

kakao

Company Presentation

2025년 5월 | Kakao Investor Relations



본 자료의 2025년 1분기 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 & 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, 픽코마, 페이), 이익 강화 단계 (카카오톡 광고, 커머스)

플랫폼 비즈니스

카카오



광고



커머스



Kanana

85~100%⁽¹⁾

뉴 이니셔티브

kakaoenterprise 클라우드

kakaohealthcare 헬스케어

연계 서비스

57.2%⁽¹⁾

kakaomobility

택시 호출 & 기타 모빌리티 서비스

46.3%⁽¹⁾

kakaopay

테크핀

27.2%⁽¹⁾ (관계기업)

kakaobank

인터넷 은행

콘텐츠 비즈니스

글로벌 성장 동력

66.0%⁽¹⁾

kakao
ENTERTAINMENT

뮤직 (K-pop), 미디어, 웹툰/웹소설

91.1%⁽¹⁾

kakaopiccoma

웹툰 (일본)

40.7%⁽¹⁾

SM
ENTERTAINMENT
GROUP

뮤직 (K-pop)

40.7%⁽¹⁾

kakaogames

모바일 / PC 게임

참고: (1) 종속회사 지분율: 연결종속회사가 보유하는 지분율의 단순합산 (카카오가 직접 보유한 카카오픽코마의 지분율은 73%, 에스엠엔터테인먼트 지분율은 21.2%)
(2) 카카오뱅크 외 모든 종속회사는 연결 종속 대상 법인 (카카오뱅크는 지분법 대상 법인)

투자 하이라이트

1Q25 실적 하이라이트

- 플랫폼 부문의 비수기와 콘텐츠 IP 파이프라인 공백으로 연결 매출 1조 8,637억원 (YoY -6%), 연결 영업이익 1,054억원 기록 (OPM 5.7%)
- 코어 사업인 특비즈(카카오톡 광고, 커머스) 매출은 5,533억원으로 YoY +7% 증가
- 비즈니스 메시지 매출은 YoY +11% 두 자릿수 성장세 유지, 커머스 매출은 선물하기 자기구매 확대와 설 선물 큐레이션 강화로 YoY +12% 증가
- 1분기 연간 실적 저점 확인, 2분기부터 매출 성장과 비용 효율화에 따른 실적 개선 기대

카카오 성장의 핵심을 카카오톡과 AI로 정의

- 전사적 리소스를 특비즈 성장 재가속과 AI 혁신에 집중하고, 비핵심 사업에는 자원 배분 최소화 및 효율화 방안 적극 검토
- 특비즈 : 하반기 발견탭(가칭)과 신규 AI 서비스 도입을 통해 이용자 인게이지먼트 확대 및 광고, 커머스를 비롯한 신규 사업 기회 발굴 예정
- AI : 오픈 AI와 공동으로 개발하는 서비스는 연내 공개 목표. '카나나' 별도앱 CBT에 이어 특 내 AI 서비스 순차 공개 예정

효율적인 자원 배분 전략을 통한 재무 건전성 구축

- 단기적 비용절감 뿐만 아니라 중장기 관점에서 건전한 비용 구조 구축 추진
- 계속해서 효율적인 자원배분 전략을 통한 ROE 수익성 지표 개선 노력

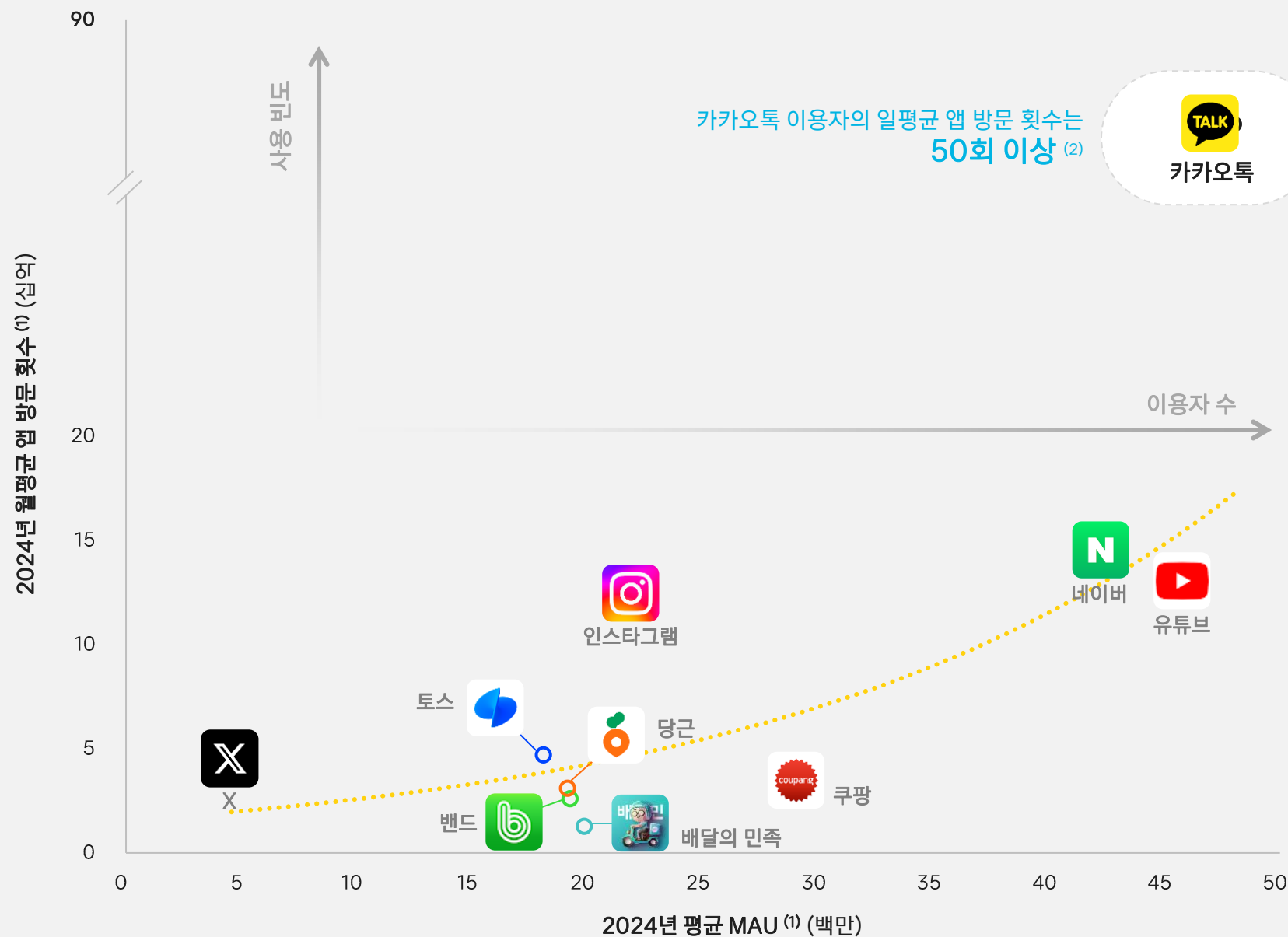
주요 전략 및 가이드선스

- 카카오톡의 이용자 체류시간 20% 증가 및 특비즈 성장률 지난해 대비 개선
- 콘텐츠 부문 내 비핵심 정리 통한 핵심 사업 중심의 성장기반 마련 (계열사 수 23년 5월 기준 147개 → 25년 5월 115개 (넵툰 매각 완료시 104개))
- 보수적인 채용 기조에 따라 인건비 전년 대비 한 자릿수 증가 및 연결매출 대비 마케팅비 비중 6% 수준 유지

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 카카오프서비스



- 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⁽¹⁾

12% M/S
디지털 광고

e-커머스



카카오만의 특별한 선물하기 BM을
기반으로 한 e-커머스 플랫폼

국내 e-커머스 시장

242조원

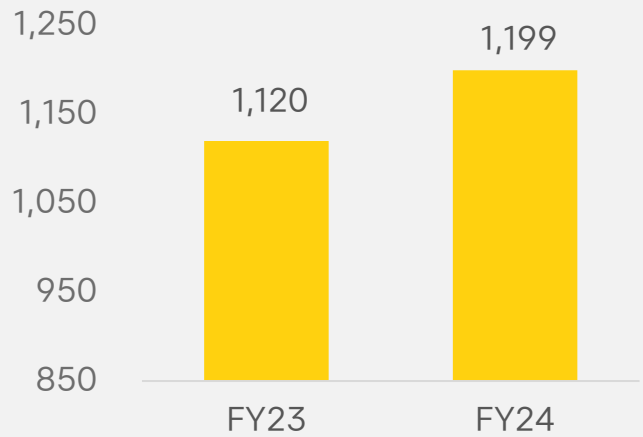
온라인 커머스 TAM⁽²⁾

4% M/S
e-커머스



카카오톡 광고 매출
(단위 : 십억원)

