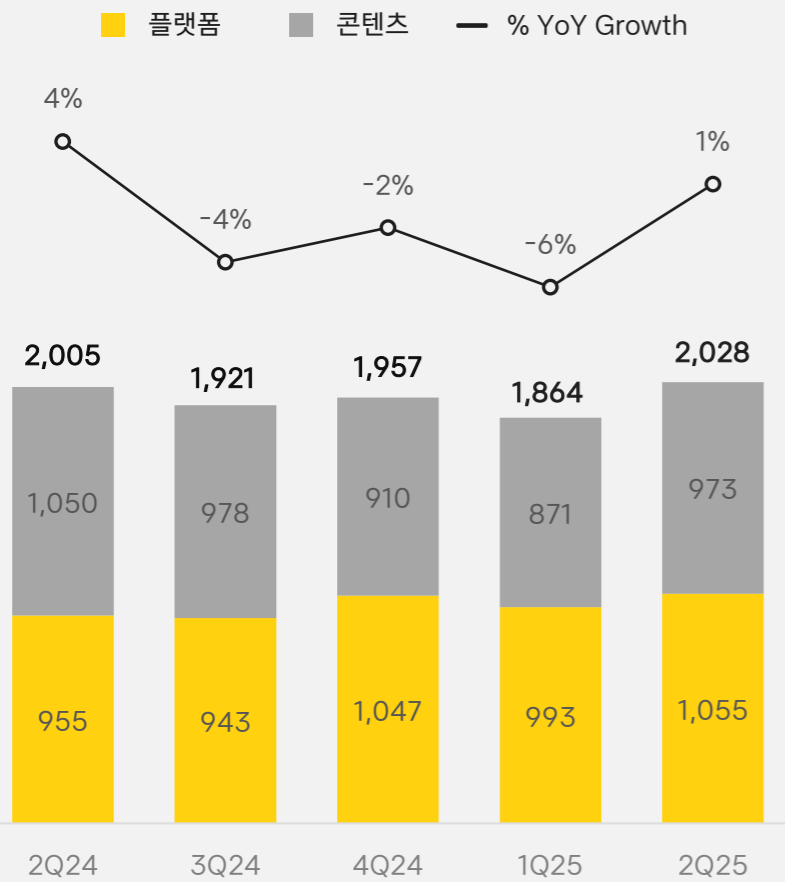


# 주요 재무 성과

## 견조한 특비즈 실적 기반, 비용 효율화 및 계열회사 실적 개선 성과로 분기 최대 매출, 영업이익 달성

### 매출

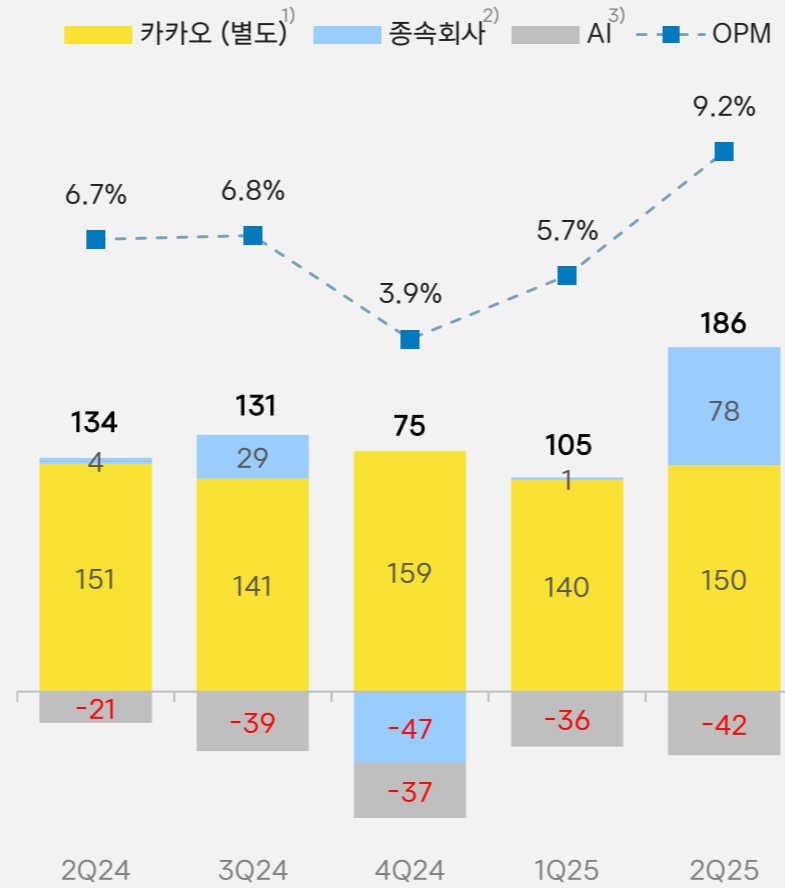
(단위 : 십억원)



- 안정적인 특비즈 매출과 함께 모빌리티, 페이지의 매출/이익 동반 개선 효과, 픽코마 분기 최대 영업이익 성과에 힘입어 **역대 최대 분기매출 기록**
- 하반기 특 개편 및 AI서비스 출시에 따른 트래픽 확대 및 핵심사업이 견인하는 **매출 성장 본격화 될 전망**

### 영업이익(률)

(단위 : 십억원)



- 마케팅 효율화를 비롯한 **고강도 운영 효율성 제고** 노력을 통해 수익성 큰 폭 개선, 2분기 영업이익률 9.2% 달성
- 하반기 핵심사업 중심의 전략적 인프라, 마케팅 투자를 통해 **매출성장에 기반한 이익개선 성과 가시화 전망**

### 2Q25 실적 요약



#### 특비즈 광고

(2Q25 +4% YoY, +12% QoQ)

비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+16% YoY)  
신규 상품(피드형 & 동영상 광고) 출시 통한 DA성장 회복 전망



#### 특비즈 커머스

(2Q25 +10% YoY, -17% QoQ)

선물하기 자기구매 거래액 고성장 지속 (+43% YoY)  
특 내 커머스 점점 확대를 통한 커머스 경험 고도화 예정



#### 역대 최대 분기 매출 및 영업이익

(2Q25 연결 기준 영업이익률 9.2%)

안정적인 특비즈 성장 및 계열회사 실적 개선 성과가 반영되면서 **역대 최대 분기 실적 기록**

1) 카카오(별도) : AI 서비스 손익을 제외한 별도 영업이익  
2) 종속회사: 카카오(별도)와 AI를 제외한 모든 사업, 내부거래 조정 포함  
3) AI : 카카오(별도) 내 AI 서비스 부문

