

kakao

Company Presentation

2024년 11월



유의사항

본 자료의 2024년 3분기 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 손해 또는 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

기업 개요



카카오톡은 한국 메신저 앱의 선두 주자로서 절대적 우위 점유
4.8천만 국내 MAU vs. 5.2천만 국내 인구 (93% 침투율)



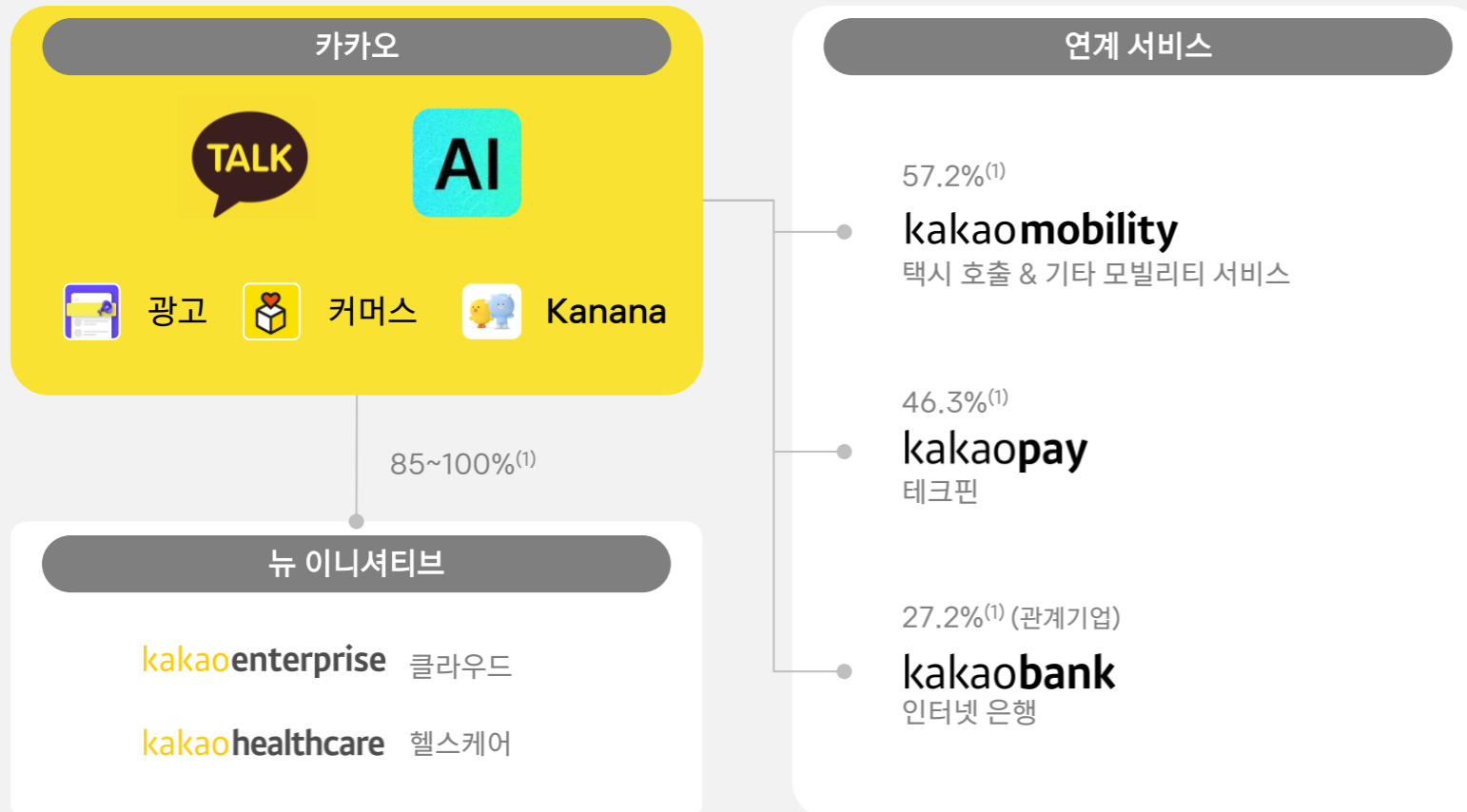
플랫폼·콘텐츠 사업 전반에 걸친 다양한 수익 BM 확보
커뮤니케이션, e-커머스,페이 & 은행, 모빌리티, 뮤직 스트리밍, 웹툰 등



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

플랫폼 비즈니스

콘텐츠 비즈니스



참고: (1) 카카오가 보유한 종속회사 지분율: 카카오뱅크 외 모든 종속회사는 연결 종속 대상 법인 (카카오뱅크는 지분법 대상 법인)

3Q24 실적 하이라이트

- 플랫폼 부문 특비즈 중심 견조한 성장세를 유지했으나, 콘텐츠 부문 매출 감소에 따라 3Q24 연결 매출 4% YoY 감소한 1.9조원 기록
- 하반기 비우호적 영업환경에 따라 강도 높은 비용 효율화를 실행한 결과 연결 영업이익 1,305억원 (YoY +5%), OPM 6.8% (YoY +0.6%p)

카카오 성장의 핵심을 카카오톡과 AI로 정의

- 전사적 리소스를 특비즈 성장 재가속과 AI 혁신에 집중하고, 비핵심 사업 자원 배분 최소화 및 효율화 방안 적극 검토
- 특비즈 : 2025년 신규 서비스 도입을 통해 이용자 인게이지먼트 확대 및 광고, 커머스를 비롯한 신규 사업 기회 발굴 예정
- AI : 초개인화 AI서비스 '카나나' 별도앱 출시 (1Q25 CBT 예정) 및 카카오톡 내 AI 서비스 순차 공개 예정

성장성과 재무 건전성 간 적절한 균형 유지

- 단기적 비용절감 뿐만 아니라 중장기 관점에서 건전한 비용 구조 구축 추진 중
- 계속해서 효율적인 자원배분 전략을 통한 ROI, ROE 수익성 지표 개선 노력 중이며, 주주환원정책 연내 발표 예정

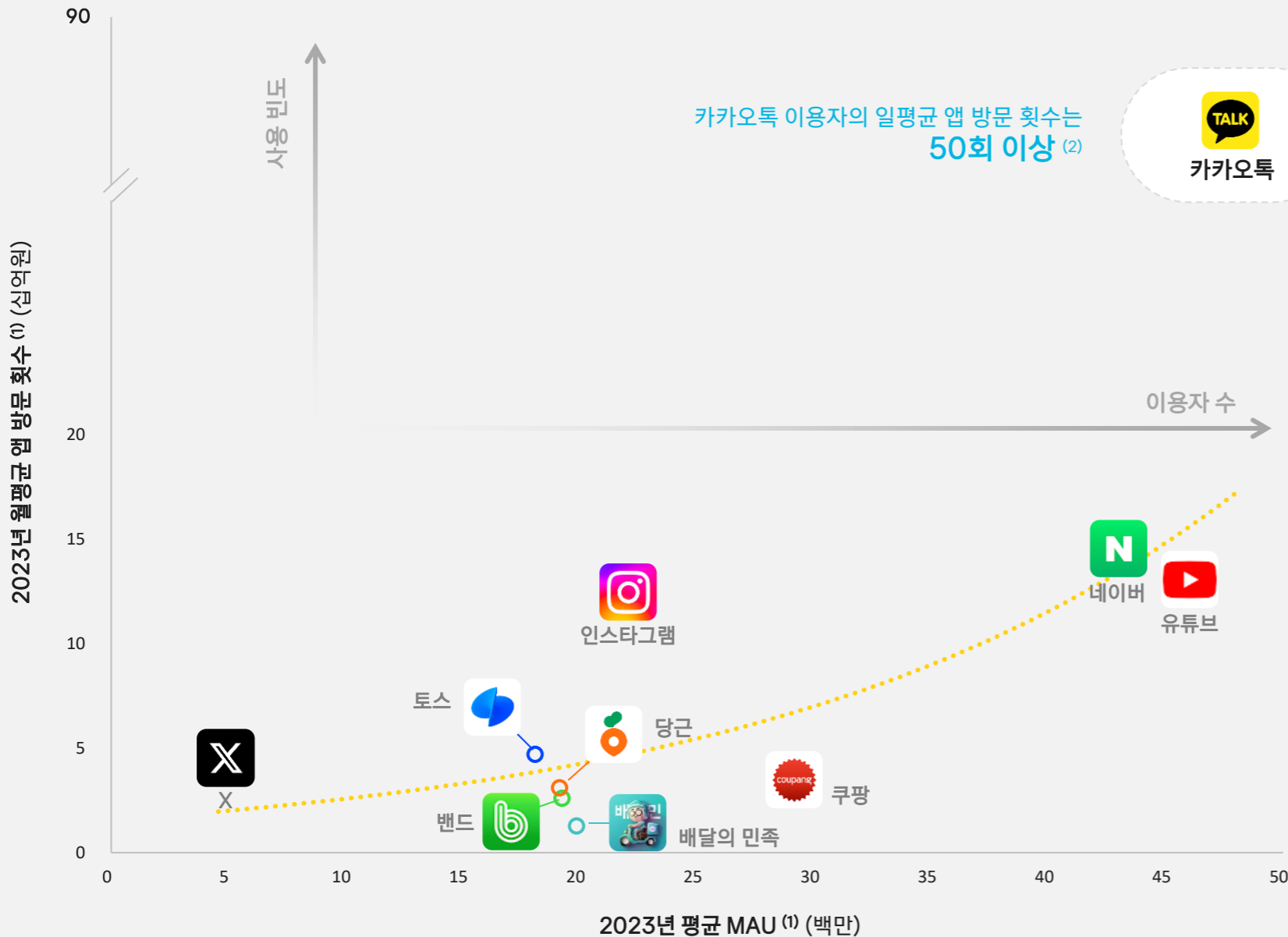
주요 전략 이행 및 연간 가이드نس 달성 현황

- 콘텐츠 부문 내 비핵심 정리 통한 핵심 사업 중심의 성장기반 구축 마련 (게임즈 세나테크놀로지 지분매각, 스토리 프랑스 철수 /동남아 서비스 종료)
- 특비즈 시장성장률 이상의 성장 기록하며 가이드نس에 부합 중 (3분기 누적 특비즈 광고 +7% YoY, 커머스 +6% YoY)
- 보수적인 채용 기조에 따라 인건비 전년대비 한 자릿수 증가 및 연결매출 대비 마케팅비 비중 6% 미만 기록하며 가이드نس 부합 전망

