

kakao

Kakao Investor Relations
4Q 2023



유의사항

본 자료의 2023년 4분기 재무정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 실적에 대한 추정치이며, 별도 재무제표를 제외한 모든 재무정보와 영업성과는 종속회사를 포함한 연결 기준으로 작성되었습니다.

외부감사인의 회계 감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 내용 중 일부는 회계 감사 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.

목차

Company Overview	4
------------------	---

카카오 사업	9
--------	---

플랫폼 사업

카카오톡	10
------	----

카카오모빌리티	17
---------	----

뉴이니셔티브	18
--------	----

카카오페이	19
-------	----

카카오뱅크	20
-------	----

콘텐츠 사업

카카오게임즈	22
--------	----

카카오픽코마 / 엔터테인먼트 - 스토리	23
-----------------------	----

카카오엔터테인먼트 - 뮤직	24
----------------	----

카카오엔터테인먼트 - 미디어	25
-----------------	----

재무성과	26
------	----

ESG	47
-----	----

Company Overview

플랫폼 사업

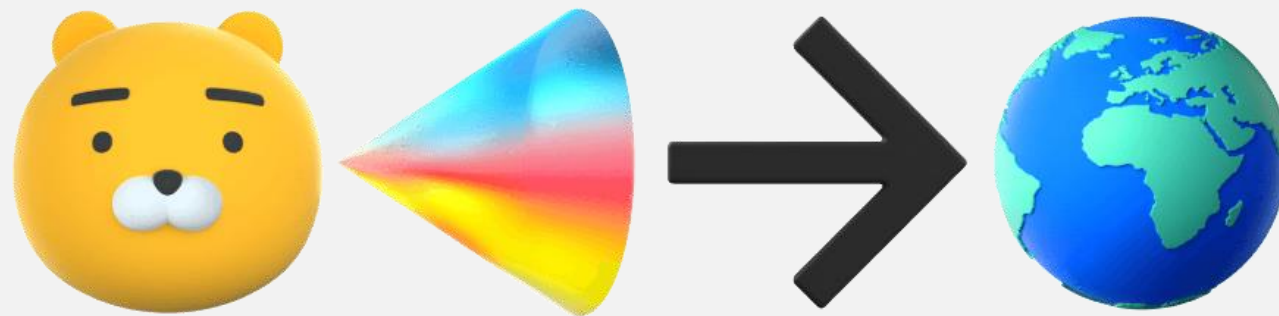
콘텐츠 사업

재무성과

ESG활동

기술과 사람이 만드는 더 나은 세상

Making a better world with people and technology



혁신적 서비스 런칭과 법인 출범



사업구조 변화 및 자회사 상장



● 카카오 지분율¹⁾ (%) / 투자유치 당시 기업가치²⁾ (조원)