# Appendix

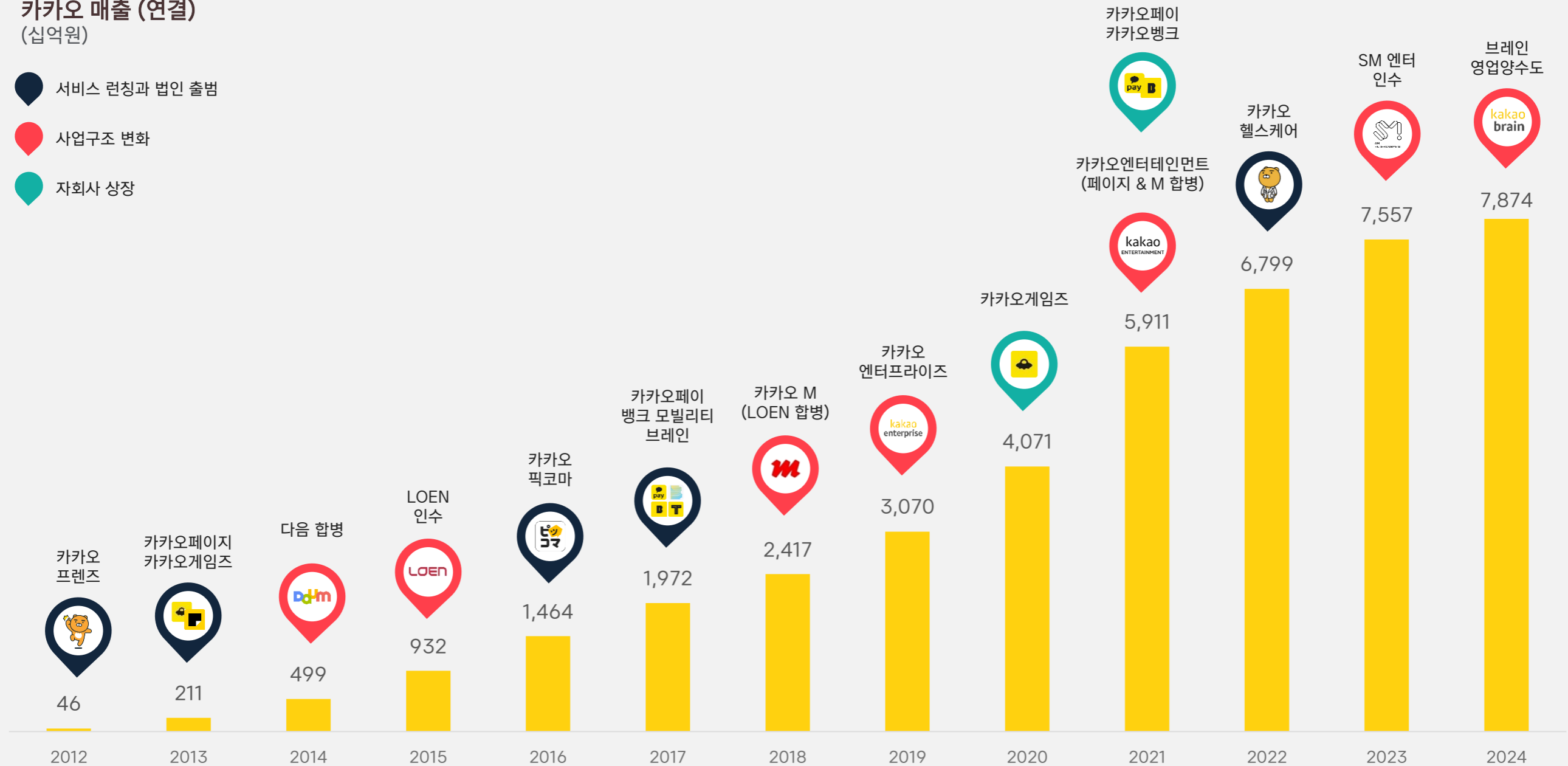
# Appendix 1. 히스토리

## 혁신적 서비스 런칭과 법인 출범으로 비즈니스 생태계 확장

### 주요 마일스톤

#### 카카오 매출 (연결) (십억원)

- 서비스 런칭과 법인 출범
- 사업구조 변화
- 자회사 상장



참고: 2022 / 2023 매출은 회계 정책 변경에 따른 재작성 후의 수치 기준

## 지속적인 ESG 강화

주요 ESG 이니셔티브



환경



RE100<sup>(1)</sup>  
제주 오피스



새가버치  
프로젝트<sup>(2)</sup>



그린 디지털  
캠페인<sup>(3)</sup>



사회



3,000억 원  
소상공인, 지역 파트너, 콘텐츠  
창작작 등을 위한 상생기금 조성



테크 캠퍼스  
지속적인 개발자 육성을 위한  
차별화된 교육 제공



'카카오같이가치'  
누구나 공익프로젝트를  
제안하고 참여할 수 있는 서비스



지배구조



DAO 선임  
국내 IT기업 최초로 Digital  
Accessibility Officer 선임



ERM 위원회 신설  
회사의 경영활동을 전반에서  
관리하는 통합 리스크 체계 구축



CEO KPI  
성과급 지급 결정 요소의 15%를  
ESG 경영 이행 지표로 설정

### ESG Ratings



**Rated A (2024)**  
From MSCI ESG ratings



**Grade A (2024)**  
From KCGS ESG ratings



**Top 1% (2024)**  
From S&P Global for  
sustainability distinction



**Member (2024)**  
Member of DJSI World,  
Asia Pacific, and Korea

참고: (1) RE100: 국제적인 비영리 단체 기후위기 대응 캠페인으로 2050년까지 재생에너지 100% 전환을 목표 (2) 버려지는 양말과 카디건을 새로운 제품으로 재 탄생시켜 활용하는 친환경 활동 (3) 카카오톡 테마 다크모드, 모바일 청구서 등