+7% YoY

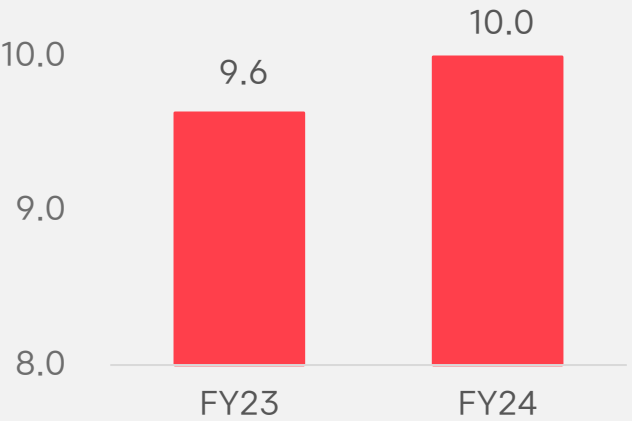


주요 성장 동력

- 카카오톡 인게이지먼트 강화 집중
- 차별적 상품과 높은 ROAS 기반 성장 지속
- 광고, 커머스 외 AI를 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



픽업 & 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

뱅크

kakaobank
kakaopay

No. 1

인터넷 은행

167 조원

FY 2024 페이 TPV



전 연령층 침투율 강화
& 저원가성 예금 비중 확대



크로스 셀링 극대화
& 보험, 증권 수익성 개선

비즈니스별 성장 로드맵

성장단계별 비즈니스 최적화로 모멘텀 확보



>> 장기 성장을 위한 균형있는 자본 배분의 최적화

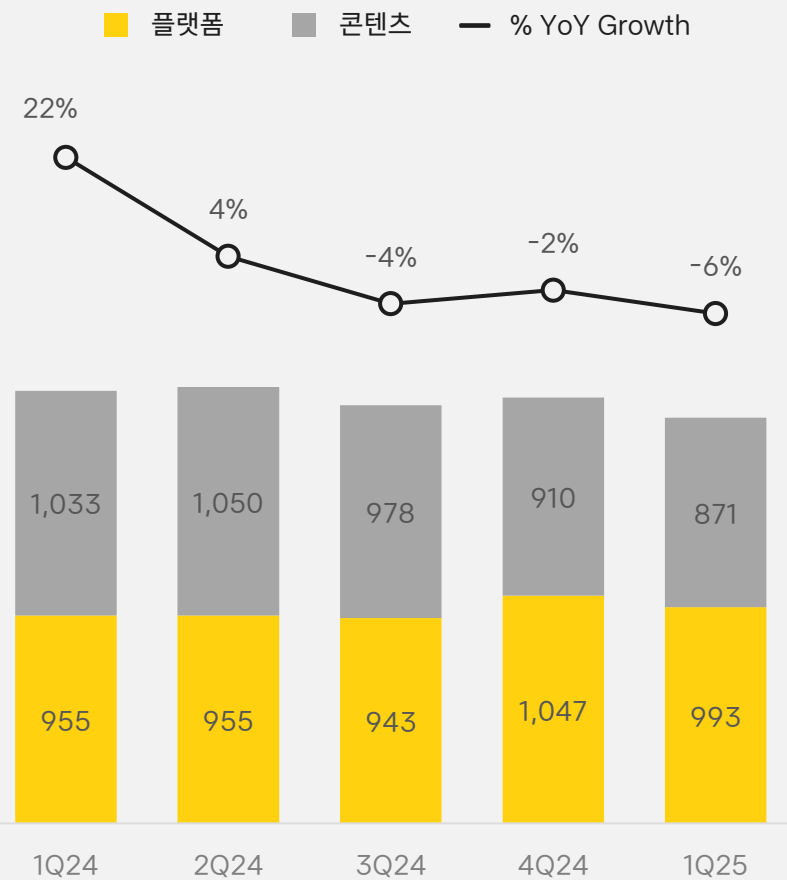
주주환원

주요 재무 성과

건조한 플랫폼 부문 성장과 코어 사업 중심의 높은 수익성 유지

매출

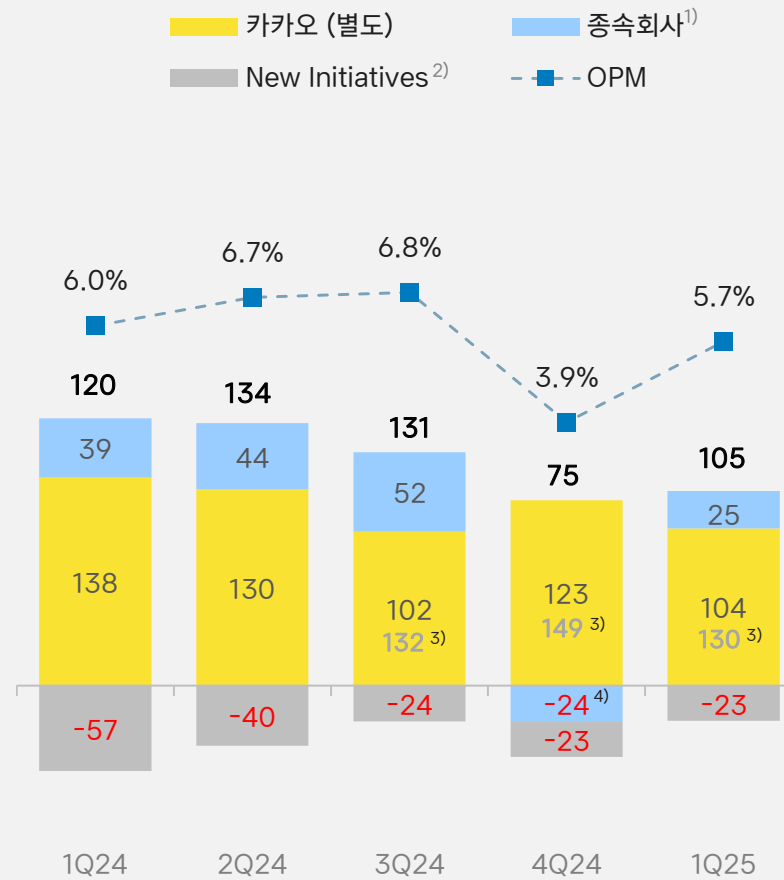
(단위 : 십억원)



- 플랫폼 비즈니스 비수기와 콘텐츠 IP 출시 사이클 저점이 맞물리면서 전년 대비 매출 감소
- 반면, 핵심사업인 특비즈는 건조한 광고, 커머스 성장 기반 +7% 매출 성장 기록
- 콘텐츠 부문은 IP강화 전략에 따라 점진적 회복 기대

영업이익(률)

(단위 : 십억원)



- 보수적인 채용 및 마케팅비 효율화로 인건비 전년동기와 유사한 수준 기록, 매출액 대비 마케팅비 비중 4.7%
- 2분기부터 매출 성장과 비용 효율화가 함께 견인하는 이익 개선목표

1Q25 실적 요약



특비즈 광고

(1Q25 +3% YoY, -11% QoQ)
비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+11% YoY)
신규서비스, 상품 출시 통해 성장동력 강화



특비즈 커머스

(1Q25 +12% YoY, +13% QoQ)
선물하기 자기구매 거래액 성장 (+28% YoY)
목적형 커머스에서 발견형 커머스로 확대



특비즈 높은 수익성 유지

(1Q25 특비즈 영업이익률 30%+)
건조한 광고, 커머스 사업 기반 높은 영업이익률
유지하며 플랫폼의 경쟁력 입증

참고: (1) 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문 (2) 카카오엔터프라이즈, 카카오헬스케어
참고: (3) 카카오브레인 손실 제외시 카카오 별도 영업이익 (4) 4분기 감사 과정 중, 자회사 인건비 추가 인식한 효과로 적자 전환