kakao

플랫폼

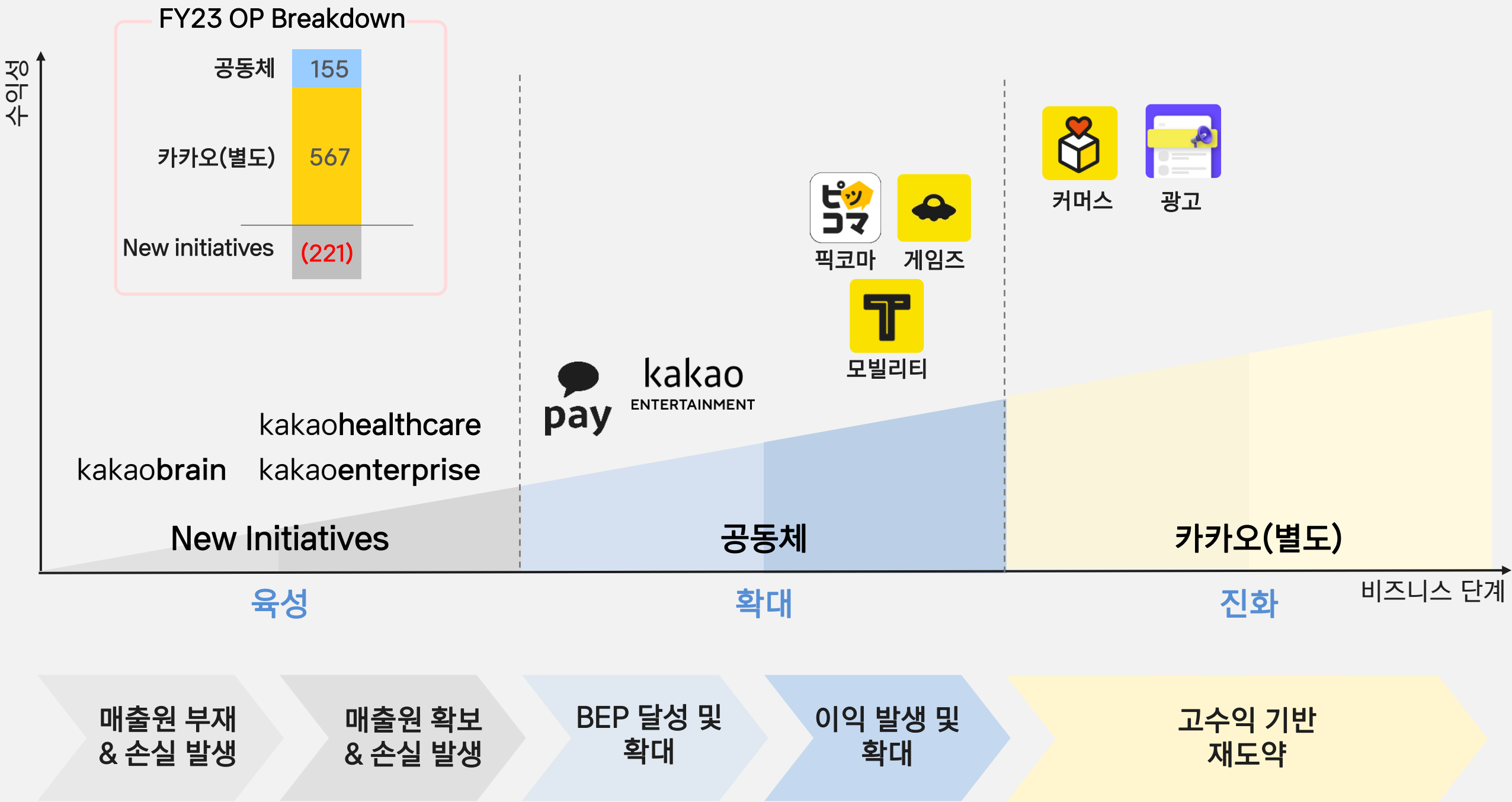
카카오톡	뉴이니셔티브	모빌리티·테크핀
		
광고 (카카오톡 + 포털)	카카오엔터프라이즈 85.1% / 2.6	카카오모빌리티 57.3% / 5.0+
커머스 (선물하기, 톡스토어, 메이커스)	카카오브레인 100%	카카오페이 46.5% / 6.6
	카카오헬스케어 100%	카카오뱅크 ³⁾ 27.2% / 13.6

콘텐츠

게임	스토리, 뮤직, 미디어
	
카카오게임즈 40.9% / 2.1	카카오엔터테인먼트 66.0% / 11.3
	카카오픽코마 91.1% / 8.8
	SM엔터테인먼트 39.9% / 2.2