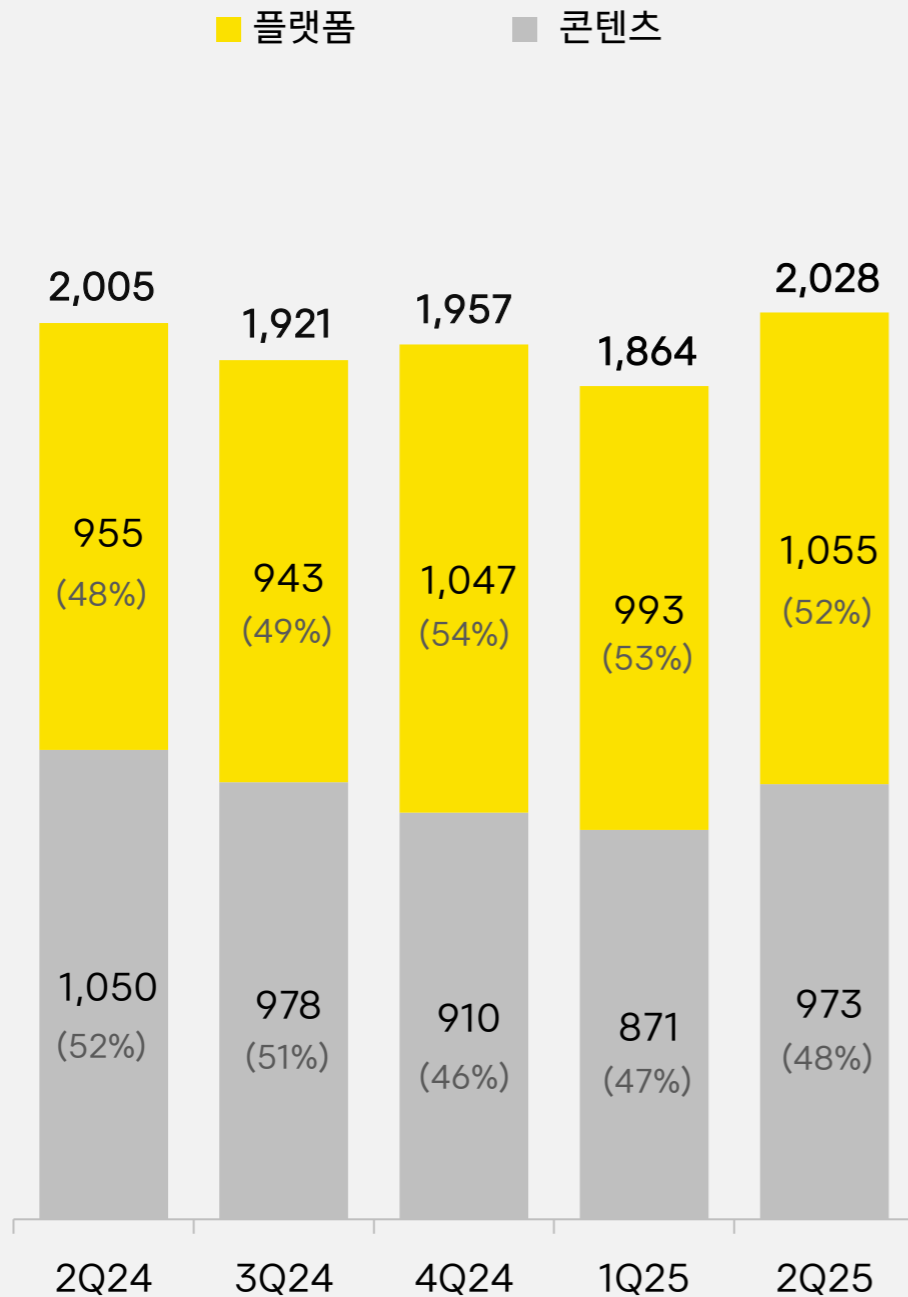
# 2025년 2분기 실적발표

# 매출 구성

총 매출 +1% YoY / +9% QoQ

2분기 매출 비중 : 플랫폼 52%, 콘텐츠 48%

(단위: 십억원)



매출 구성	
플랫폼	<b>특비즈</b> 광고형 : 특DA (비즈보드 / 신규 DA), 비즈니스 메시지, 구독 및 기타 거래형 : 선물하기, 특수토어, 카카오프렌즈 온라인 및 기타
	<b>포털비즈</b> Daum PC / Mobile 카카오토리 / 스타일 / 페이지 기타 자회사광고
	<b>플랫폼 기타</b> 모빌리티 페이 엔터프라이즈 헬스케어 메이커스 기타연결종속회사
콘텐츠	<b>게임</b> 모바일 PC 기타
	<b>뮤직</b> SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	<b>스토리</b> 엔터테인먼트 픽코마
	<b>미디어</b> 영상제작 매니지먼트