국내 모바일 시장을 선도하는 독보적인 어플리케이션

카카오톡: 국내 No. 1 모바일 앱

2023년 국내 사용자 트래픽 및 사용 빈도 기준 인기 어플리케이션 1)



국내 No. 1 메신저
93% 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
2023년 인앱 구매 매출



글로벌 No. 1 웹툰 플랫폼
2023년 인앱 구매 매출



Top 1% Sustainability Distinction
2022-2023년 S&P 글로벌
Corporate Sustainability Assessment 기준

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







참고: (1) 2023년 1월-11월 안드로이드 및 iOS용 모바일 앱 사용자 데이터를 기반으로 하며, X는 제외(2023년 상반기 MAU는 Mobile Index 기준). (2) 와이즈앱 리테일 데이터를 기반으로 [월평균 앱 실행 MAU] / [월평균 MAU] / 30일 기준으로 산출.

(3) 2023년 연 평균 MAU 및 2024년 4월 기준 한국의 총 인구 수를 기준으로 함.

카카오가 만든 더 나은 세상

일상생활 전반에 스며든 카카오서비스



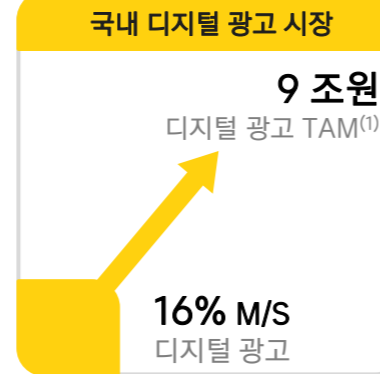
- 
 패션아이템 쇼핑
- 
 건강 모니터링
- 
 비즈니스 특채널
- 
 광고하기
- 
 비행티켓예약
- 
 목적지 길찾기
- ...

차별적인 경쟁적 해자를 바탕으로 한 견고한 성장과 수익성

광고



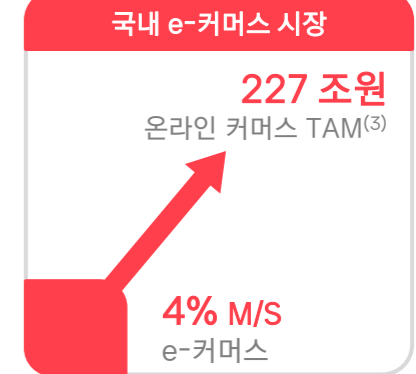
국내 No.1 메신저 앱으로서 차별적 트래픽을 기반으로 한 광고 비즈니스



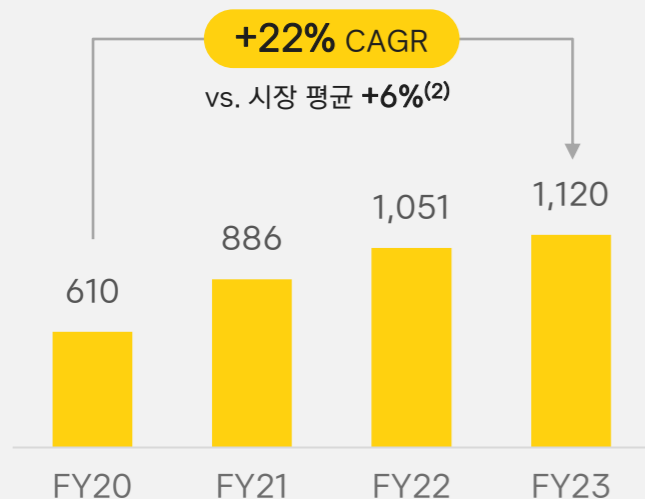
e-커머스



카카오만의 특별한 선물하기 BM을 기반으로 한 e-커머스 플랫폼



카카오톡 광고 매출 성장 (십억원)

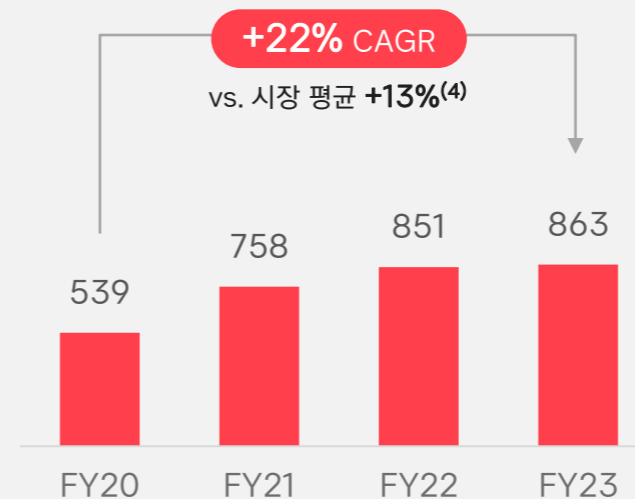


주요 성장 동력

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



카카오 e-커머스 매출 성장 (십억원)



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) 2023년 국내 디지털 광고 시장 기준. (2) 국내 디지털 광고 시장 (KOBACO 기준).
 (3) 2023년 국내 e-커머스 시장. (4) 국내 e-커머스 시장 GMV (KOSIS 기준).

주요 상품 & 포지셔닝 - 기타

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



각이코노미 & 카오너 플랫폼으로 확장

스토리

kakao ENTERTAINMENT
kakaopiccoma

No. 1
3Q24 YTD, (게임 포함)
일본 소비자 지출 플랫폼

역대 최고
3Q24 GMV



수익성 강화 & IP 라이브러리 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



복미 & 일본 시장 글로벌 활동 본격화

게임

kakaogames

Top 5
게임 퍼블리셔

1+ 조원 매출 (FY2023)



글로벌 흥행 잠재력을 가진 게임 IP 확보



콘솔게임 장르 확장 & 글로벌 허브 확보

테크핀

kakaopay
kakaobank

No. 1
인터넷 은행

141 조원
FY 2023 TPV



전 연령층 침투율 확대 (2023년 전 연령층 유저 수 증가)



크로스셀링 극대화 (2023년 기준 3개 이상 서비스 사용 유저 2천5백만 명 vs. 2022년 기준 8백50만 명)