1) 지분율 및 상장사 기업가치는 2023.12.31 기준
2) 비상장사 기업가치는 최근 투자유치 기준
3) 카카오뱅크는 지분법 대상 법인

코어 비즈니스 강화와 신사업 육성을 통해 중장기 마진 확대



Company Overview

플랫폼 사업

콘텐츠 사업

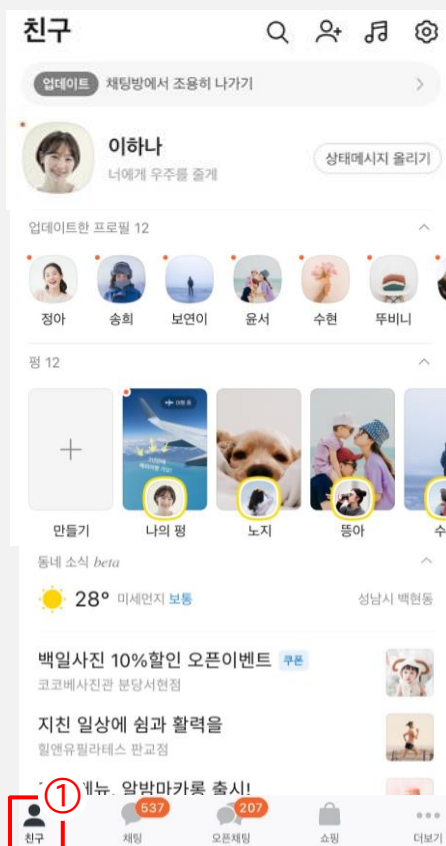
재무성과

ESG활동

전 국민이 매일 사용하는 카카오톡

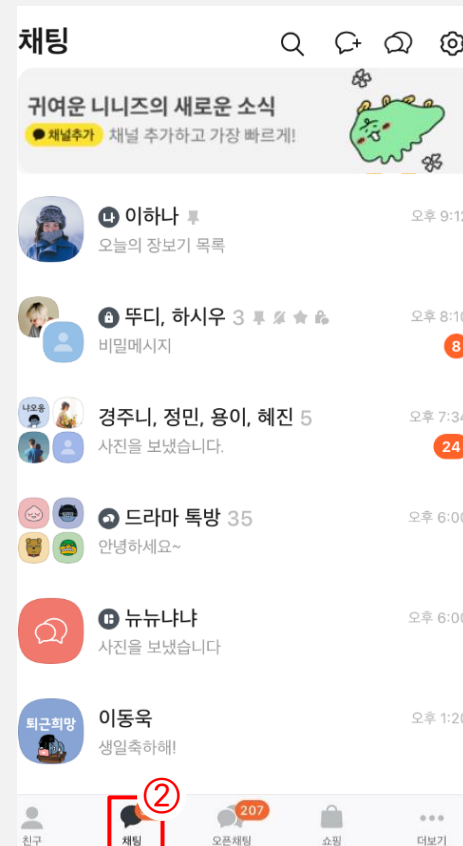
① 친구탭

업데이트한 프로필, 평,
생일인 친구, 동네소식



② 채팅탭

1대1, 특채널,
팀채팅



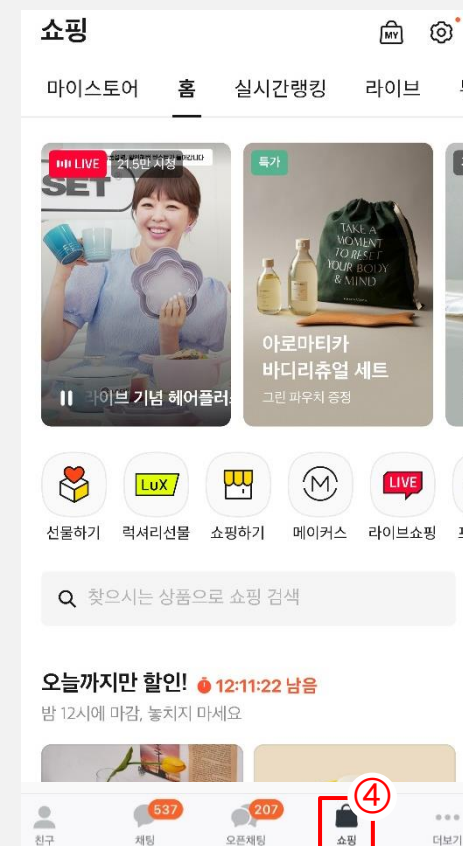
③ 오픈채팅탭