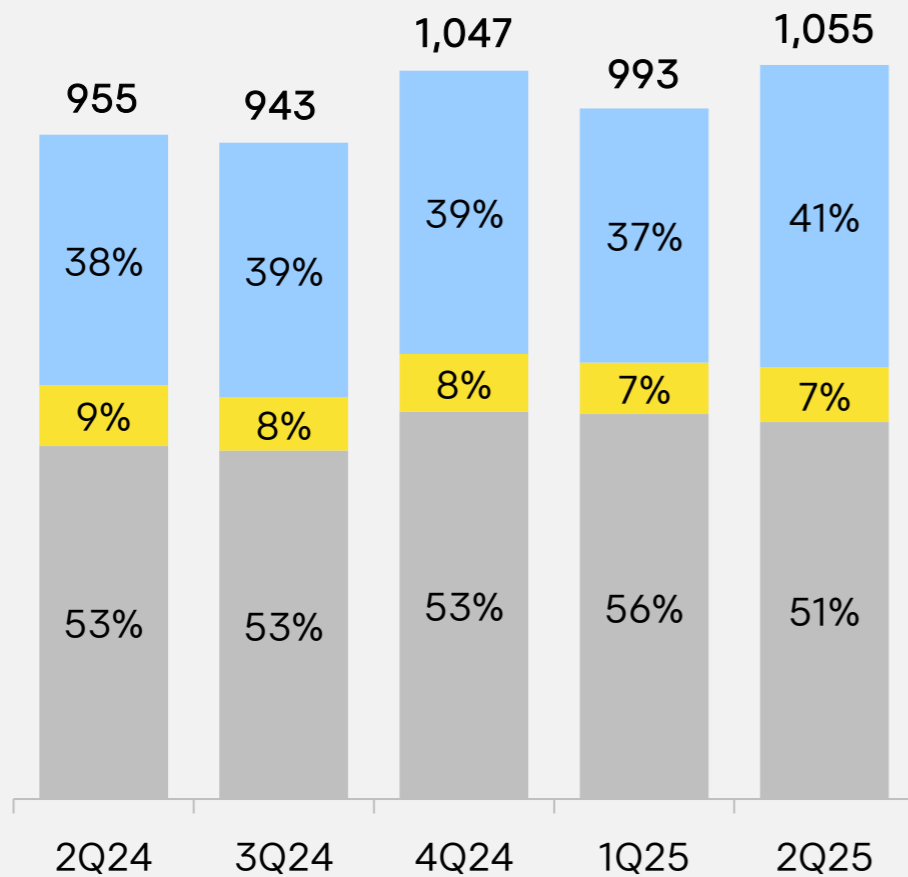
# 부문별 매출

## 플랫폼 부문

2Q25 +10% YoY, +6% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

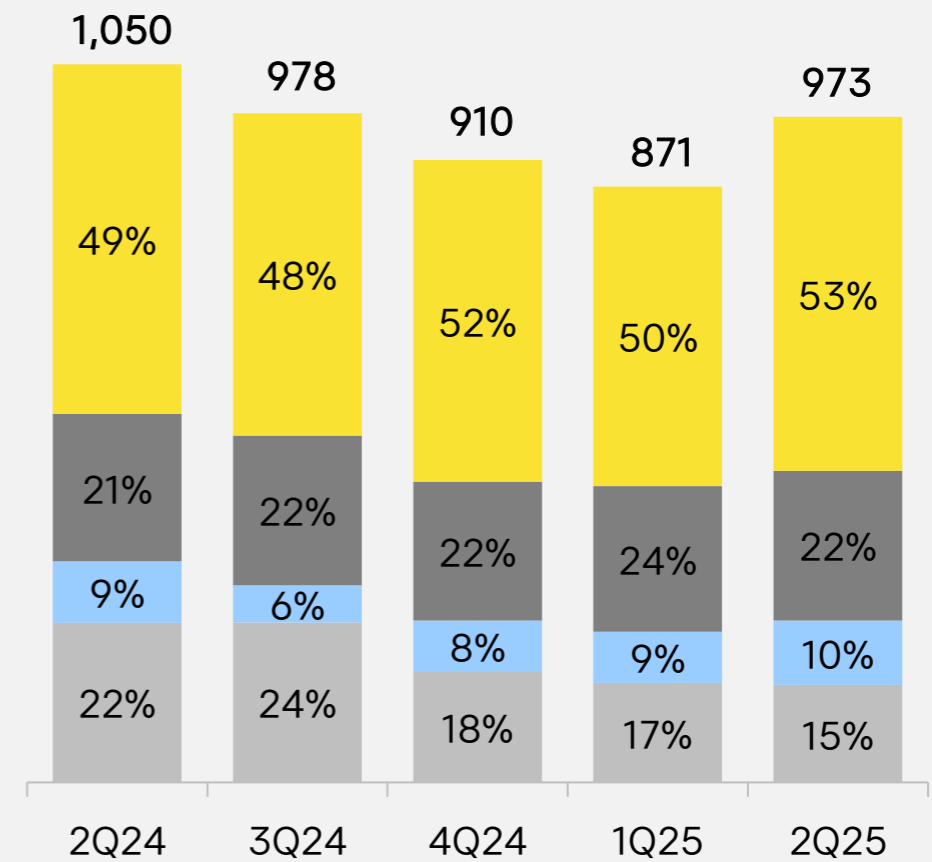


## 콘텐츠 부문

2Q25 -7% YoY, +12% QoQ

(단위: 십억원)

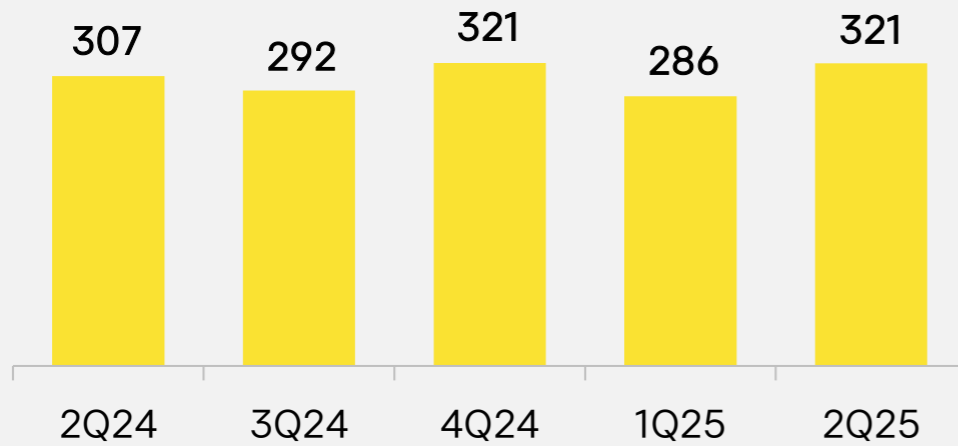
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



## 플랫폼 부문 | 특비즈

## 광고

(단위: 십억원)

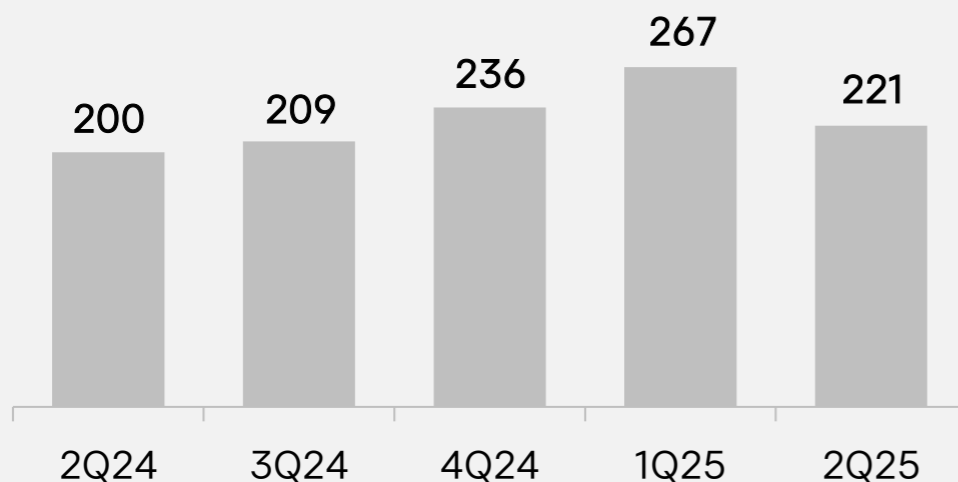


2Q25 +4% YoY, +12% QoQ

- (YoY) 비즈니스 메시지의 견조한 성장세가 전년동기 중국 이커머스 광고주의 광고 집행에 따른 높은 기저를 상쇄하며 성장
- (QoQ) 계절적 성수기 영향

## 커머스

(단위: 십억원)



2Q25 +10% YoY, -17% QoQ

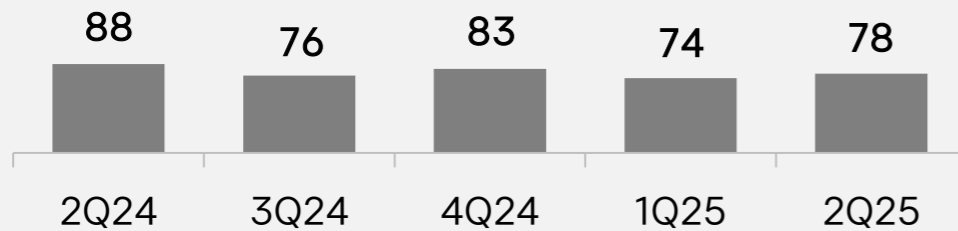
- 통합 거래액: 2.5조원, +6% YoY, -4% QoQ
- 선물하기 거래액: +8% YoY, -9% QoQ
- (YoY) 선물하기 내 자기구매 거래액 YoY +43% 성장하면서 전체 성장률을 견인
- (QoQ) 전분기 설 명절 기간 직매입 상품 증가에 따른 높은 기저



## 플랫폼 부문 | 포털, 기타

## 포털비즈

(단위: 십억원)

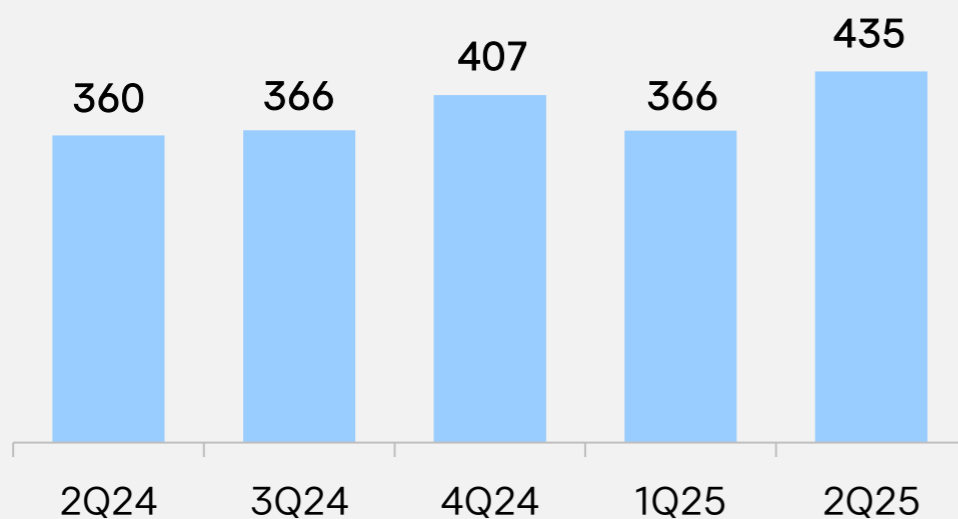


2Q25 -11% YoY, +6% QoQ

- (YoY) 검색 쿼리의 감소와 별도 법인 설립 준비 영향
- (QoQ) 계절적 성수기 효과

## 플랫폼 기타

(단위: 십억원)