출처: 카카오, 공정위, 센서타워

성장단계별 비즈니스 최적화로 모멘텀 확보

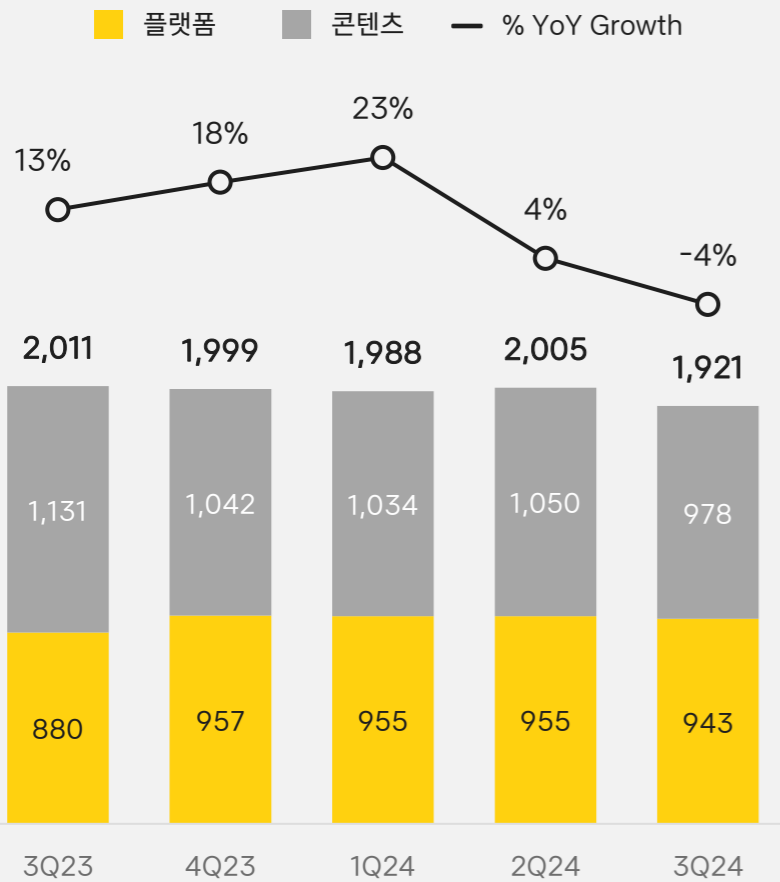


주요 재무 성과

선제적 영업 비용 효율화를 통한 안정적 영업이익 달성

매출

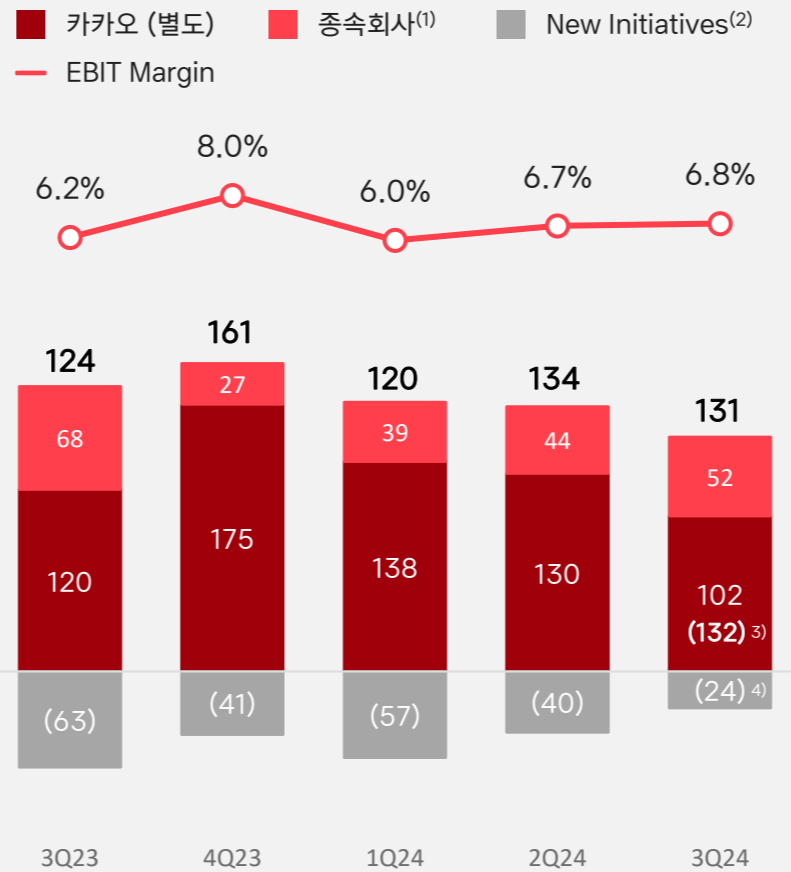
분기별 매출 (단위: 십억원)



- 카카오톡 견조한 트래픽 기반 **특비즈 광고 (+4% YoY)**, **커머스 (+8% YoY)** 견고한 실적 기록
- **모빌리티, 페이** 두 자릿수 성장 지속
- **콘텐츠 부문** 높은 기저효에 따른 역성장 (-14% YoY)

영업이익(률)

분기별 영업이익(률) (단위: 십억원)



- 하반기 영업전망에 따른 선제적 고강도 비용효율화 통해 전년대비 **영업이익/영업이익률 개선**
- 사업 역량 강화를 통한 **종속회사 수익성 개선, 흑자전환**
- 사업구조재편, 운영 최적화로 **New Initiative 손실 축소**

3Q24 실적 요약



특비즈 광고

(3Q24 +4% YoY, -5% QoQ)
 비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+21% YoY)
 연내 신규 DA 상품 출시 통해 성장 동력 강화



특비즈 커머스

(3Q24 +8% YoY, +4% QoQ)
 선물하기 추석효과 및 럭셔리 중심 GMV 성장 (+6% YoY)
 목적형 커머스에서 발견형 커머스 영역으로 확대



수익성 강화

(3Q24 EBIT +5% YoY, -3% QoQ)
 강도높은 영업비용 효율화 및 New Initiatives
 사업구조재편 효과 반영, 종속회사 수익성 개선

참고: (1) 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문. (2) 카카오엔터프라이즈, 카카오브레인, 카카오헬스케어

참고: (3) 카카오브레인 영업양수도 영향 제거시 카카오 별도 영업이익 1,319억, (4) 존속 카카오브레인 영업손실 32억 반영 (4분기 연결 제외 완료)

Appendix

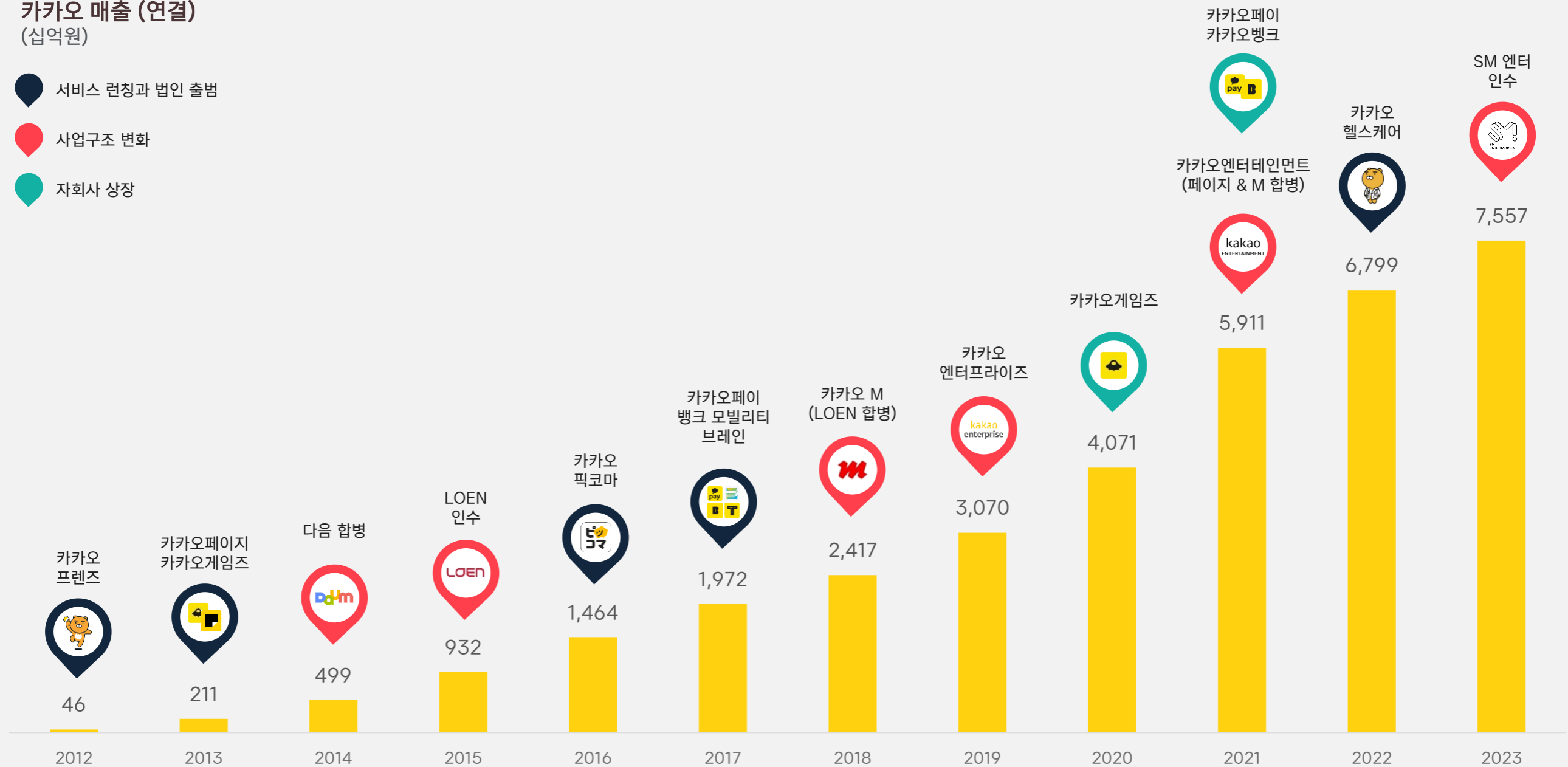
Appendix 1. 히스토리

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⁽¹⁾
제주 오피스



새가버치
프로젝트⁽²⁾



그린 디지털
캠페인⁽³⁾



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 (2023)
From MSCI ESG ratings