Appendix

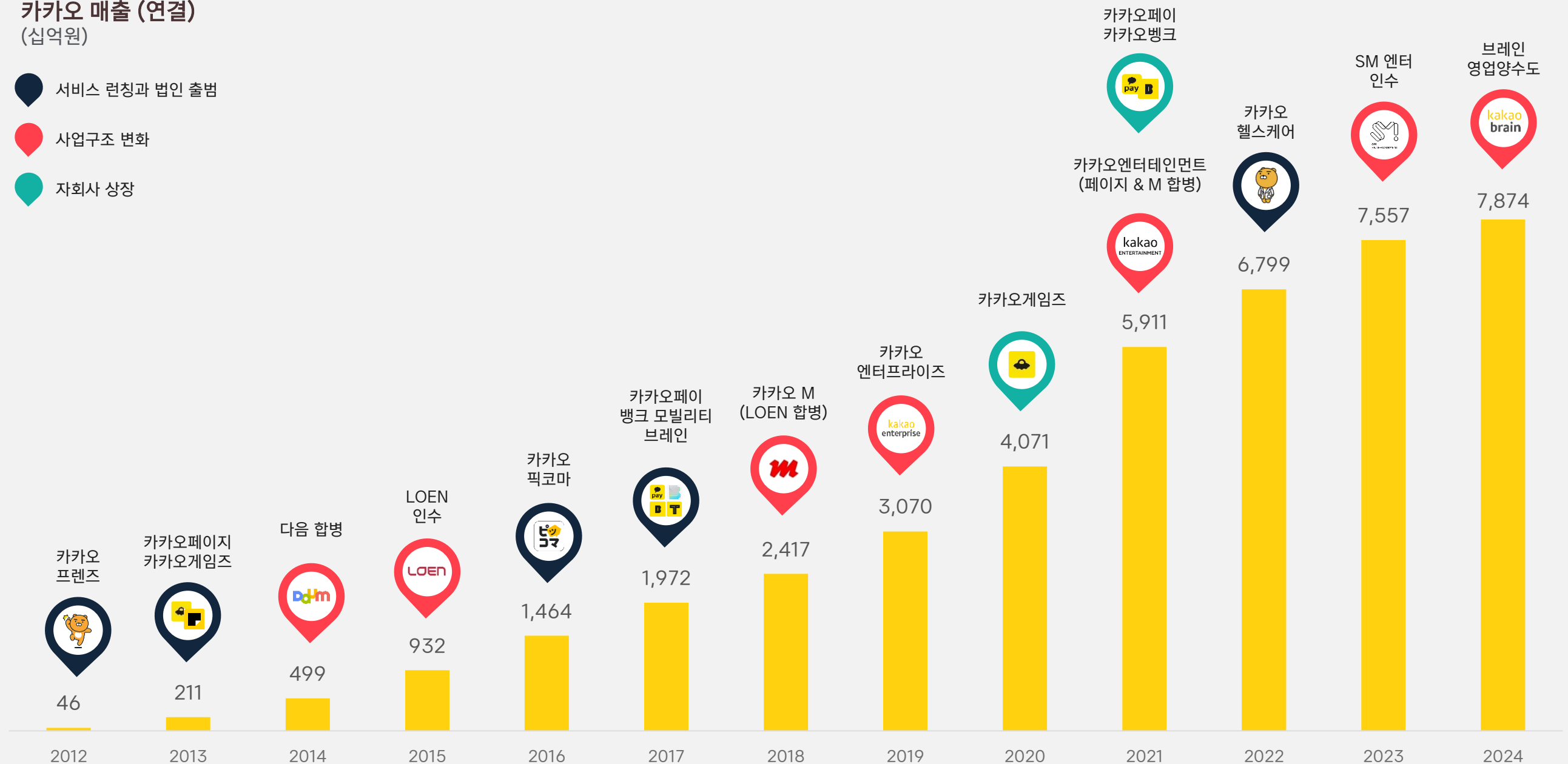
Appendix 1. 히스토리

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 (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

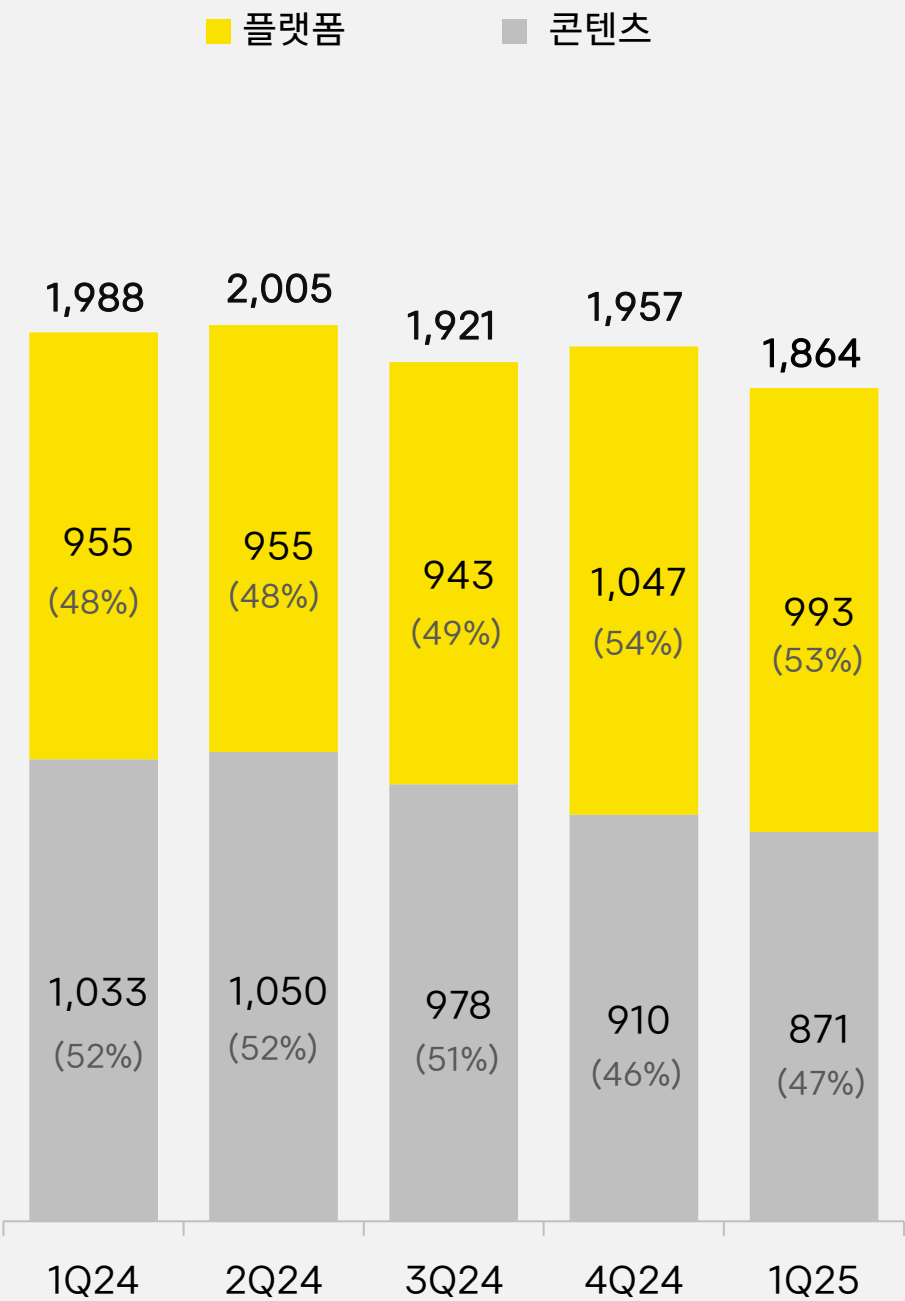
2025년 1분기 실적발표

매출 구성

총 매출 -6% YoY / -5% QoQ

1분기 매출 비중 : 플랫폼 53%, 콘텐츠 47%

(단위: 십억원)



매출 구성		
플랫폼	특비즈	광고형 : 특DA (비즈보드 / 신규 DA), 비즈니스 메시지, 구독 및 기타 거래형 : 선물하기, 톡스토어, 카카오프렌즈 온라인 및 기타
	포털비즈	Daum PC / Mobile 카카오톡스토리 / 스타일 / 페이지 기타 자회사광고
	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 헬스케어 메이커스 ¹⁾ 기타연결종속회사
콘텐츠	게임	모바일 PC 기타
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	스토리	엔터테인먼트 픽코마
	미디어	영상제작 매니지먼트