2Q25 +21% YoY, +19% QoQ

- 모빌리티 : 주차, 퀵 서비스 중심 견조한 성장
- 페이 : 금융 및 플랫폼 서비스 고성장과 비용효율화 효과로 두 자릿수 매출 성장 지속, 2개 분기 연속 영업이익 흑자 달성

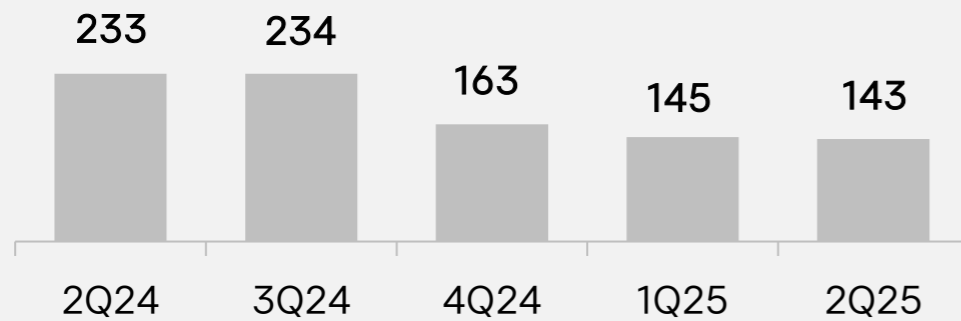
## 콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

## 게임

(단위: 십억원)

2Q25 -39% YoY, -2% QoQ

- (YoY/QoQ) 신작 공백 지속

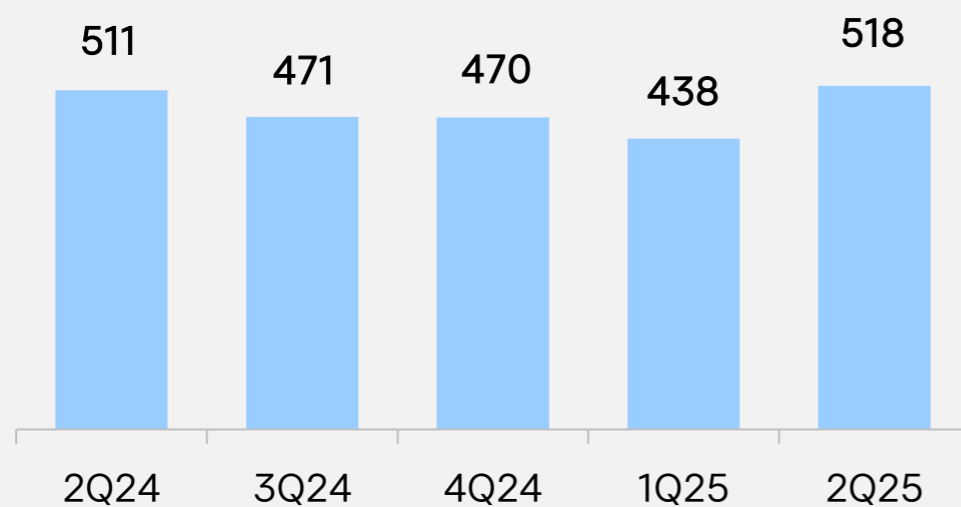


## 뮤직

(단위: 십억원)

2Q25 +1% YoY, +18% QoQ

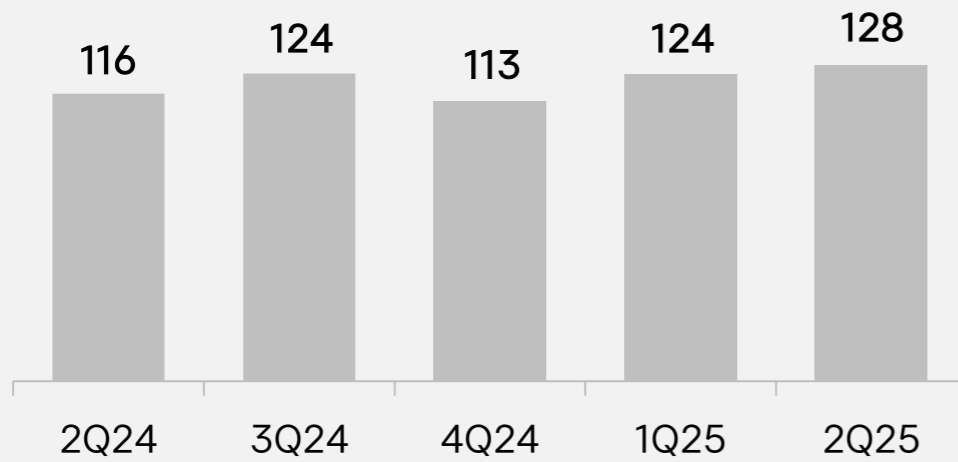
- (레이블) 주요 아티스트들의 앨범 판매 호조와 MD매출 확대
- (유통) 견조한 1위 사업자 지위 유지
- (멜론) 수익성 중심의 전략 지속



## 콘텐츠 부문 | 스토리

## 픽코마

(단위: 십억원)

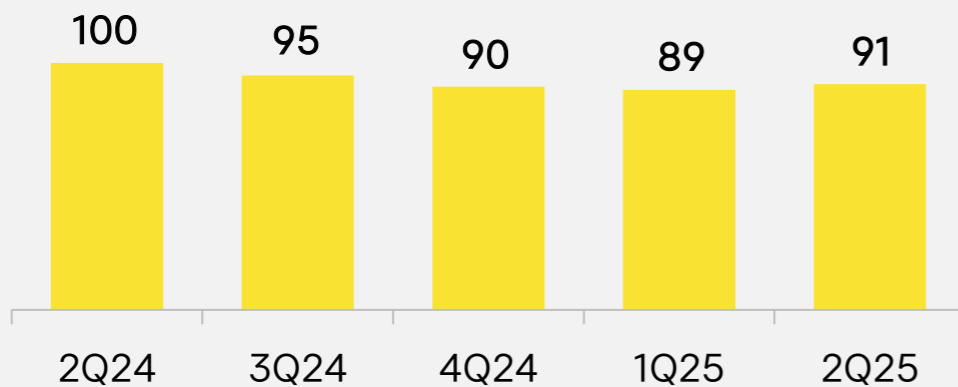


2Q25 +10% YoY, +3% QoQ

- (엔화 기준) 거래액 -5% YoY, -0.2% QoQ
- (엔화 기준) 매출액 -3% YoY, -3% QoQ
- 효율적인 마케팅 집행을 이어간 결과, 역대 분기 최대 영업이익 달성

## 엔터테인먼트

(단위: 십억원)