관심사 기반
커뮤니티 서비스



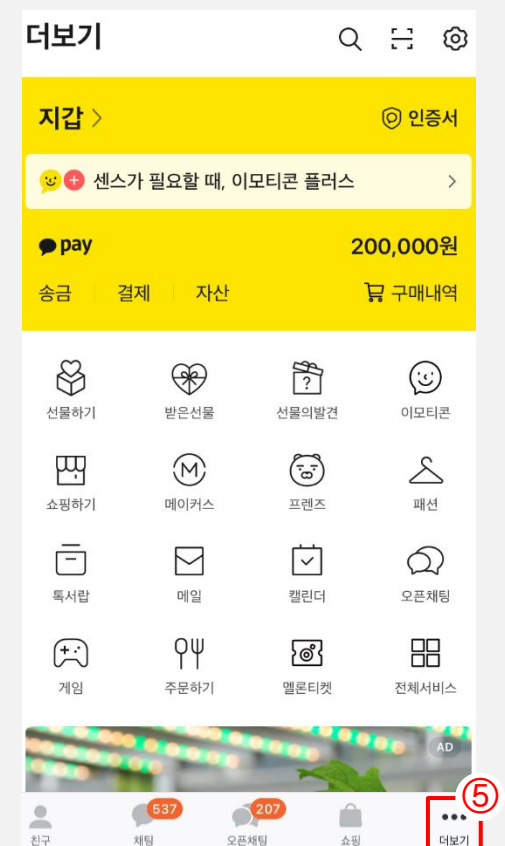
④ 쇼핑탭

선물하기, 쇼핑하기,
메이커스, 쇼핑라이브



⑤ 더보기탭

지갑, QR, 카카오페이,
캘린더, 독서클럽



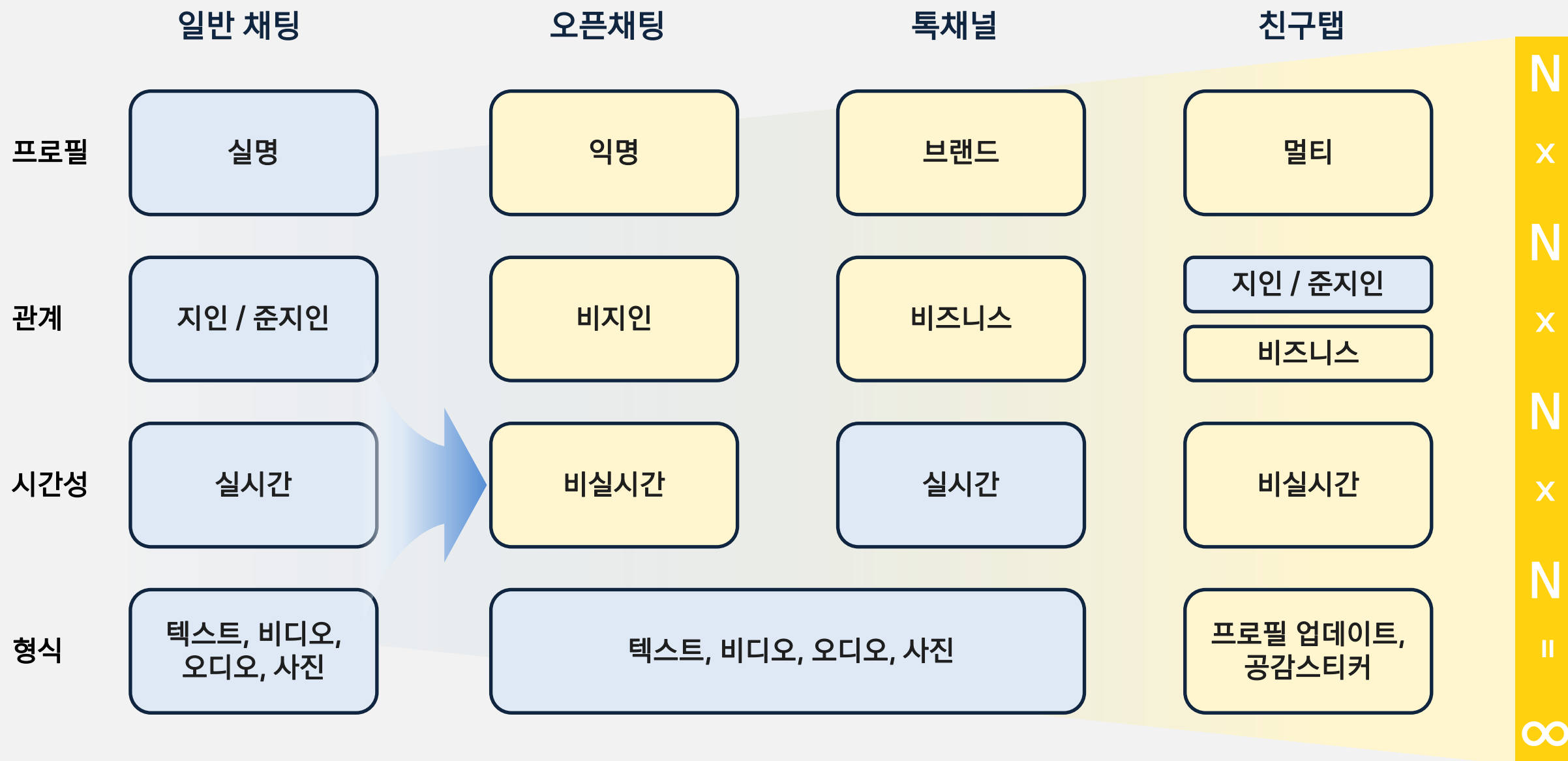
카카오톡 MAU

단위: 천명	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23
국내	47,035	47,431	47,503	47,637	47,779	48,031	48,206	48,336	48,456
글로벌	53,451	53,366	53,302	53,561	53,483	53,390	53,453	53,556	53,571