1) 1Q24부터 특비즈 거래형 중 메이커스 제외, 플랫폼 기타로 계정 재분류

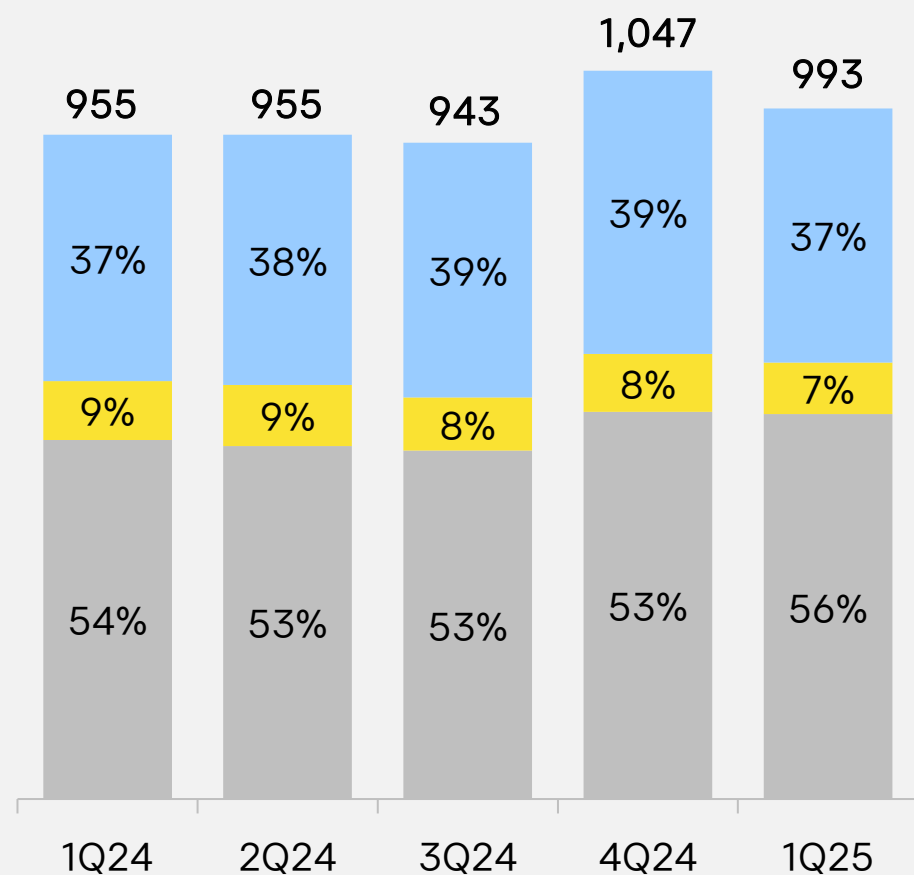
부문별 매출

플랫폼 부문

1Q25 +4% YoY, -5% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

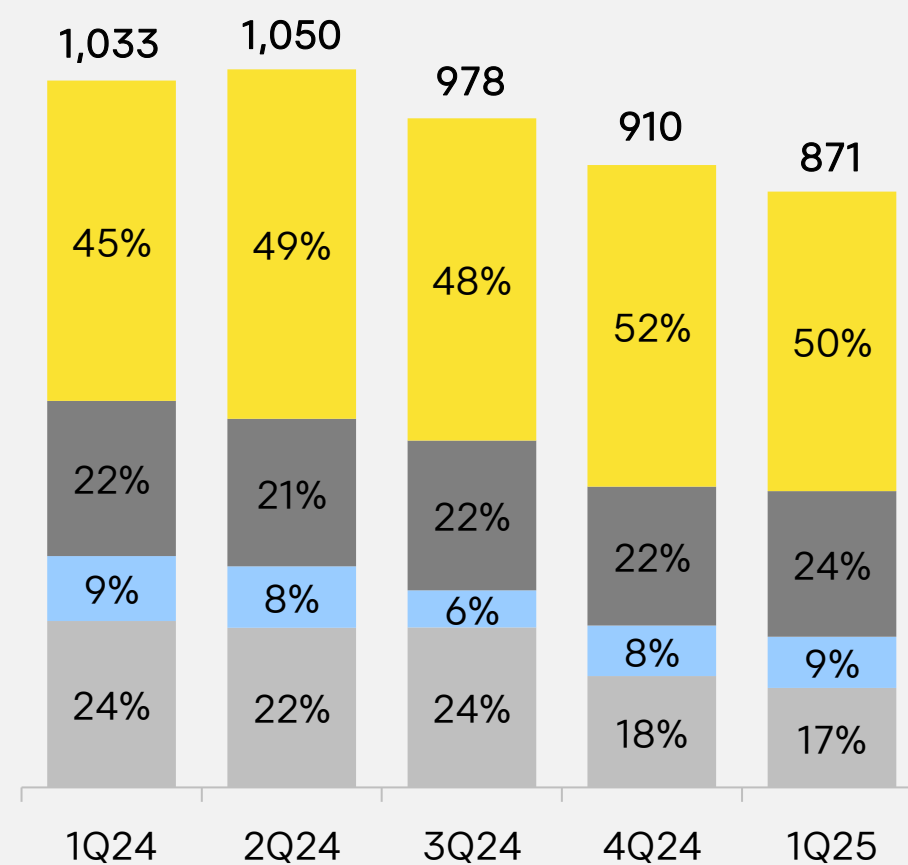


콘텐츠 부문

1Q25 -16% YoY, -4% QoQ

(단위: 십억원)

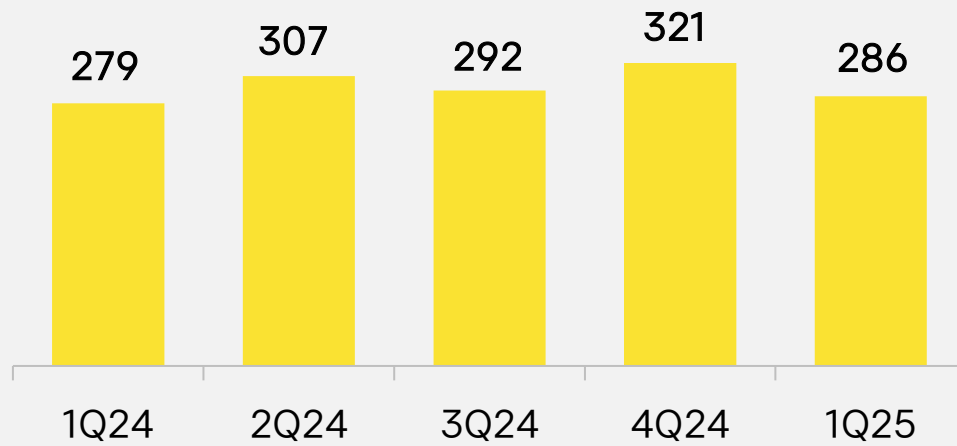
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

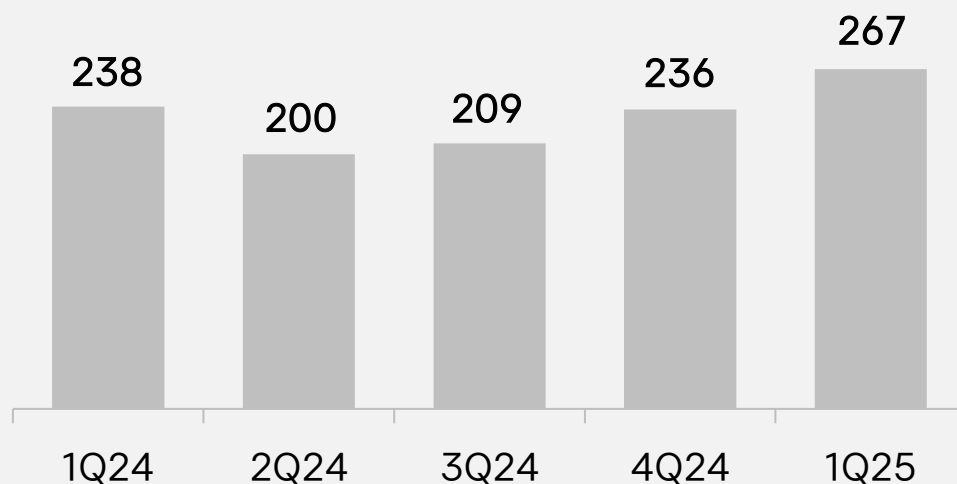


1Q25 +3% YoY, -11% QoQ

- (YoY) 전년 대비 길어진 설날 연휴와 커머스, 패션 업종 불황에도 불구하고, 비즈니스 메시지의 견조한 성장세에 힘입어 성장
- (QoQ) 계절적 비수기 영향

커머스

(단위: 십억원)