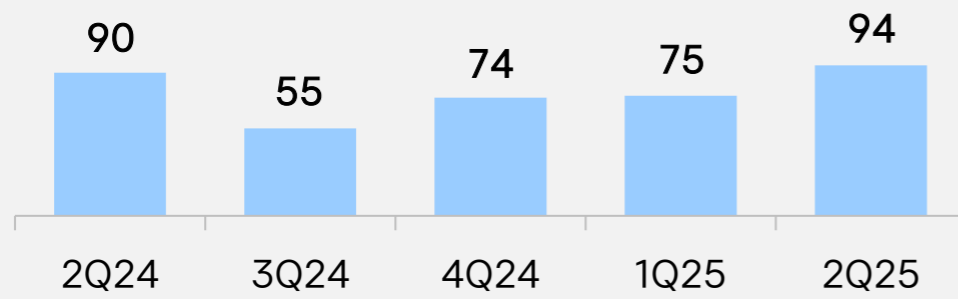


2Q25 -9% YoY, +3% QoQ

- (YoY) 마케팅 효율화 기조 유지
- (QoQ) 거래액 정체 속 IP 유통에서의 2차 사업 확대에 매출 방어
- IP 경쟁력 강화를 위한 노력 지속 및 글로벌 운영 효율성 제고

## 미디어

(단위: 십억원)



2Q25 +5% YoY, +25% QoQ

- (YoY/QoQ) 매출 인식 작품 수 증가 및 상반기 제작 진행률 집중된 영향

## 실적요약

(단위: 십억원)	2Q24	1Q25	2Q25	YoY	QoQ
매출	2,005	1,864	2,028	1%	9%
플랫폼 부문	955	993	1,055	10%	6%
특비즈	508	553	542	7%	-2%
포털비즈	88	74	78	-11%	6%
플랫폼 기타	360	366	435	21%	19%
콘텐츠 부문	1,050	871	973	-7%	12%
게임	233	145	143	-39%	-2%
뮤직	511	438	518	1%	18%
스토리	216	213	219	1%	3%
미디어	90	75	94	5%	25%
영업비용	1,871	1,758	1,842	-2%	5%
영업이익	134	105	186	39%	76%
영업이익률	6.7%	5.7%	9.2%	2.5%pt	3.5%pt
당기순이익	87	200	172	97%	-14%
지배지분순이익	101	172	161	59%	-6%
비지배지분순이익	-14	28	11	흑자전환	-63%
당기순이익률	4.3%	10.7%	8.5%	4.1%pt	-2.3%pt

## 영업비용

(단위: 십억원)	2Q24	1Q25	2Q25	YoY	QoQ
영업비용	1,871	1,758	1,842	-2%	5%
인건비	481	479	489	2%	2%
매출연동비	797	701	717	-10%	2%
외주/인프라비	196	206	233	19%	13%
마케팅비	108	87	88	-19%	1%
상각비	207	206	222	7%	8%
기타	82	80	93	13%	16%

### 2분기 증감 분석

- 인건비 (YoY/QoQ) 보수적인 채용 기조 유지
- 매출연동비 (YoY) SM 앨범 제작 관련 비용의 계정 재분류 효과 (매출연동비 → 외주/인프라비)  
(QoQ) 콘텐츠 매출 증가 영향
- 외주/인프라비 (YoY) SM 앨범 제작 관련 비용의 계정 재분류 효과  
(QoQ) 음반 매출 증가에 따른 제작 원가 상승
- 마케팅비 (YoY) 픽코마 전략적 마케팅 집행 성과  
(QoQ) 전사 효율적인 마케팅 집행 기조 유지
- 상각비 (YoY/QoQ) 데이터센터 관련 기계장치 투자 증가 및 디어유 연결 편입 영향

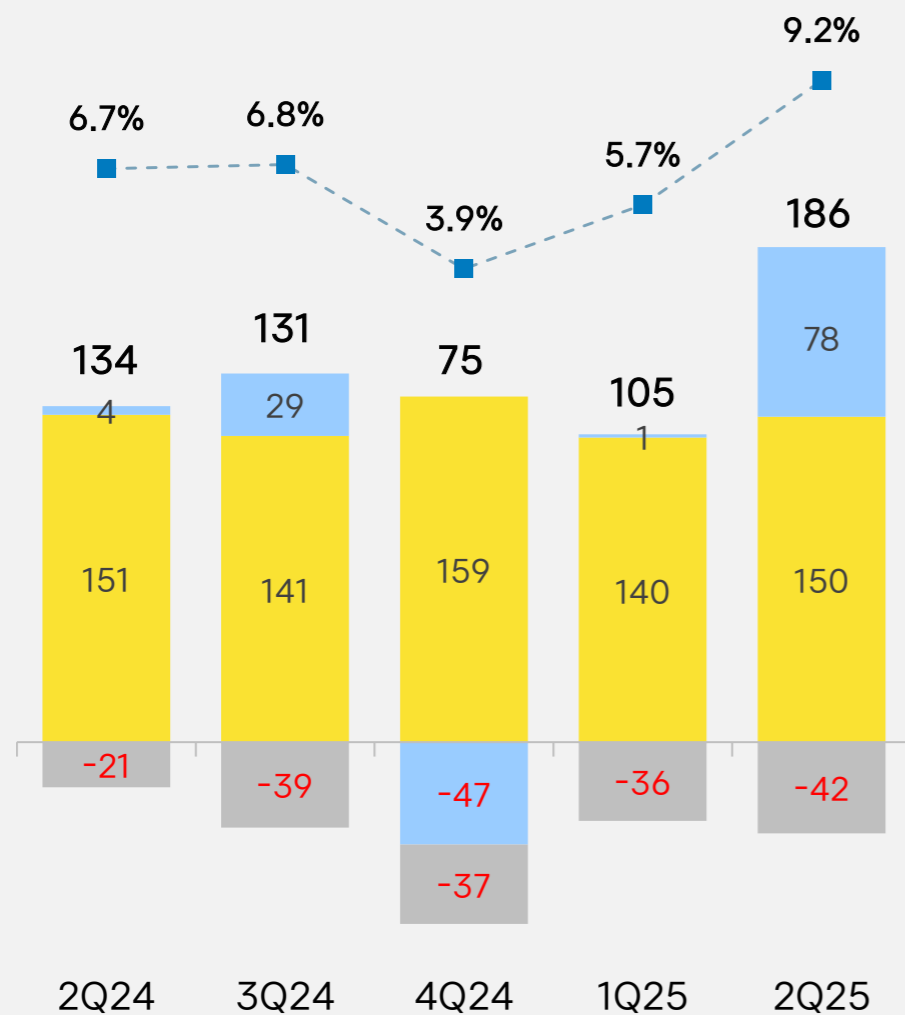
# 영업이익 / 당기순이익

## 영업이익(률)

2Q25 +39% YoY, +76% QoQ

카카오 (별도)<sup>1)</sup> 종속회사<sup>2)</sup> AI<sup>3)</sup> - OPM

(단위: 십억원)