Grade A (2023)
From KCGS ESG ratings



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



Member (2023)
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

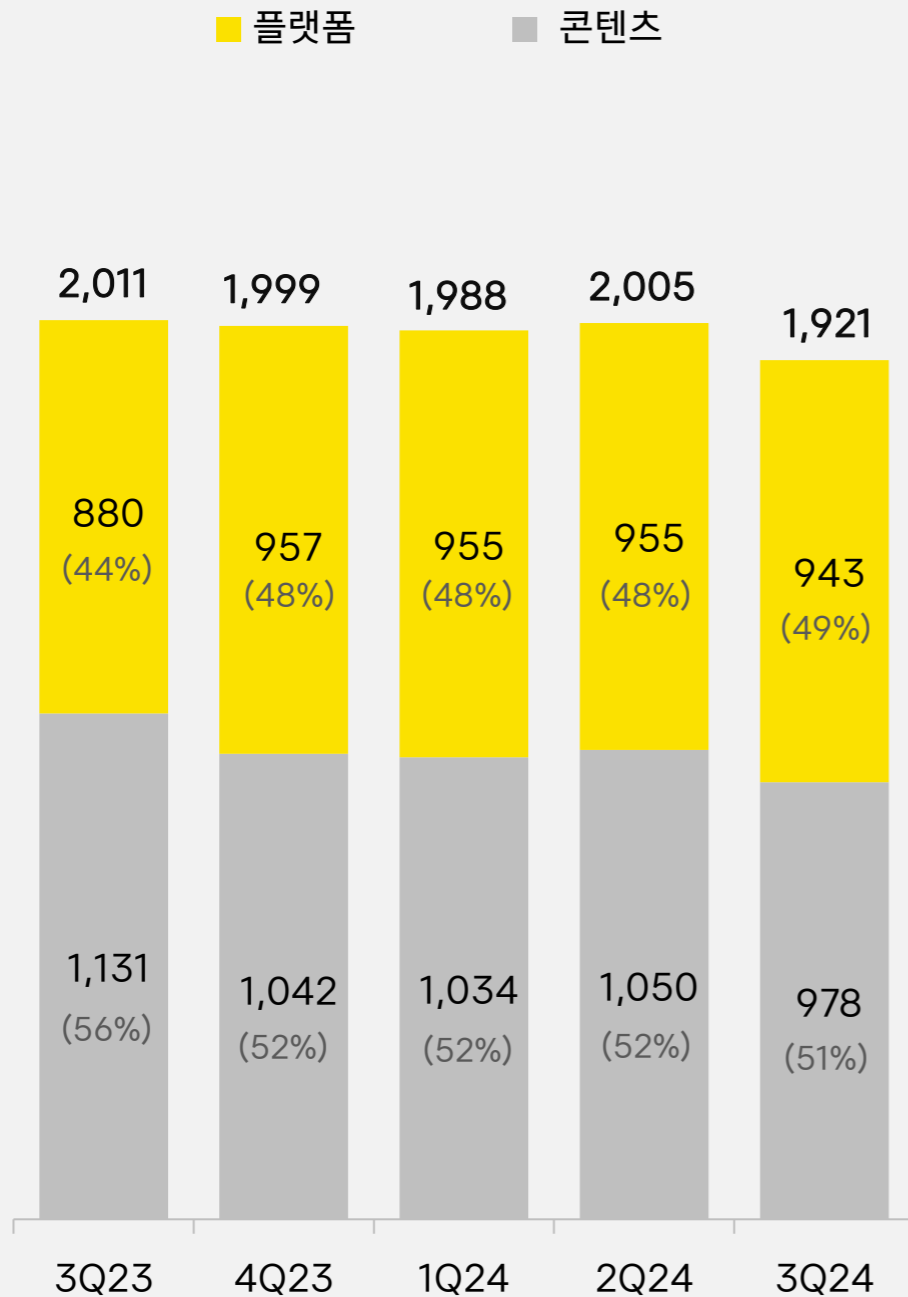
2024년 3분기 실적발표

매출 구성

총 매출 -4% YoY / -4% QoQ

3분기 매출 비중 : 플랫폼 49%, 콘텐츠 51%

(단위: 십억원)



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

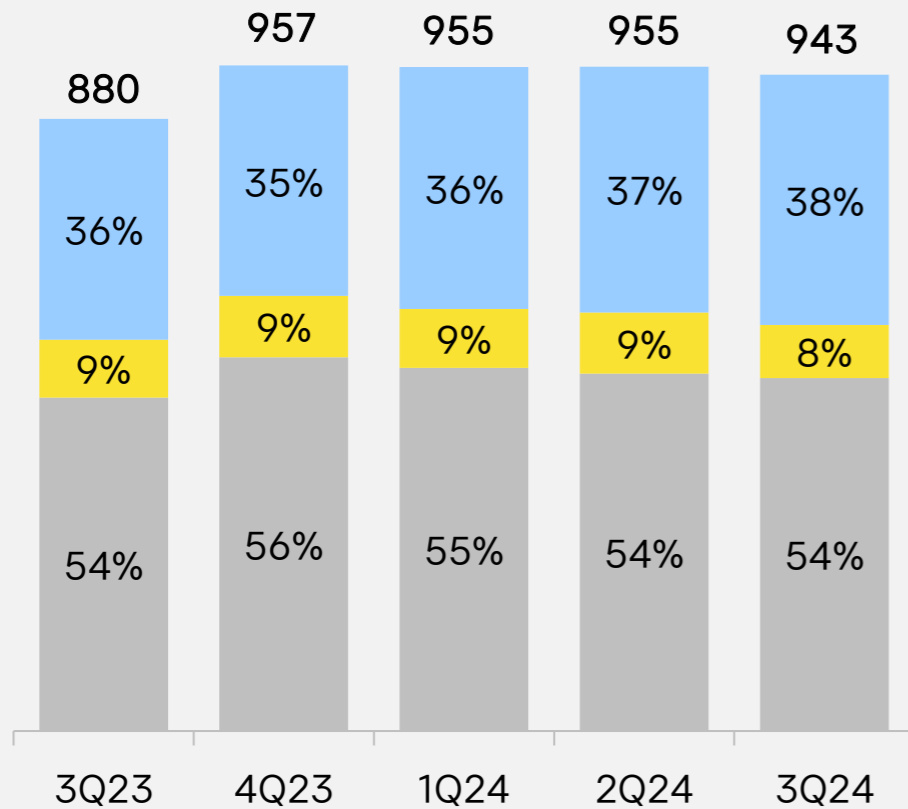
부문별 매출

플랫폼 부문

3Q24 +7% YoY, -1% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

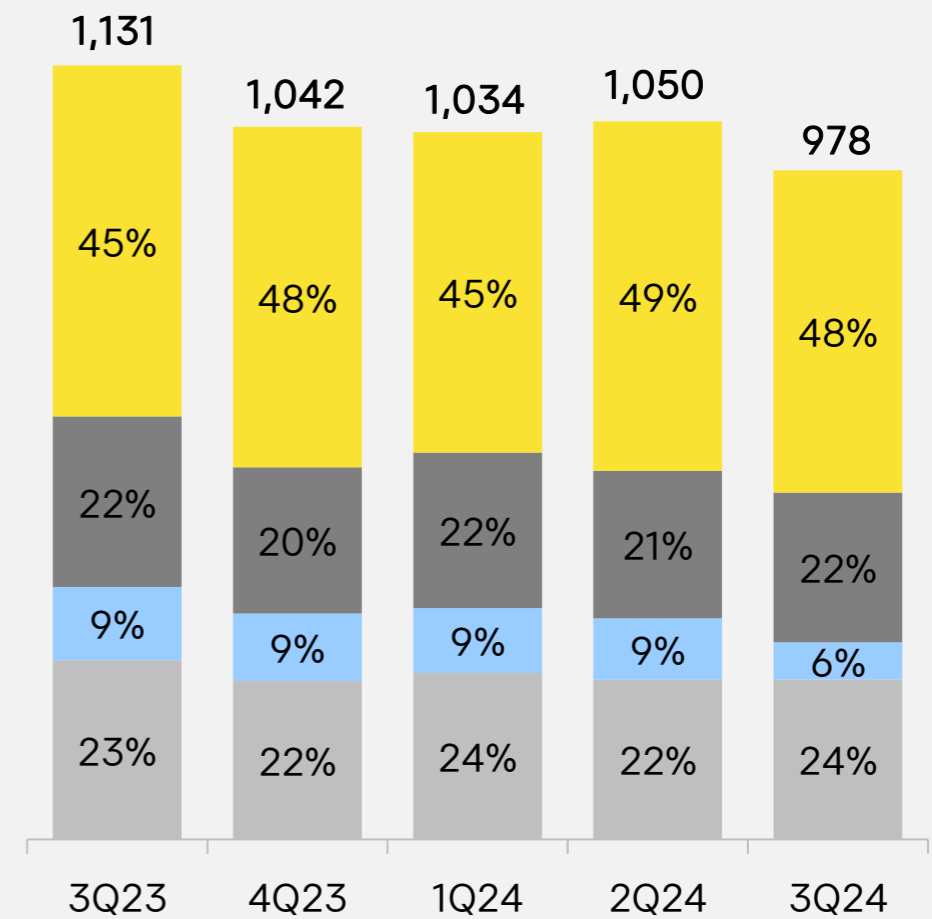


콘텐츠 부문

3Q24 -14% YoY, -7% QoQ

(단위: 십억원)

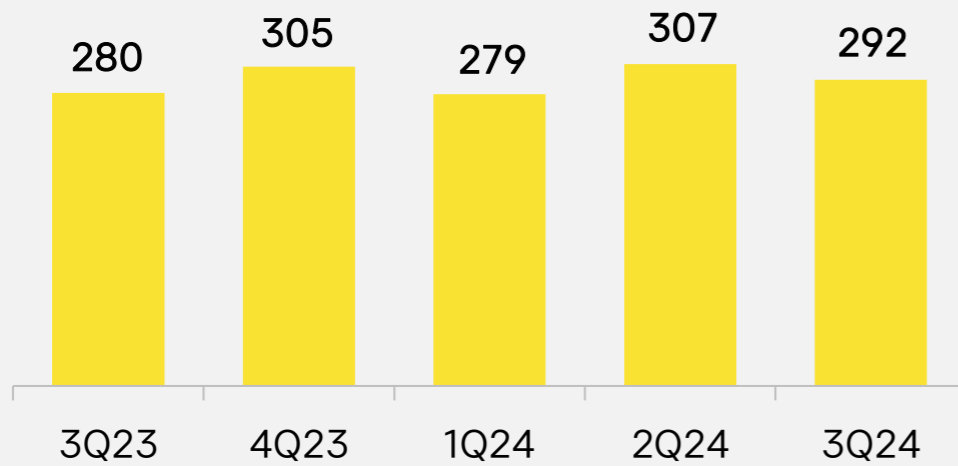
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