평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

전국민의 메신저에서 종합 커뮤니케이션 서비스로 진화

프로필 x 관계 x 시간성 x 형식 확장으로 무한한 트래픽 성장 도모

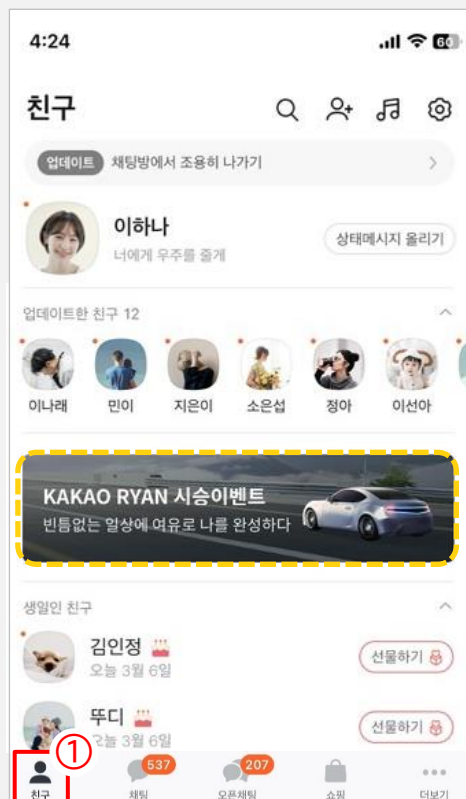


비즈니스를 알리고, 고객을 모으고, 예약/구매까지 연결되는 비즈니스 선순환 구조

디스플레이 광고

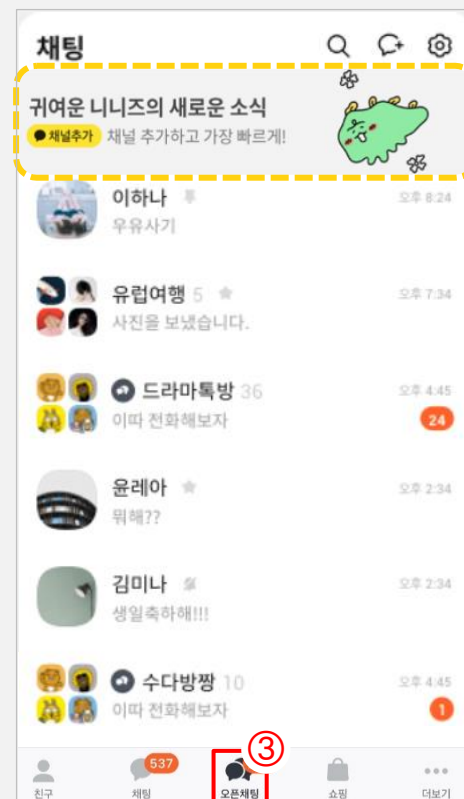
비즈보드 CPT

3천7백만 DAU 대상
일정시간 동안 광범위한 도달



성과형 비즈보드

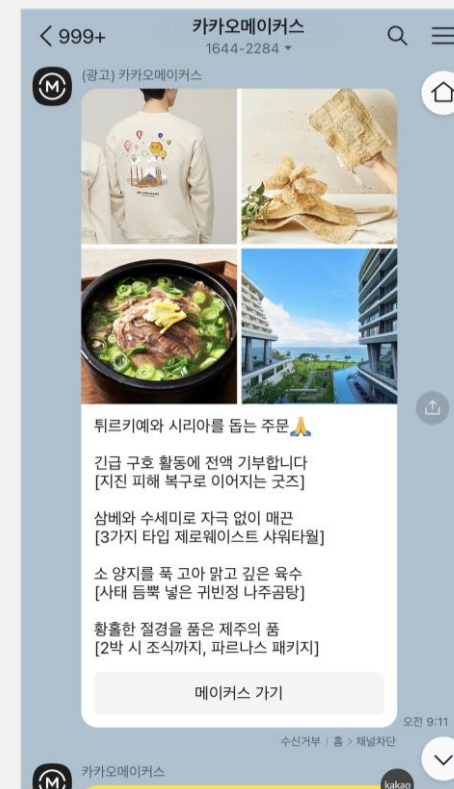
4천4백만 DAU 대상
우수한 퍼포먼스 마케팅



비즈니스 메시지

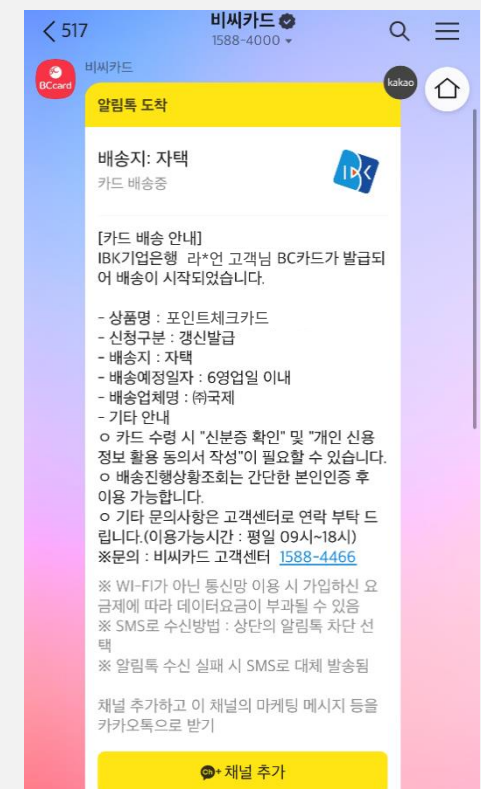
특채널

특채널 친구를 대상으로
한 우수한 도달률&전환율



알림톡

구매, 예약, 주문 등
비즈니스 목적 달성



CPT 매출 성장

친구탭 트래픽&상품성
개선으로 광고주 수요증가

인벤토리 확대

친구탭, 오픈채팅탭
기여도 증가

+17% YoY

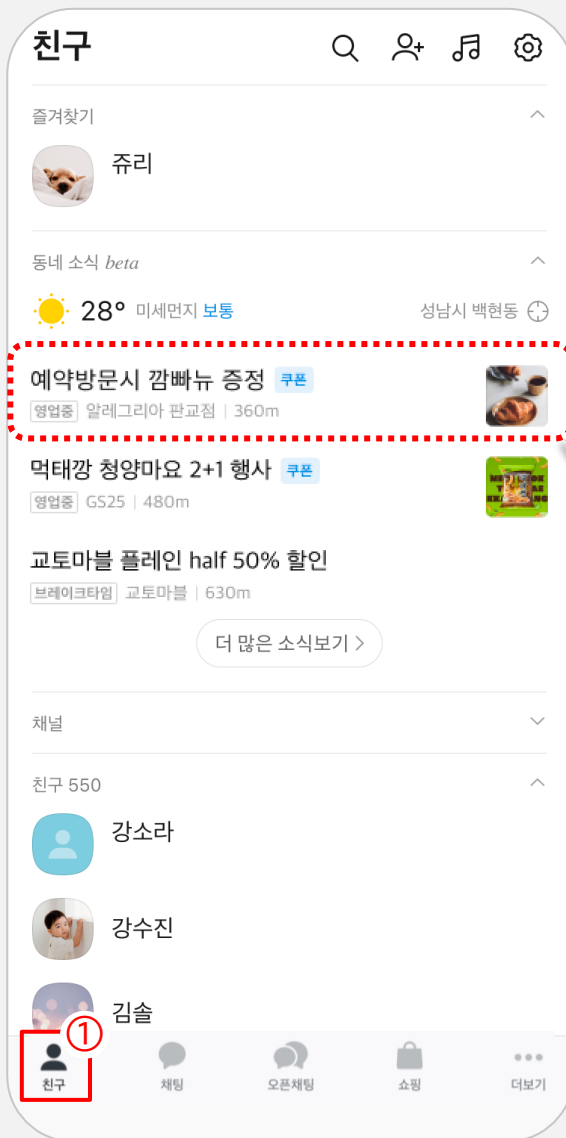
4Q 비즈니스 메시지 매출
(특채널+알림톡)