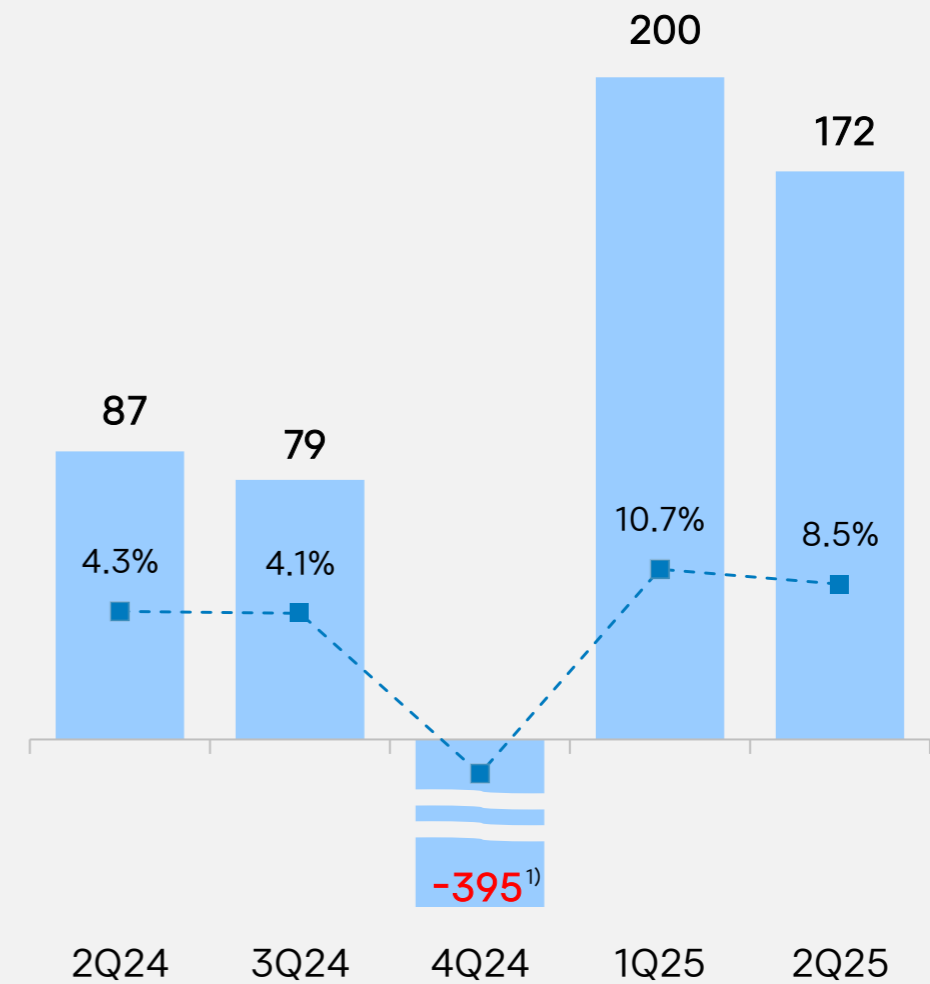


## 당기순이익(률)

2Q25 +97% YoY, -14% QoQ

당기순이익 - 당기순이익률

(단위: 십억원)



1) 카카오(별도) : AI 서비스 손익을 제외한 별도 영업이익  
 2) 종속회사: 카카오(별도)와 AI를 제외한 모든 사업, 내부거래 조정 포함  
 3) AI : 카카오(별도) 내 AI 서비스 부문

1) 4Q24: 영업권 손상차손 3,177억원과 지분법 주식 손상차손 981억원 인식

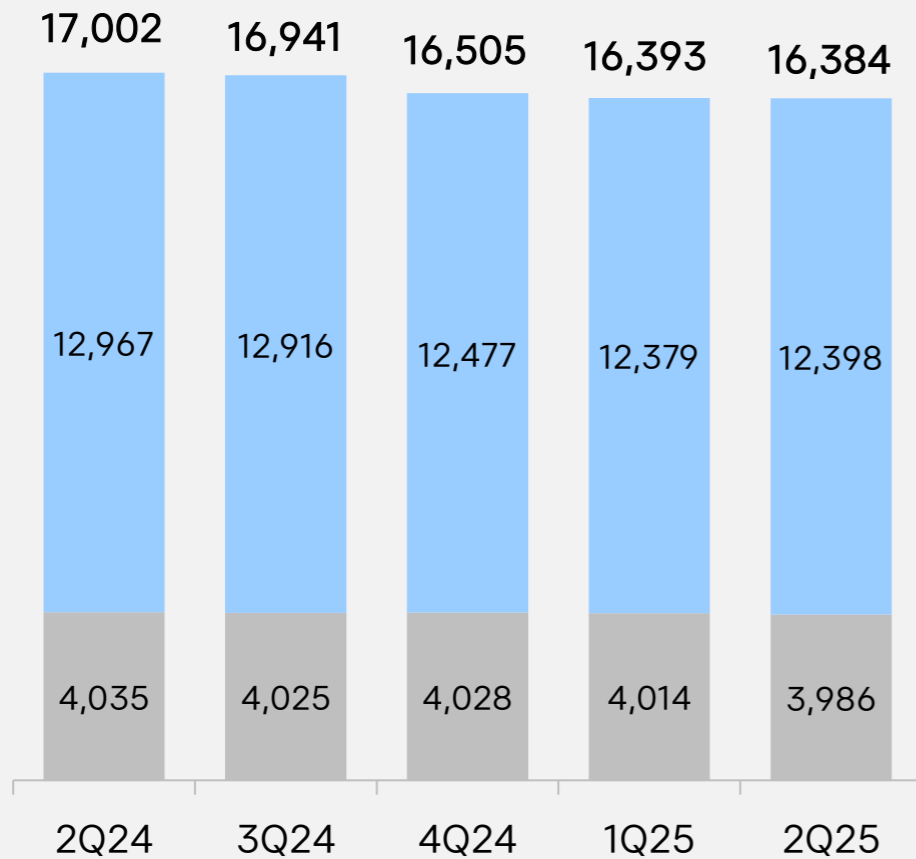
# 인원 / CapEx

## 인원 현황 2Q25 -618명 YoY, -9명 QoQ

전년동기 일부 자회사 매각 효과로 YoY 감소  
보수적인 채용 기조로 전분기와 유사

■ 카카오 ■ 종속회사<sup>1)</sup>

(단위: 명)