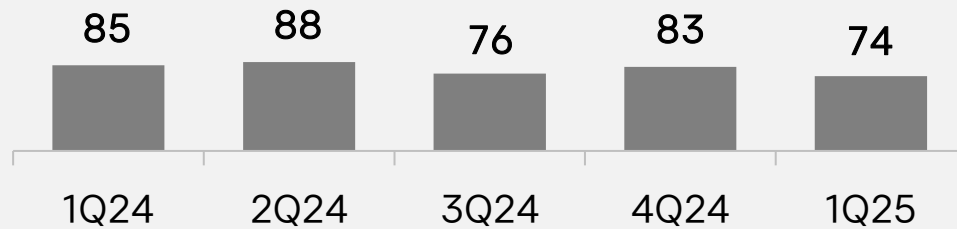
1Q25 +12% YoY, +13% QoQ

- **통합 거래액:** 2.6조원, +3% YoY, -2% QoQ
- **선물하기 거래액:** +4% YoY, +5% QoQ
- (YoY/ QoQ) 설 명절 선물하기 상품 큐레이션 최적화와 자기구매 프로모션 확대에 전년동기 대비, 전분기 대비 모두 증가
- **(매출액)** 설 인기 상품 직매입 운영 확대와 고수익 카카오쇼핑라이브 비중 증가로 거래액 대비 높은 성장 기록

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

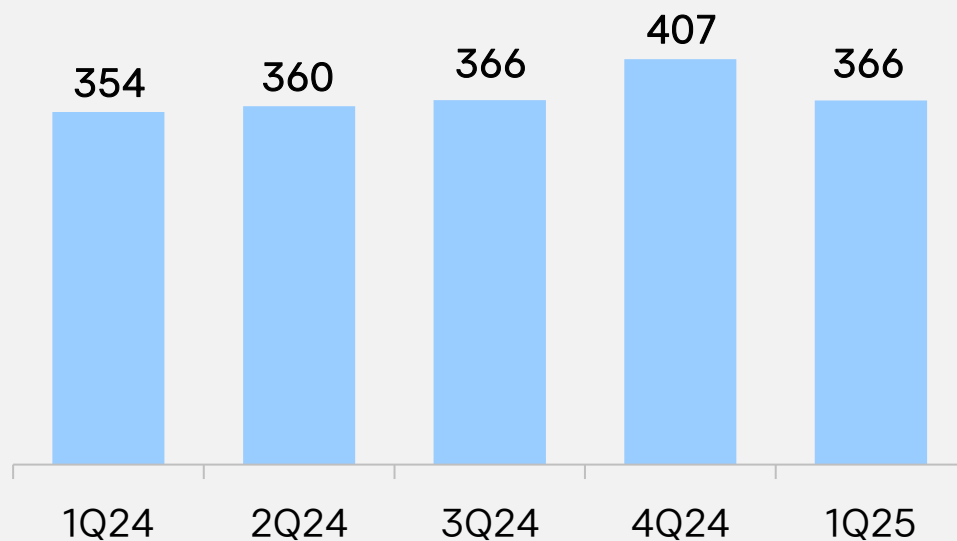


1Q25 -12% YoY, -11% QoQ

- (YoY) 개편 이후 뉴스 접근성이 낮아지면서 트래픽 감소
- (QoQ) 계절적 비수기 효과

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



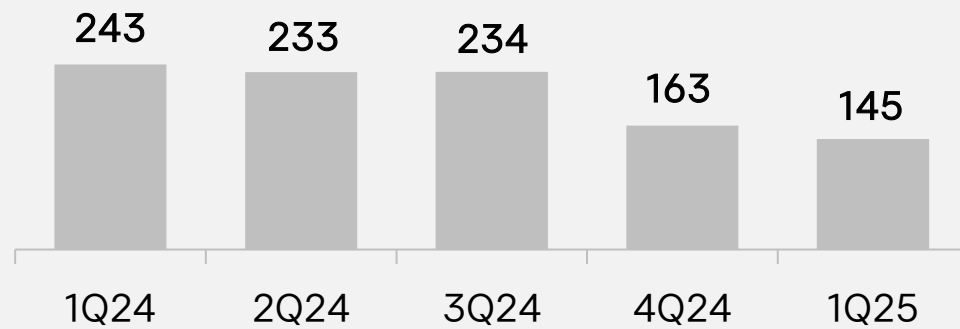
1Q25 +3% YoY, -10% QoQ

- 모빌리티 : 연휴 기간 이동 수요가 해외로 분산되면서 국내 이동 수요 위축
- 페이 : 두 자릿수 매출 성장 지속, 카카오페이증권 2개 분기 연속 흑자 및 사업 전반 비용효율화에 따른 첫 분기영업이익 흑자 달성

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

게임

(단위: 십억원)

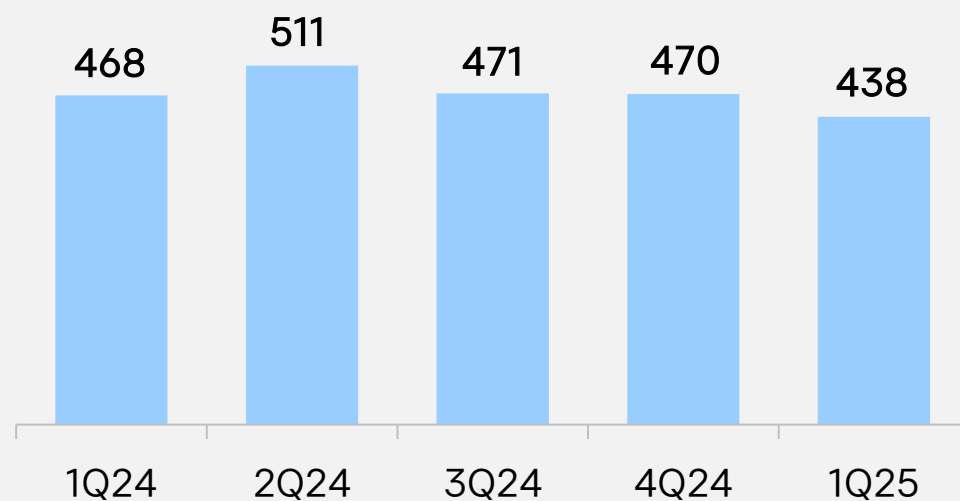


1Q25 -40% YoY, -11% QoQ

- (YoY/QoQ) 신작 성과 부재 및 기존 서비스 타이틀의 자연 감소

뮤직

(단위: 십억원)



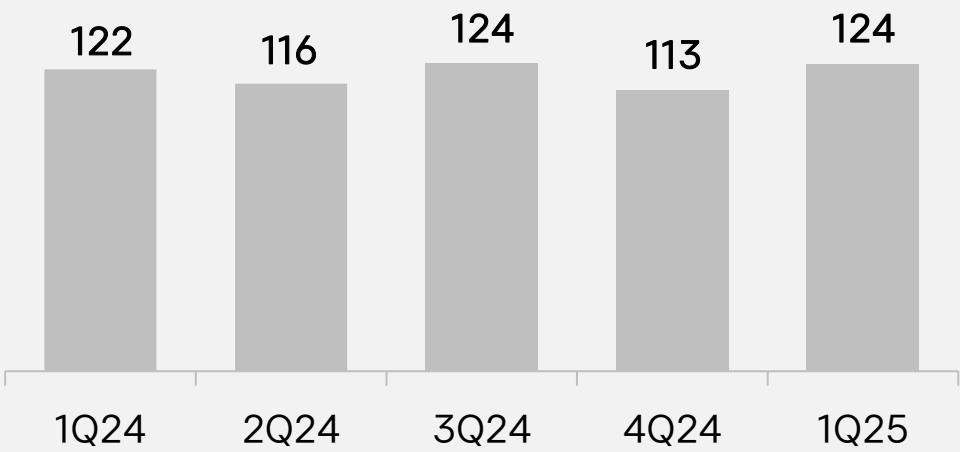
1Q25 -6% YoY, -7% QoQ

- (레이블) 전년동기 및 전분기 주요 아티스트 활동이 집중되며 형성된 기저로 매출은 감소했으나, 신규 걸그룹 데뷔로 IP 강화
- (유통) 견조한 1위 사업자 지위 유지
- (멜론) 수익성 중심의 전략 지속

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

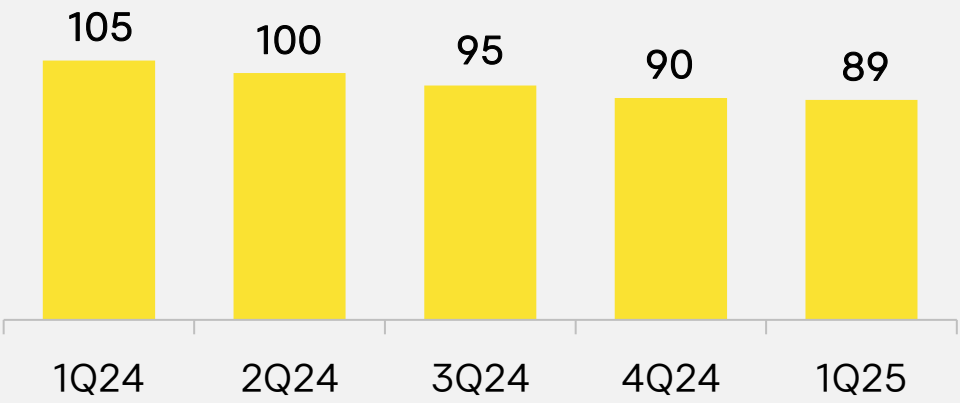


1Q25 +2% YoY, +9% QoQ

- (엔화 기준) 거래액 +2% YoY, -1% QoQ
 매출액 -2% YoY, +1% QoQ
- (YoY) 순매출 인식 작품 비중 증가로 매출 소폭 감소
- (QoQ) 마케팅 효율화로 과금 매출 증가
- 전략적인 마케팅 집행 통해 2개 분기 연속 두 자릿수 상회하는 영업이익률 기록