222만 개

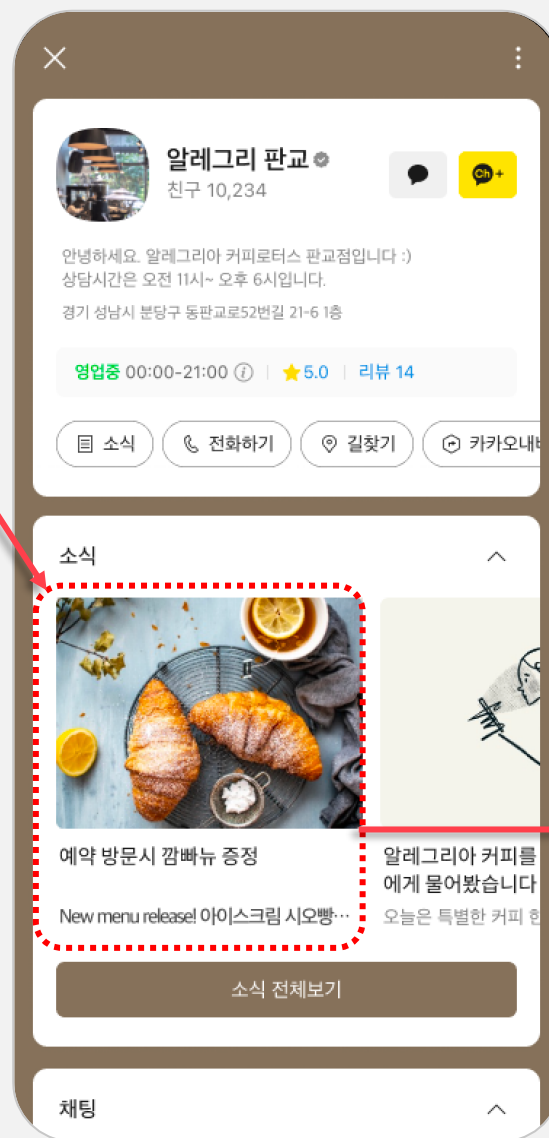
4Q 전체 특채널

롯데일 파트너가 카카오톡 메가 트래픽을 만나볼 수 있는 발견 지면 확대

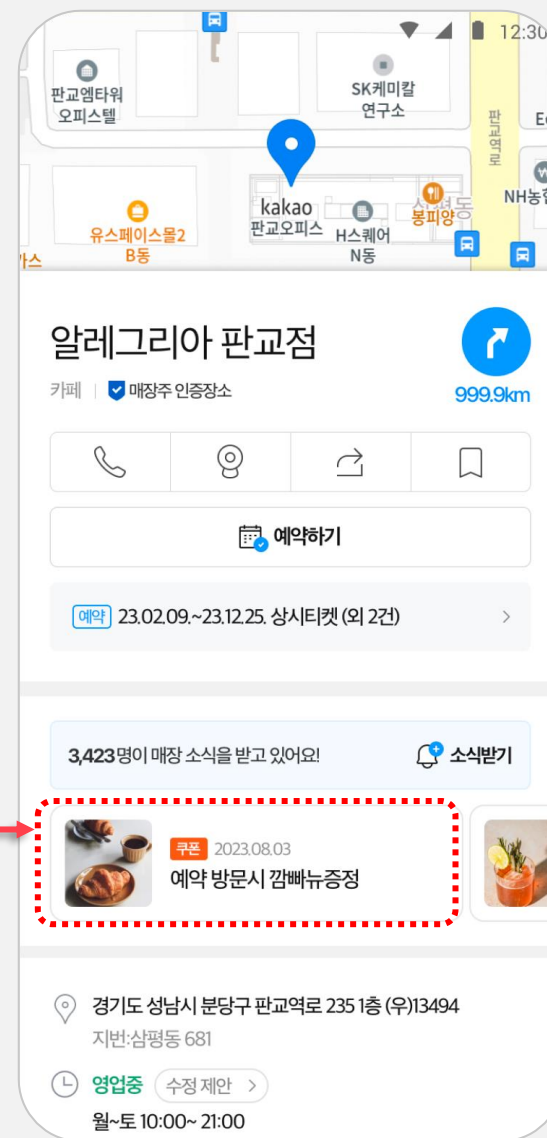
동네소식



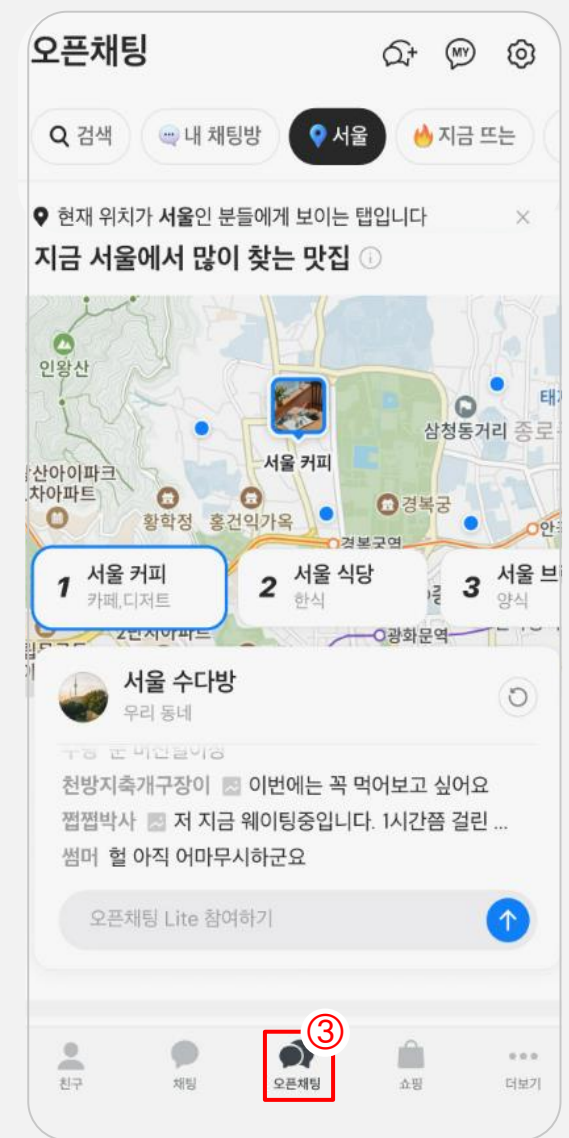