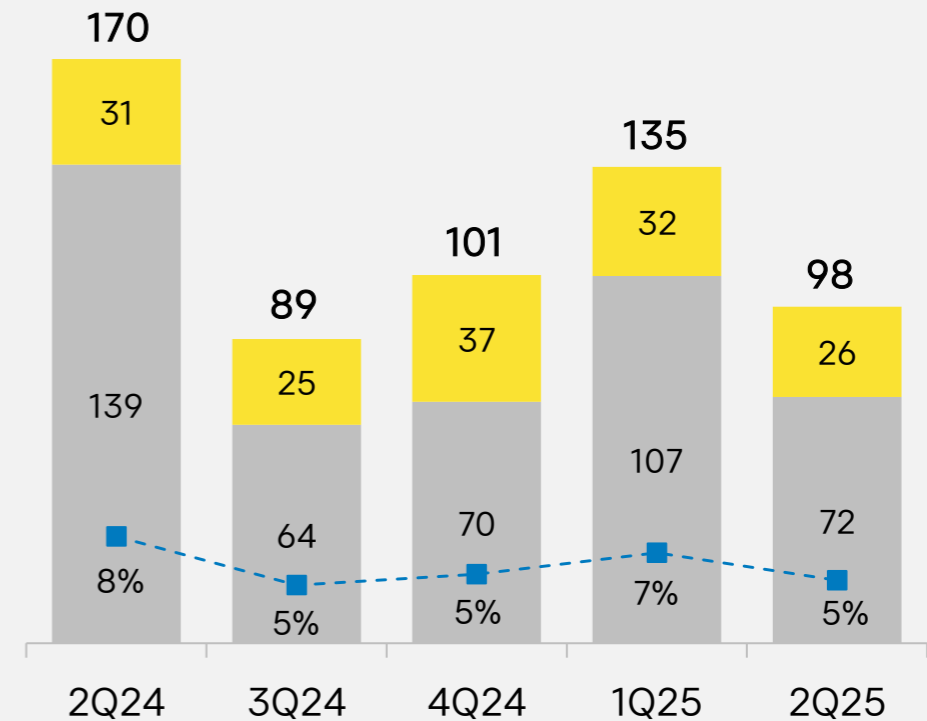
1) 주요 연결 종속회사 13개사 기준으로 인원 산정 기준 변경

## CapEx 2Q25 -721억원 YoY, -407억원 QoQ

전년동기 AI캠퍼스 완공, GPU 구매 기저효과로 YoY 감소  
전분기 GPU 구매 기저효과로 QoQ 감소

■ 유형자산<sup>1)</sup> ■ 무형자산<sup>2)</sup> -■- 매출액 대비

(단위: 십억원)



1) 유형자산 : 데이터센터 관련 건설중인자산 및 서버 네트워크 등 기계장치  
2) 무형자산 : 영업권, 영상제작 및 스토리 콘텐츠 유통권 등 기타무형자산



# ESG 활동성과



## 카카오 그룹 경제적 파급효과 분석 결과 및 사회경제적 가치 발표

- 최근 3년간 누적 경제적 파급효과는 생산유발효과 51.4조 원, 부가가치유발효과 24.5조 원, 고용유발효과 약 14만 5천 명에 달함
- 일상의 편의 제고, 사회 안전망 강화, 사회/환경문제 대응 등 총 10개 분야에서 카카오 그룹이 기여해온 사회경제적 가치 분석

### 카카오 AI 가드레일 모델 Kanana Safeguard

국내 기업 최초 오픈소스 공개

- Kanana Safeguard
- Kanana Safeguard-Siren
- Kanana Safeguard-Prompt

## AI 안전성 검증 위한 가드레일 모델 'Kanana Safeguard' 공개

- 자체 개발 'Kanana'기반 3종 가드레일 모델 'Safeguard', 'Safeguard-Siren', 'Safeguard-Prompt' 오픈소스로 공개 및 상업적 라이선스 적용하여 안전한 AI 생태계 구축에 기여



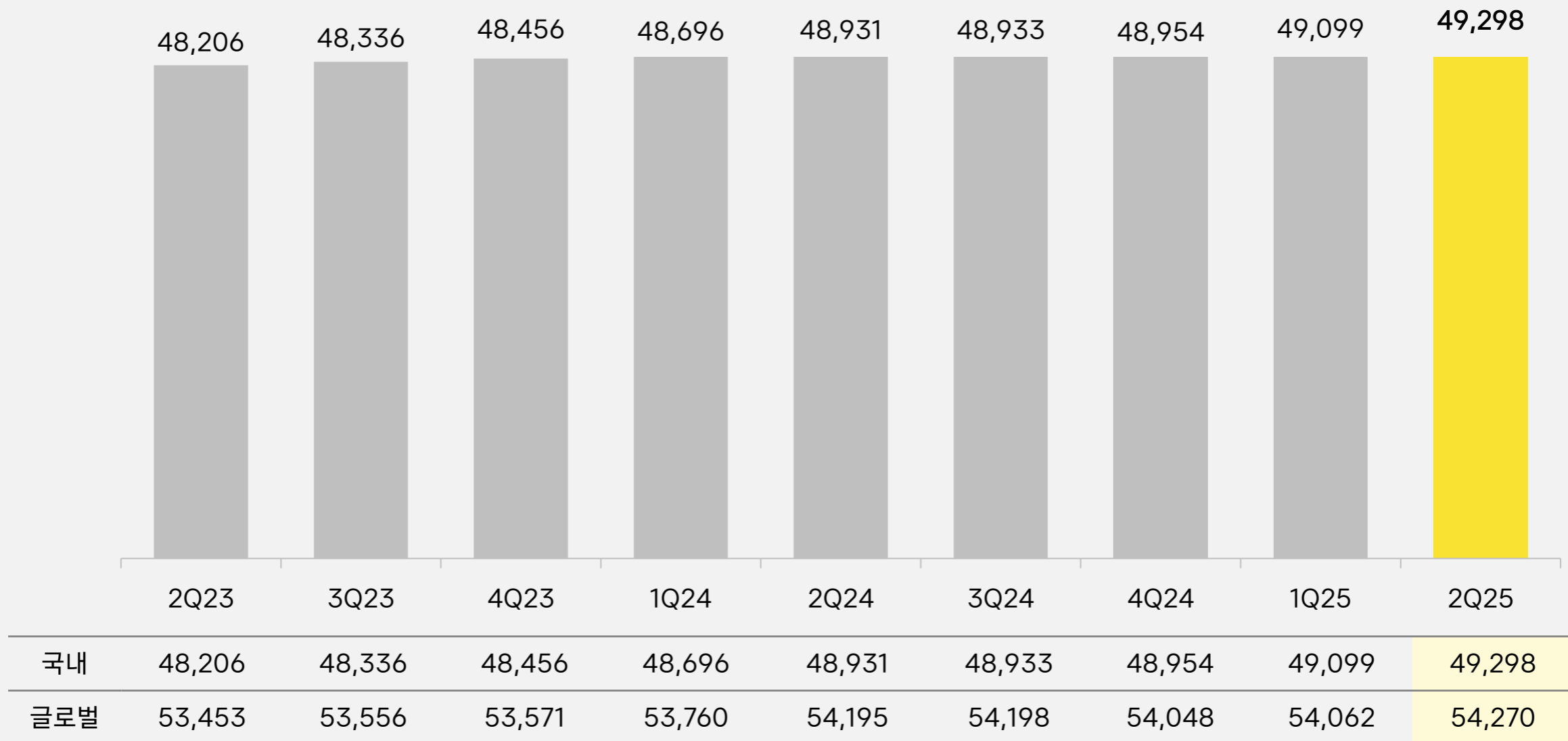
## '2024 카카오의 약속과 책임' ESG 보고서 발간

- 기후변화 대응, AI 기술 안전성 및 책임경영, 개인정보보호, 정보보안 등 환경/사회/거버넌스 영역별 주요 성과 및 데이터 공개

## 카카오톡 MAU

4천9백만 명 규모의 견조한 국내 월간 활성 이용자(MAU) 유지

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