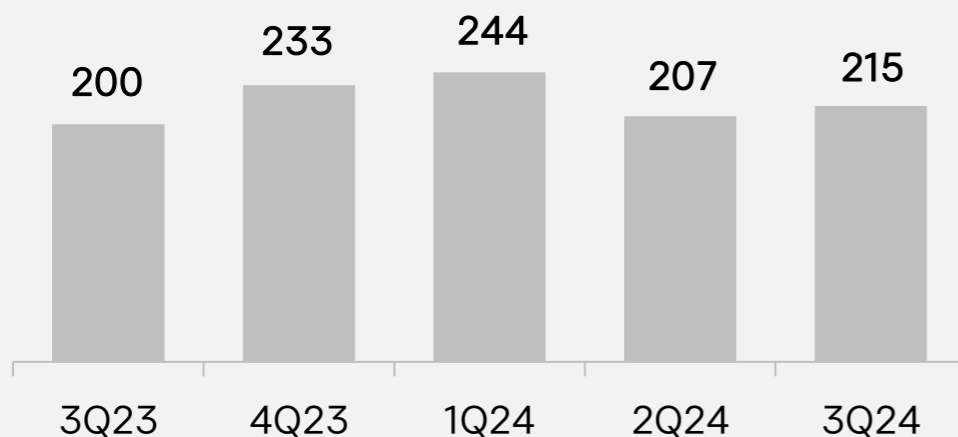


3Q24 +4% YoY, -5% QoQ

- (YoY) ① 비즈니스 메시지 +21%, 특채널 활성 광고주 수 및 전체 친구 수 확대 지속, ② 특 전체 DA -1%, 내수 경기와 광고 업황 회복 지연 영향
- (QoQ) DA의 계절적 비수기 영향을 비즈니스 메시지 고성장으로 일부 상쇄

커머스

(단위: 십억원)



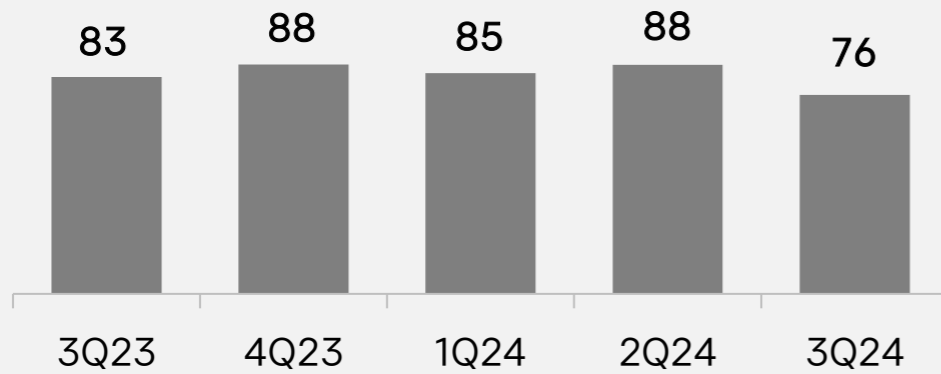
3Q24 +8% YoY, +4% QoQ

- 커머스 통합 거래액 : 2.5조원(+5% YoY)
- (YoY) 선물하기 내 자기구매 맥락 강화로 선물하기 거래액 +6%, 추석 직매입 매출 9월 온기 반영으로 선물하기 매출 +10%
- (QoQ) 추석 맞춤 상품 큐레이션 고도화 및 계절적 성수기 효과

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

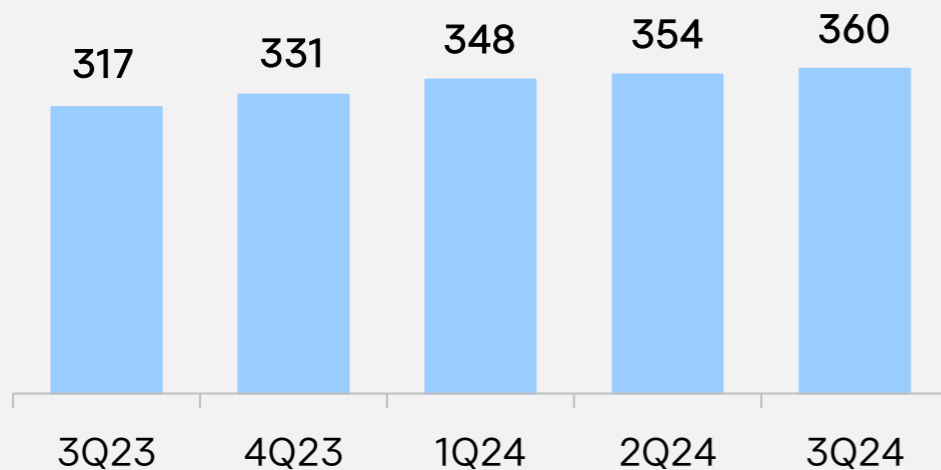


3Q24 -8% YoY, -13% QoQ

- (YoY) 이용자 지표 감소 영향
- (QoQ) 계절적 비수기 영향 및 커머스 업종 광고주 예산집행 둔화

플랫폼 기타

(단위: 십억원)

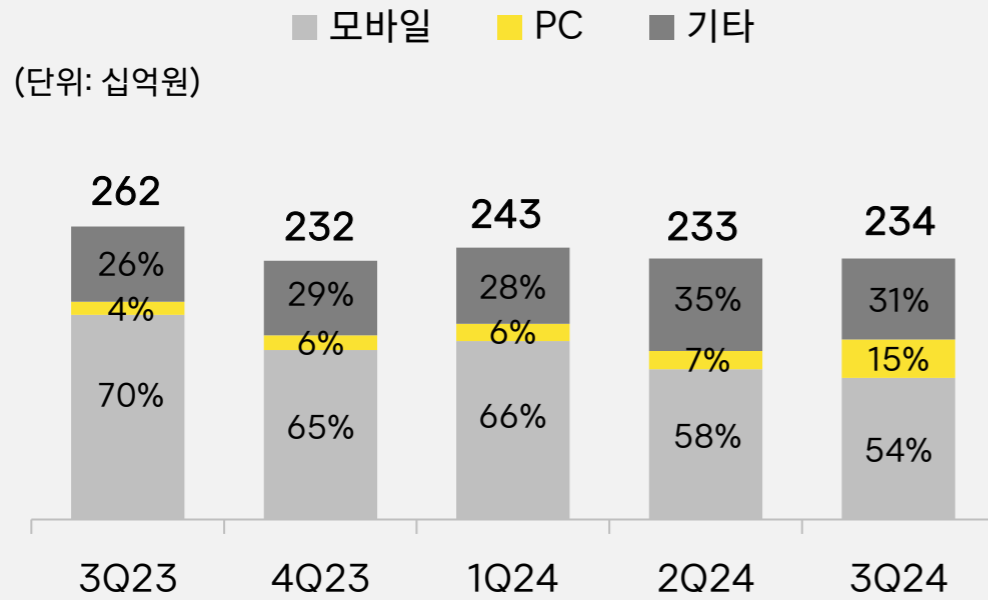


3Q24 +13% YoY, +2% QoQ

- 모빌리티 : 추석 및 장마 기간 이용자 수요 확대
- 페이 : 서비스 전 영역 TPV YoY 두 자리 수 증가에 힘입어 분기 거래액 42.2조원 +17% YoY, 2개 분기 연속 EBITDA 흑자 기록

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

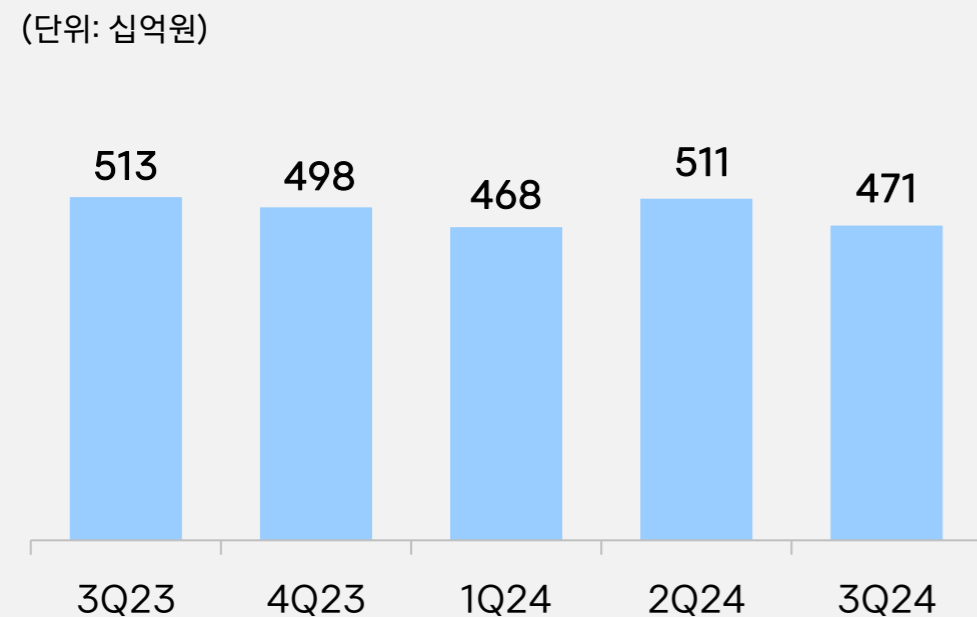
게임



3Q24 -11% YoY, +0.1% QoQ

- (YoY) 신작 부재 영향 지속
- (QoQ) 주력 타이틀의 견조한 성과에도 외부 퍼블리싱작의 하향 안정화
- 2025년 대작 출시에 따른 사업적 변화 및 턴어라운드 기반 마련에 집중