엔터테인먼트

(단위: 십억원)



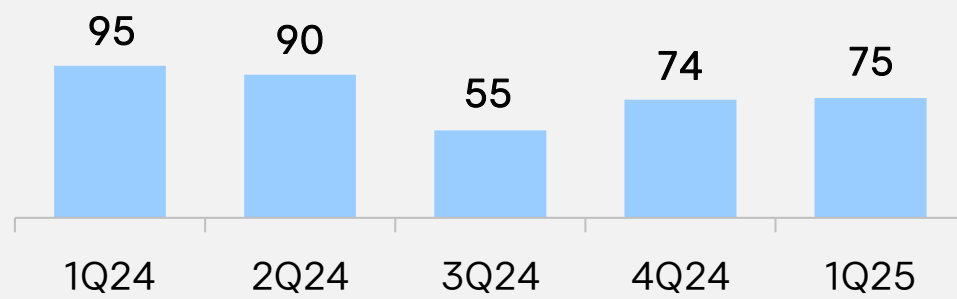
1Q25 -15% YoY, -1% QoQ

- (YoY) 마케팅 효율화 기조 유지
- (QoQ) 전분기 낮은 기저와 설 연휴 특수효과로 방어
- IP 경쟁력 강화 노력 진행 중. 4월 김수지 작가 웹소설 <상수리나무 아래>와 미공개 외전 런칭

콘텐츠 부문 | 미디어

미디어

(단위: 십억원)



1Q25 -21% YoY, +2% QoQ

- (YoY) 시장 전반 편성 축소 기조 장기화 영향
- (QoQ) 매출 인식 작품 수 증가

실적요약

(단위: 십억원)	1Q24	4Q24	1Q25	YoY	QoQ
매출	1,988	1,957	1,864	-6%	-5%
플랫폼 부문	955	1,047	993	4%	-5%
특비즈	516	557	553	7%	-1%
포털비즈	85	83	74	-12%	-11%
플랫폼 기타	354	407	366	3%	-10%
콘텐츠 부문	1,033	910	871	-16%	-4%
게임	243	163	145	-40%	-11%
뮤직	468	470	438	-6%	-7%
스토리	227	203	213	-6%	5%
미디어	95	74	75	-21%	2%
영업비용	1,868	1,882	1,758	-6%	-7%
영업이익	120	75	105	-12%	40%
영업이익률	6.0%	3.9%	5.7%	-0.4%pt	+1.8%pt
당기순이익	68	-395	191	182%	흑자전환
지배지분순이익	74	-225	169	129%	흑자전환
비지배지분순이익	-6	-170	22	흑자전환	흑자전환
당기순이익률	3.4%	-	10.2%	6.8%pt	흑자전환

영업비용

(단위: 십억원)	1Q24	4Q24	1Q25	YoY	QoQ
영업비용	1,868	1,882	1,758	-6%	-7%
인건비	479	498	479	-0.02%	-4%
매출연동비	820	654	701	-15%	7%
외주/인프라비	202	288	206	2%	-28%
마케팅비	89	103	87	-3%	-16%
상각비	198	246	206	4%	-16%
기타	80	93	79	-1%	-15%

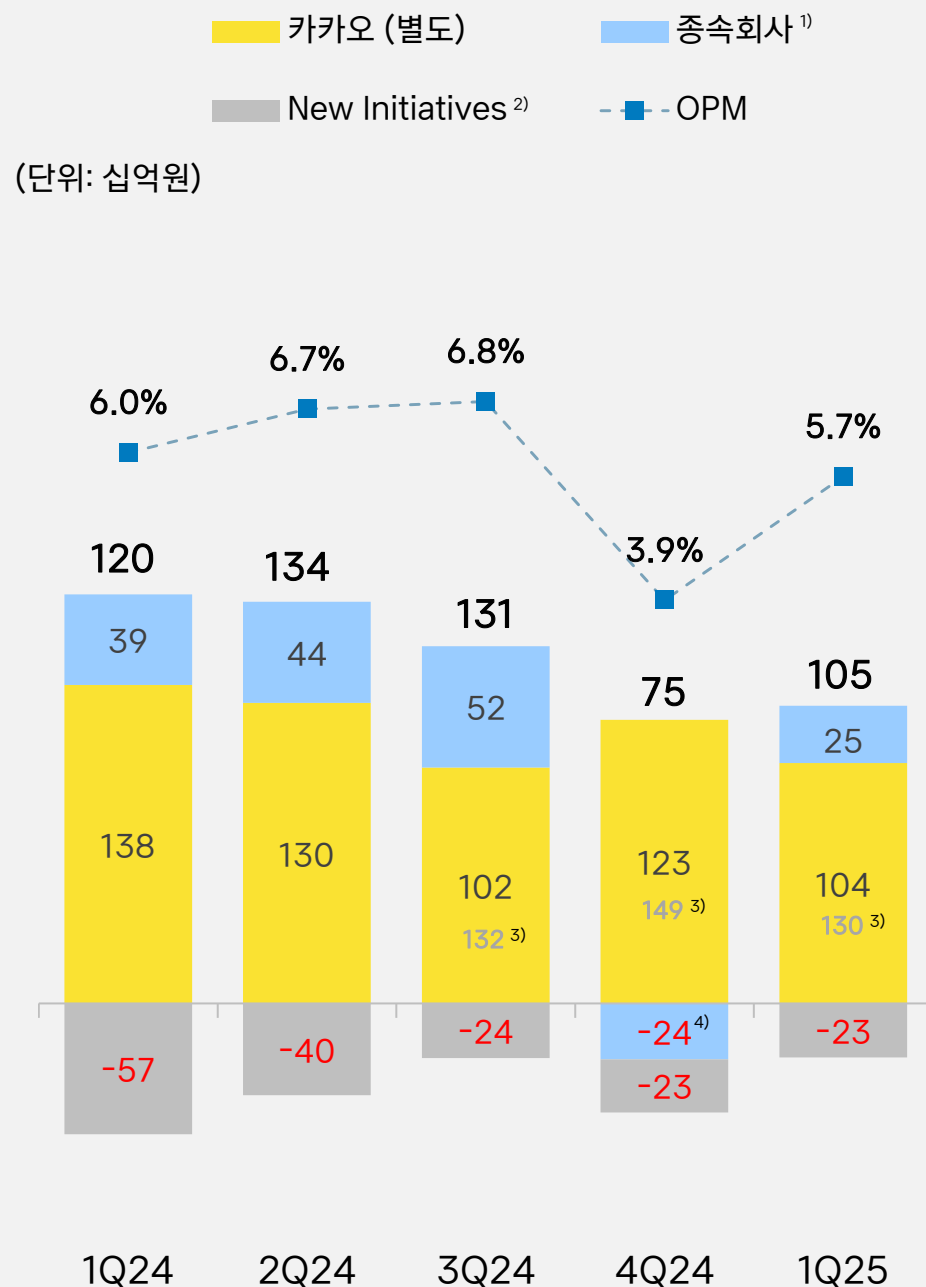
1분기 증감 분석

- 인건비 (YoY) 보수적인 채용 기조 유지
(QoQ) 전분기 자회사 일회성 비용 반영에 따른 높은 기저
- 매출연동비 (YoY) 콘텐츠 부문 매출 감소 영향
(QoQ) 전분기 SM 앨범 제작 관련 비용의 계정 재분류에 따른 낮은 기저 (매출연동비 → 외주/인프라비)
- 외주/인프라비 (QoQ) 전분기 SM 계정 재분류 효과로 높은 기저
- 마케팅비 (YoY/QoQ) 전사 효율적인 마케팅 집행 기조 유지하는 가운데, 픽코마 마케팅 비용이 큰 폭으로 절감
- 상각비 (YoY) 자체, 신규 임차 데이터센터 운영 및 AI사업 관련 기계장치 투자 증가
(QoQ) 전분기 카카오페이 일회성 대손상각비(약 315억원) 반영에 따른 높은 기저