톡채널



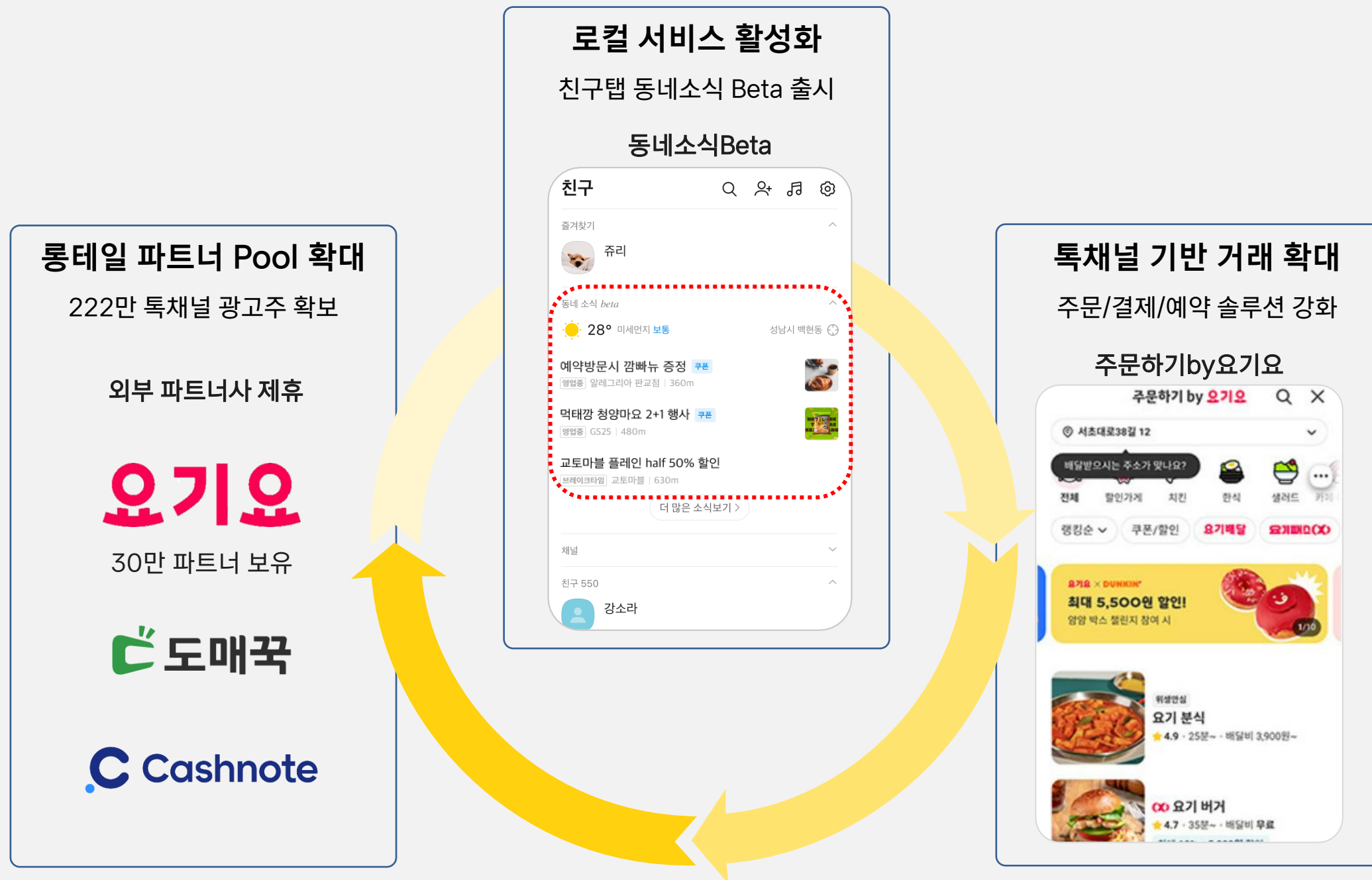
카카오맵



오픈채팅 로컬탭



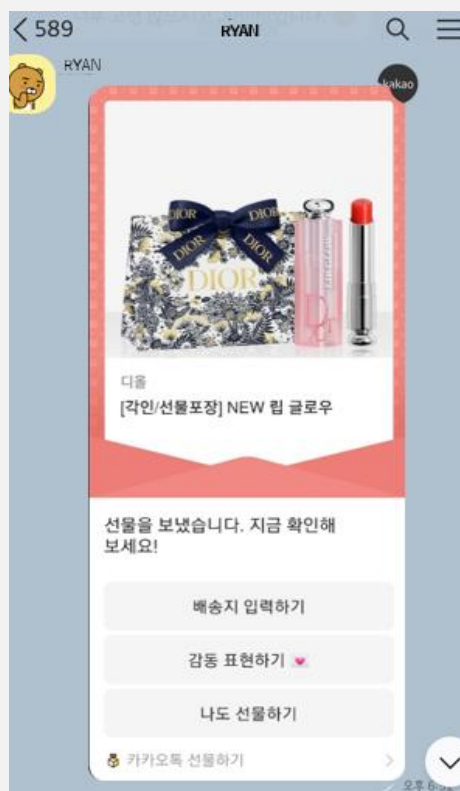
특 내 로컬 서비스 지면 확장 기반 연내 로컬 특화 광고 상품 출시



선물하기 프리미엄 상품군 확대와 커머스 솔루션간 시너지 강화