뮤직



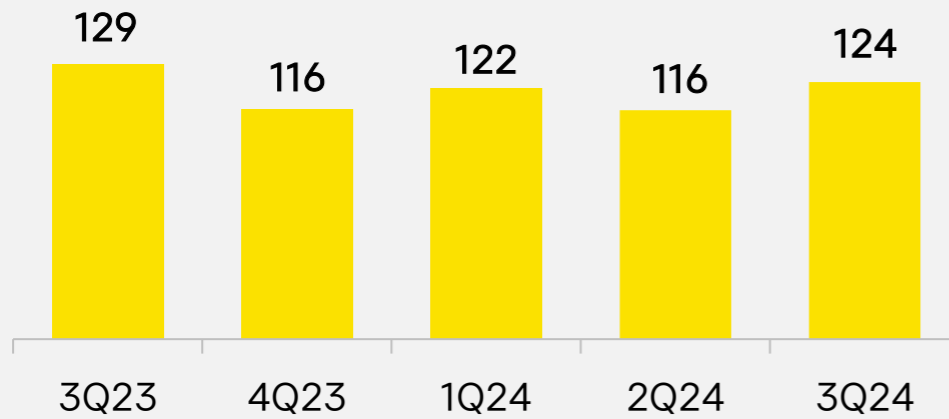
3Q24 -8% YoY, -8% QoQ

- (레이블) 주요 소속 아티스트 콘서트에도 불구하고, 전년동기 및 전분기 모두 앨범 판매의 높은 기저효과로 감소
- (유통) 글로벌 유통 네트워크 및 국내 음원 라이브러리 강화
- (멜론) 안정적 매출 기반 유지

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

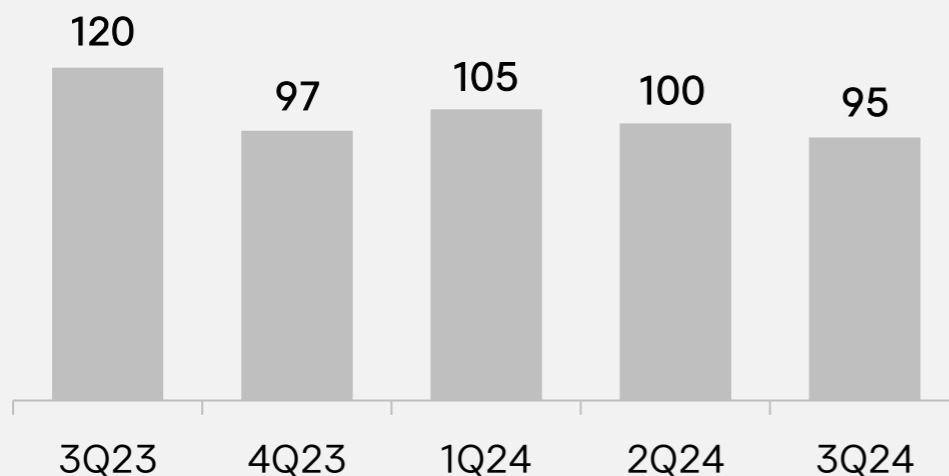


3Q24 -4% YoY, +7% QoQ

- (엔화기준) 매출 -3% YoY, +0.3% QoQ, 거래액 +1% YoY, +5% QoQ
- (YoY) IP mix 변화에 따른 매출 기여도 차이
- (QoQ) 거래액은 성장했으나, 지속적인 환원 등의 프로모션 지속 영향, 원화 기준 매출 증가는 엔화 강세 영향
- 3Q24, 엔화 기준 거래액 역대 최고치 경신

엔터테인먼트

(단위: 십억원)

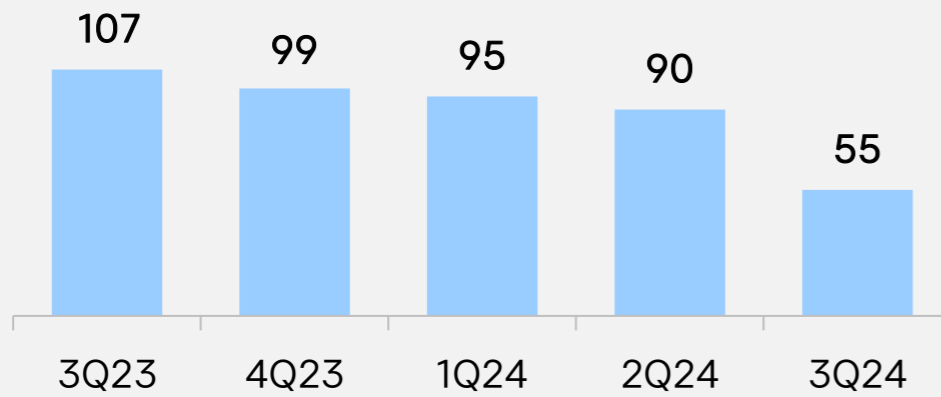


3Q24 -21% YoY, -5% QoQ

- (YoY) 카카오웹툰 개편 진행 및 메가 IP 공개 시점 차이로 인한 전년동기 높은 기저효과
- (QoQ) 카카오웹툰 개편 진행
- 글로벌 '선택과 집중' 전략 강화 - 대만, 인도네시아 서비스 종료

미디어

(단위: 십억원)



3Q24 -49% YoY, -39% QoQ

- (YoY) 지난해 하반기 제작 라인업 집중에 따른 기저 효과
- (QoQ) 시장 전반 편성 축소와 내부 제작 일정 지연

실적요약

(단위: 십억원)	3Q23	2Q24	3Q24	YoY	QoQ
매출	2,011	2,005	1,921	-4%	-4%
플랫폼 부문	880	955	943	7%	-1%
특비즈	479	514	507	6%	-1%
포털비즈	83	88	76	-8%	-13%
플랫폼 기타	317	354	360	13%	2%
콘텐츠 부문	1,131	1,050	978	-14%	-7%
게임	262	233	234	-11%	0.1%
뮤직	513	511	471	-8%	-8%
스토리	249	216	219	-12%	1%
미디어	107	90	55	-49%	-39%
영업비용	1,887	1,871	1,791	-5%	-4%
영업이익	124	134	131	5%	-3%
영업이익률	6.2%	6.7%	6.8%	0.6%p	0.1%p
당기순이익	37	87	79	113%	-10%
지배지분순이익	21	101	106	407%	4%
비지배지분순이익	16	-14	-27	적자전환	적자지속
당기순이익률	1.8%	4.3%	4.1%	2.3%p	-0.3%p

영업비용

(단위: 십억원)	3Q23	2Q24	3Q24	YoY	QoQ
영업비용	1,887	1,871	1,791	-5%	-4%
인건비	468	481	459	-2%	-5%
매출연동비	849	797	748	-12%	-6%
외주/인프라비	199	196	194	-2%	-0.7%
마케팅비	105	108	105	0.9%	-3%
상각비	198	207	211	6%	2%
기타	69	82	74	8%	-10%