영업이익 / 당기순이익

영업이익(률)

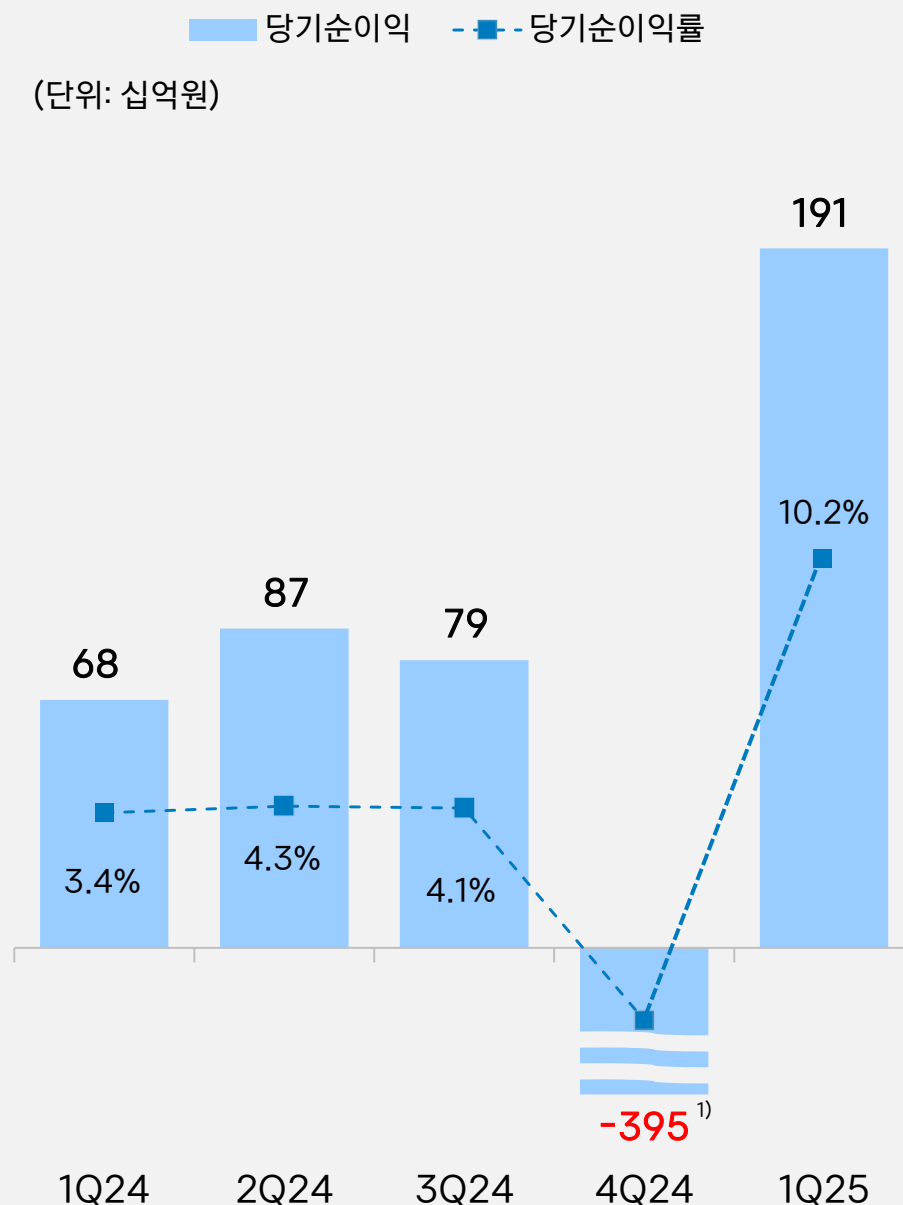
1Q25 -12% YoY, +40% QoQ



- 1) 종속회사: 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문, 내부거래 조정 포함
 2) New Initiatives: 카카오엔터프라이즈, 카카오헬스케어
 3) 카카오브레인 손실 제외 시 카카오 별도 영업이익
 4) 4분기 감사 과정 중, 자회사 인건비 추가 인식한 효과로 적자 전환

당기순이익(률)