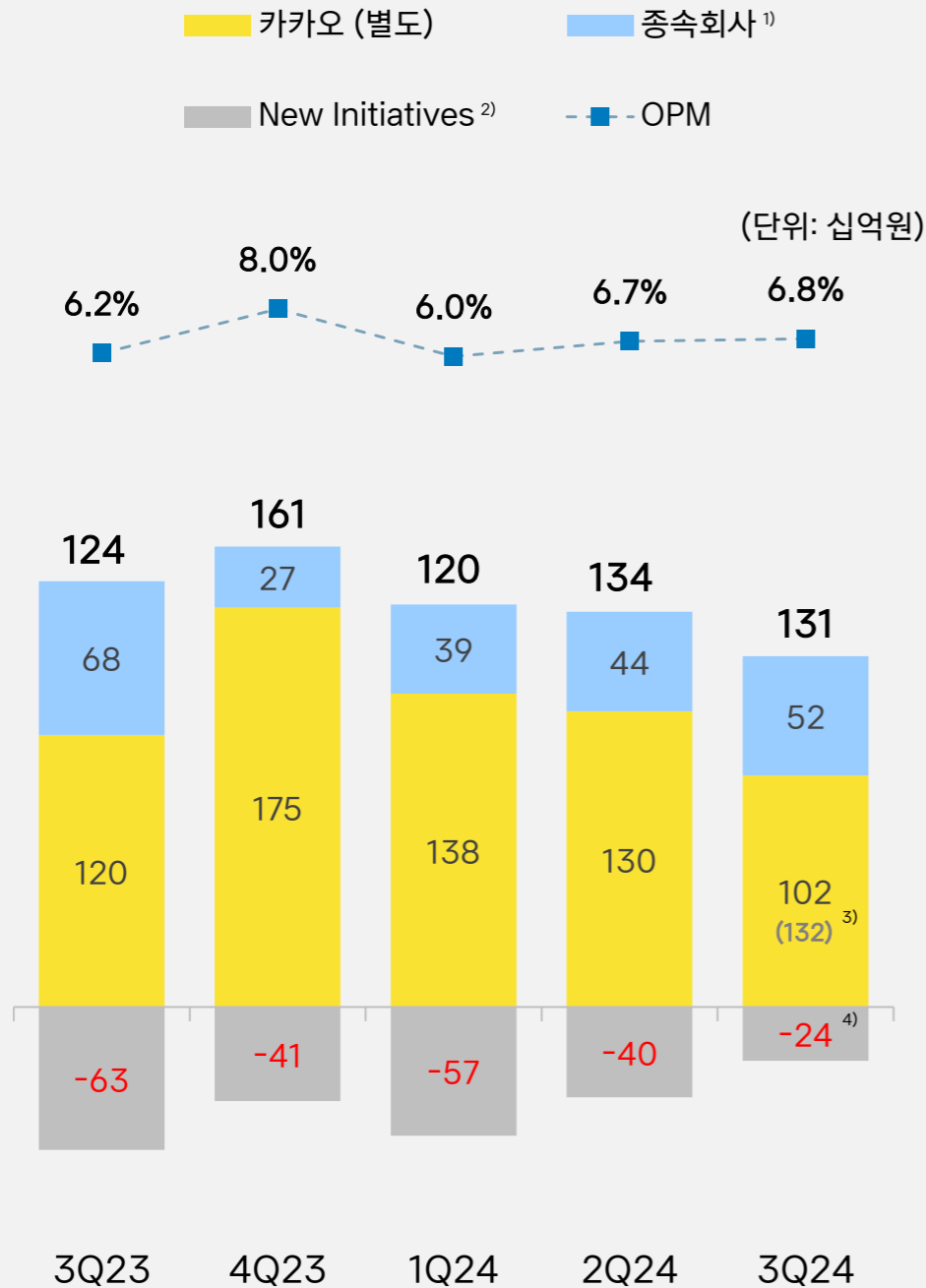
3분기 증감 분석

- 인건비 (YoY/QoQ) 보수적인 채용 기조 유지 및 상여 포함 기타 인건비 감소
- 매출연동비 (YoY/QoQ) 카카오엔터테인먼트 영상제작 일정 지연 및 콘텐츠 부문에서의 매출 감소 영향
- 외주/인프라비 (YoY/QoQ) 콘텐츠 매출 관련 지급 수수료 감소 영향
- 마케팅비 (YoY) 일본 디지털 만화 산업 경쟁심화에 대응하기 위한 카카오픽코마 마케팅 활동 증가
(QoQ) 카카오픽코마 외 전사 효율적인 마케팅 집행 기조 유지
- 상각비 (YoY/QoQ) 자체, 신규 임차 데이터센터 운영 및 AI사업 관련 기계장치 투자 증가

영업이익 / 당기순이익

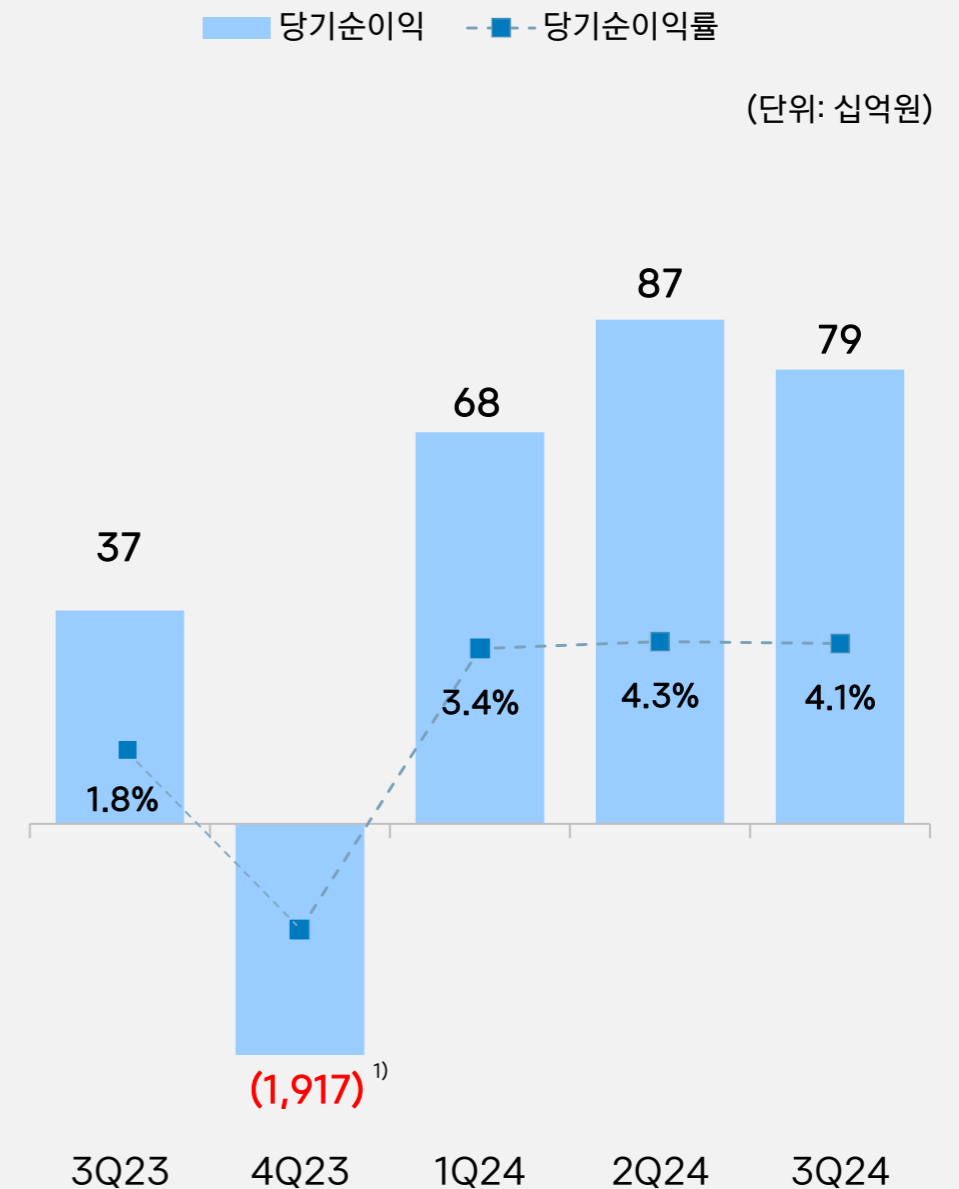
영업이익(률)

3Q24 +5% YoY, -3% QoQ



당기순이익(률)

3Q24 +113% YoY, -10% QoQ



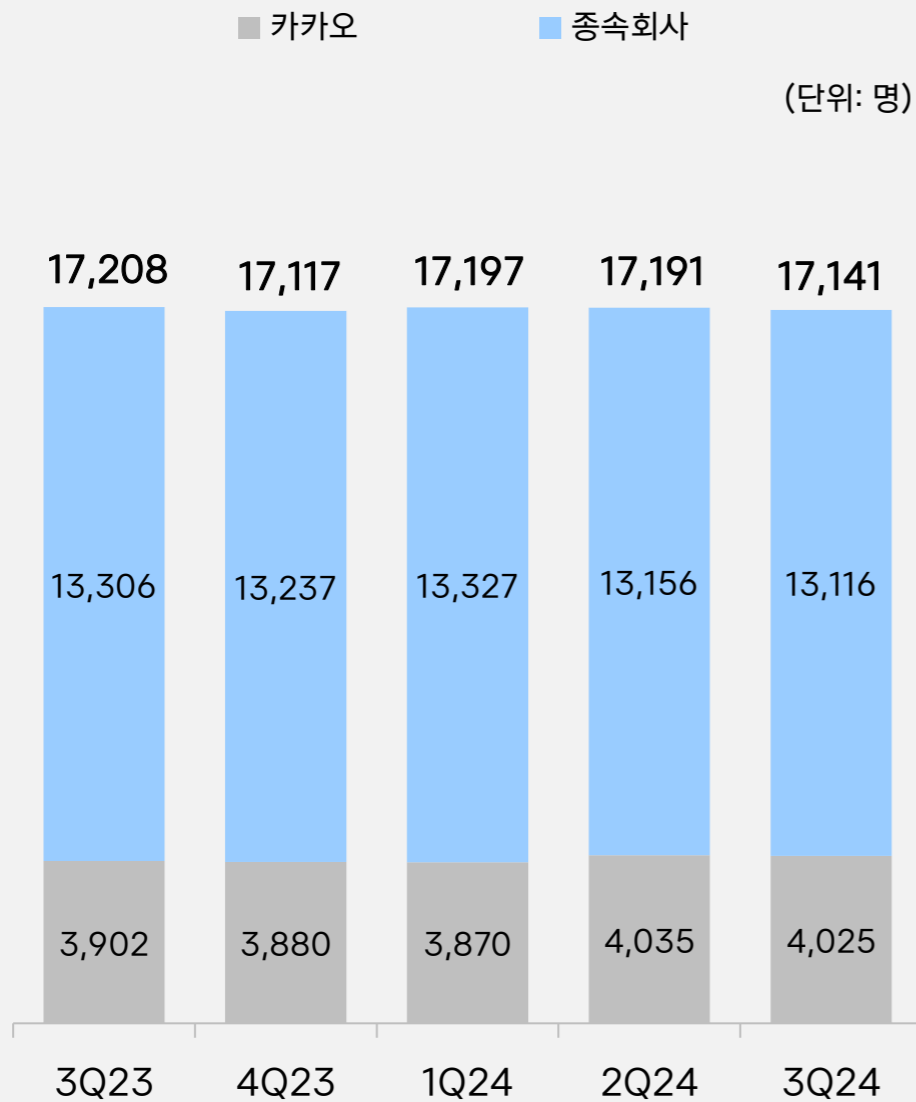
1) 종속회사: 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문, 내부거래 조정 포함
 2) New Initiatives: 카카오엔터프라이즈, 카카오헬스케어, 카카오브레인
 3) 카카오브레인 영업양수도 영향 제거시 카카오 별도 영업이익 1,319억
 4) 존속 카카오브레인 영업손실 32억 반영 (4분기 연결 제외 완료)

1) 4Q23 : 영업권 손상 1조 4,833억원과 PPA무형자산 손상차손 3,114억원 인식에 따른 기타비용 증가로, 당기순손실 기록

인원 / CapEx

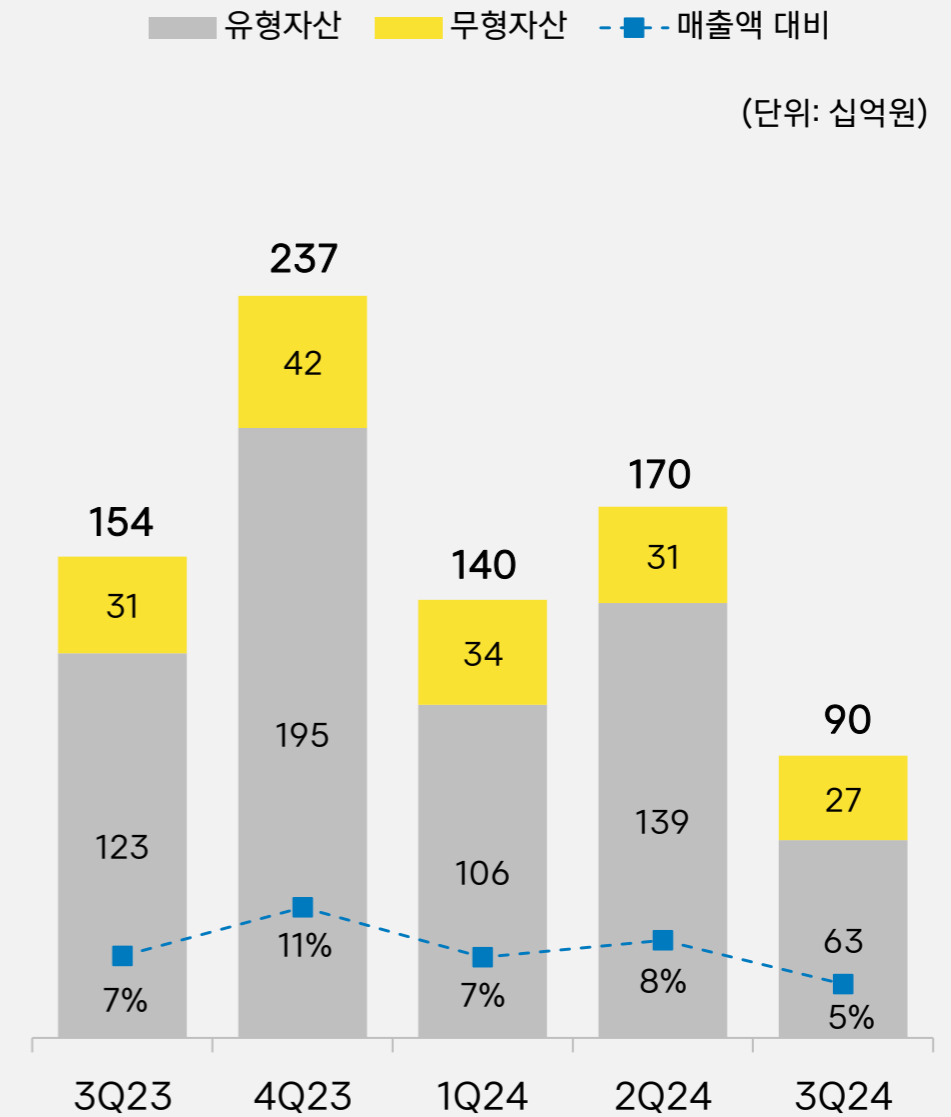
인원 현황

보수적인 채용기조 유지, -67명 YoY, -50명 QoQ



CapEx

작년 자체 데이터센터 건설 및 올해 상반기 AI사업 관련 투자가 집중되었던 기저효과로 YoY, QoQ 모두 감소



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

ESG 활동성과

카카오 공정거래 자율준수 공동서약

공정거래 자율준수 공동서약을 통해 준법경영 의지 표명

- 준법과신뢰위원회의 준법시스템 마련 권고 이행 위해 카카오 및 5개 계열사 참여 하에 '공정거래 자율준수 공동서약식' 진행
- 공동서약서에는 불공정거래행위 등 공정거래 제반 법령 위반 행위 예방, 공정거래자율준수 문화 내재화 위한 교육 및 준법시스템 구축 내용 포함



카카오그룹 통합 상생 사업 슬로건 '더 가깝게, 카카오' 발표

- 계열사 별 진행하던 상생 프로그램을 하나로 묶어 그룹 차원의 커뮤니케이션 진행 및 사업간 시너지 창출 도모
- '프로젝트 단골', '시니어 디지털 스쿨', '카카오테크 부트캠프' 등 상생 프로그램 진행



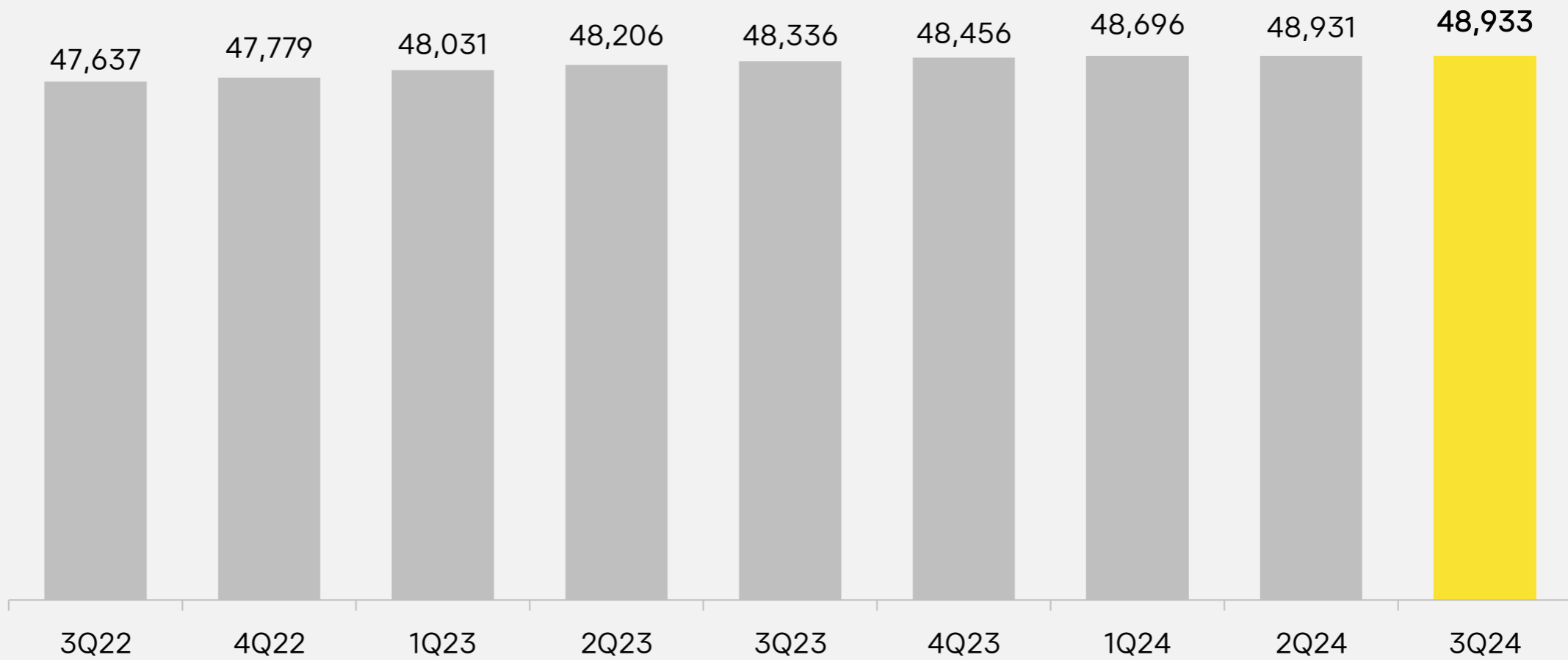
소상공인 디지털 전환 지원

- 11개 지자체와 단골거리 업무 협약 및 15개 상권 사업 진행
- 단골거리 참여 상인은 높은 사업 만족도(4.7점)로 평가, 처음으로 온라인 홍보를 시작한 점포 56% 차지
- 단골만들기 지원혜택(특채널메시지 발송지원금) 6.6만명 대상 257억 지원

카카오톡 MAU

국내 카카오톡 월간 활성 이용자(MAU) YoY +60만 명, QoQ +2천 명 증가

(단위: 천명)



기간	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24
국내	47,637	47,779	48,031	48,206	48,336	48,456	48,696	48,931	48,933
글로벌	53,561	53,483	53,390	53,453	53,556	53,571	53,760	54,195	54,198

평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