1Q25 +182% YoY, 흑자 전환 QoQ
 디어유 지분법 주식 처분이익 (537억원) 반영

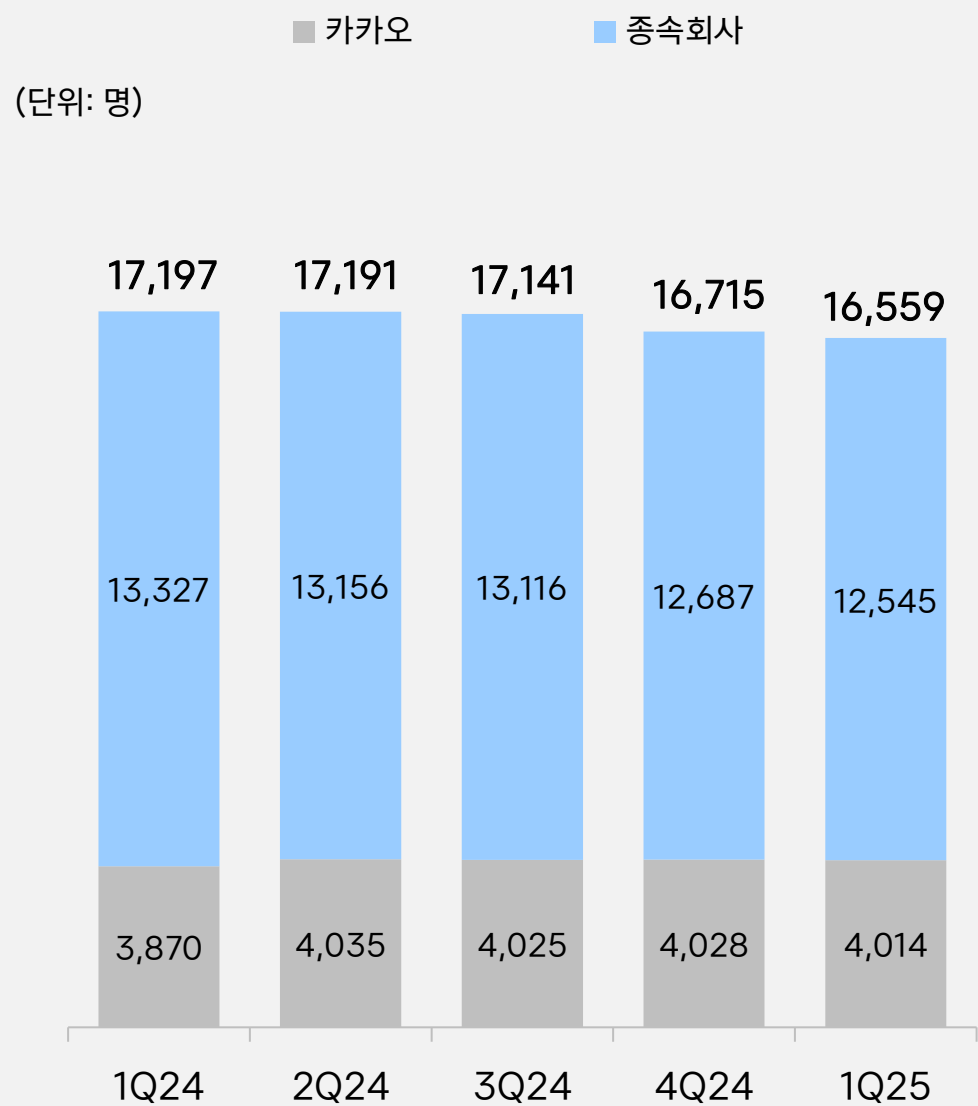


- 1) 4Q24: 영업권 손상차손 3,177억원과 지분법 주식 손상차손 981억원 인식

인원 / CapEx

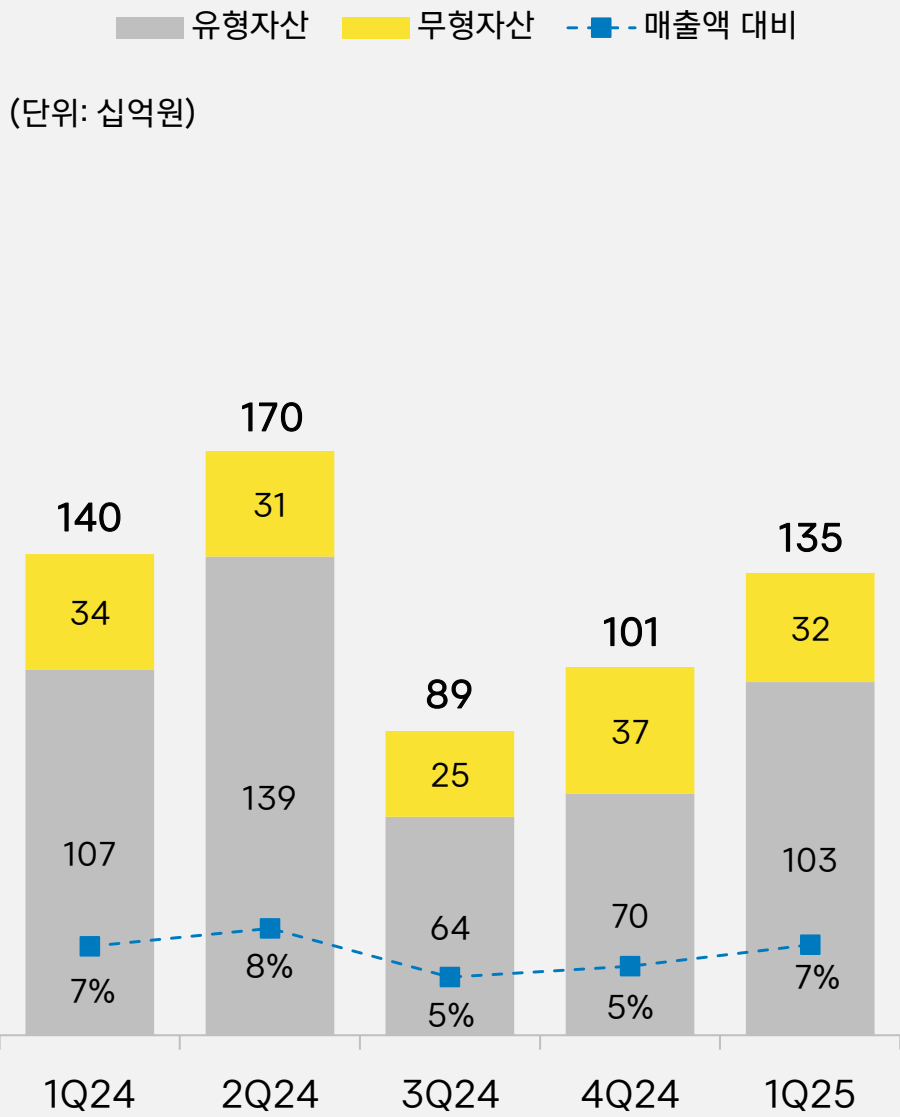
인원 현황

1Q25 -638명 YoY, -156명 QoQ
일부 자회사 매각 및 보수적인 채용 기조로 감소한 영향



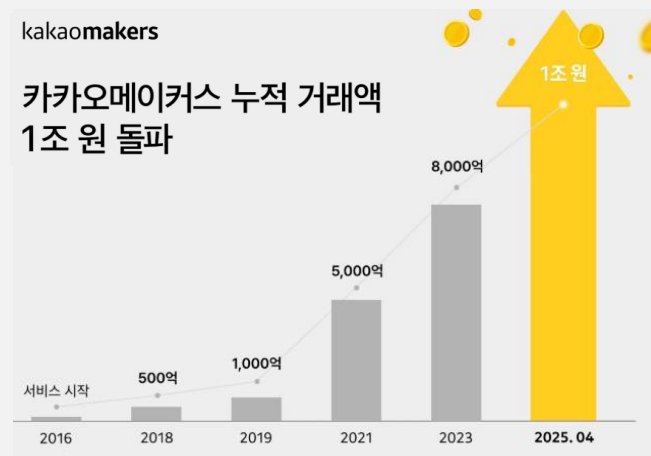
CapEx

1Q25 -55억원 YoY, +274억원 QoQ
AI 신규서비스 관련 유형자산 투자로 전분기 대비 증가



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

ESG 활동성과



글로벌 ESG 평가 'CDP • S&P Global' 최고 등급 선정

- 국제 비영리단체 탄소정보공개프로젝트(CDP) '2024 기후변화' 평가에서 2년 연속 최상위 등급인 '리더십 A' 획득
- 글로벌 신용평가사 S&P Global '기업 지속가능성 평가(CSA)'에서 3년 연속 'Top 1%' 선정

카카오메이커스 누적 거래액 1조 원 달성

- 8,200여 곳 이상의 제조업 및 창작자에게 판로 제공하여 3,650만여 개 제품 판매 및 300만명 이상 공동주문 참여
- 농가의 판로를 열어주는 '제가버치', 자원을 재활용하는 '새가버치' 등 환경과 사회 전반에 긍정적인 변화를 일으키는 임팩트 커머스로 역할

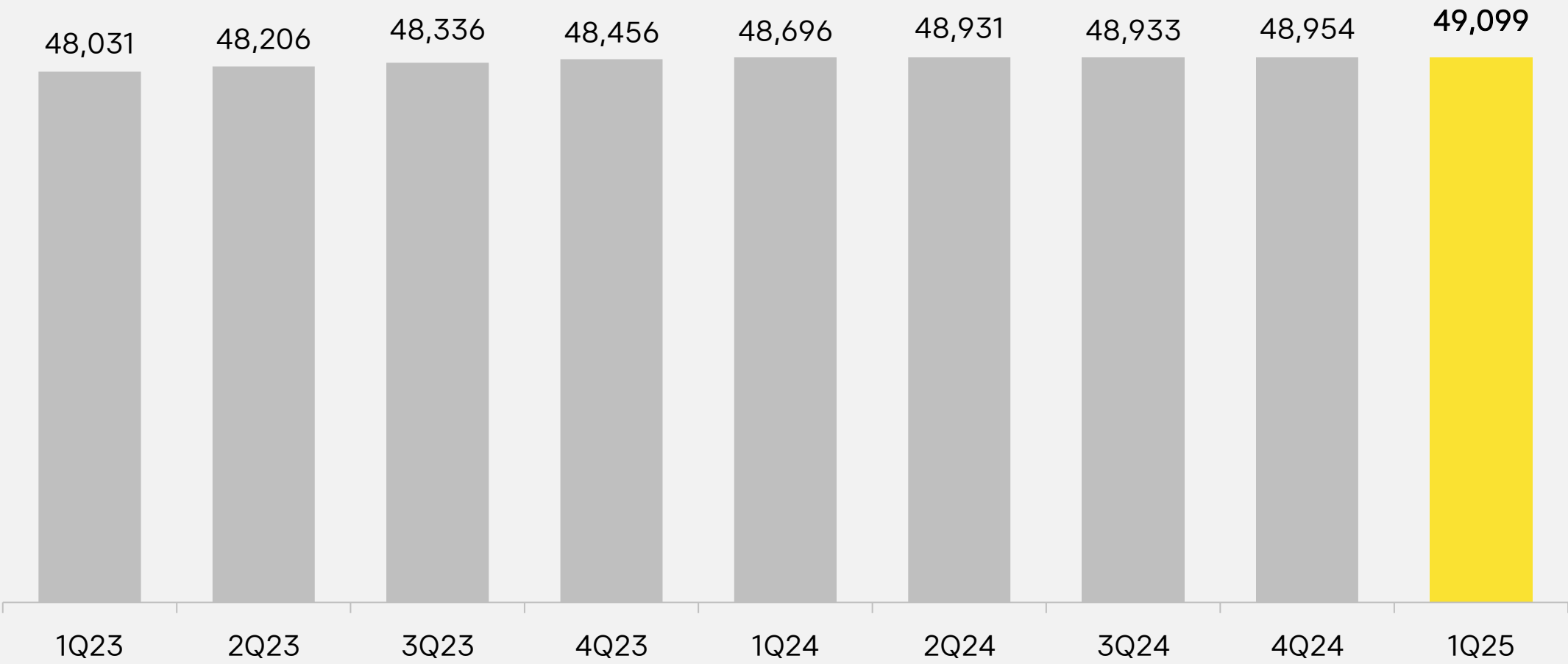
'카카오같이가치' 산불 피해 복구 지원 모금액 100억 이상 조성

- 경남과 경북, 울산 등지에서 발생한 대형 산불피해 긴급 모금 캠페인을 운영하여 이용자 187만명 동참 및 100억 이상 모금액 조성
- 카카오도 이용자 응원 댓글 1건당 1,000원을 기부하여 총 10억 원 기부 예정이며, 산불피해 이재민을 위한 식료품 및 생필품 등에 사용 예정

카카오톡 MAU

4천9백만 명 규모의 견조한 국내 월간 활성 이용자(MAU) 유지

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