선물하기

카카오톡을 통해
손쉬운 선물하기



톡스토어

쇼핑하기
'톡딜'



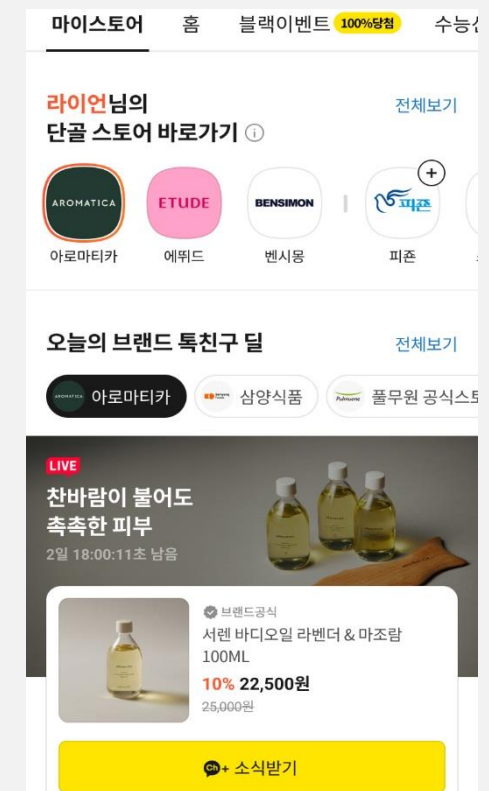
카카오쇼핑라이브

라이브 커머스
플랫폼



마이스토어

개인화된
쇼핑 큐레이션



9.6조 원

FY23 통합 거래액
선물하기/톡스토어/메이커스/지그재그/그립

+14% YoY

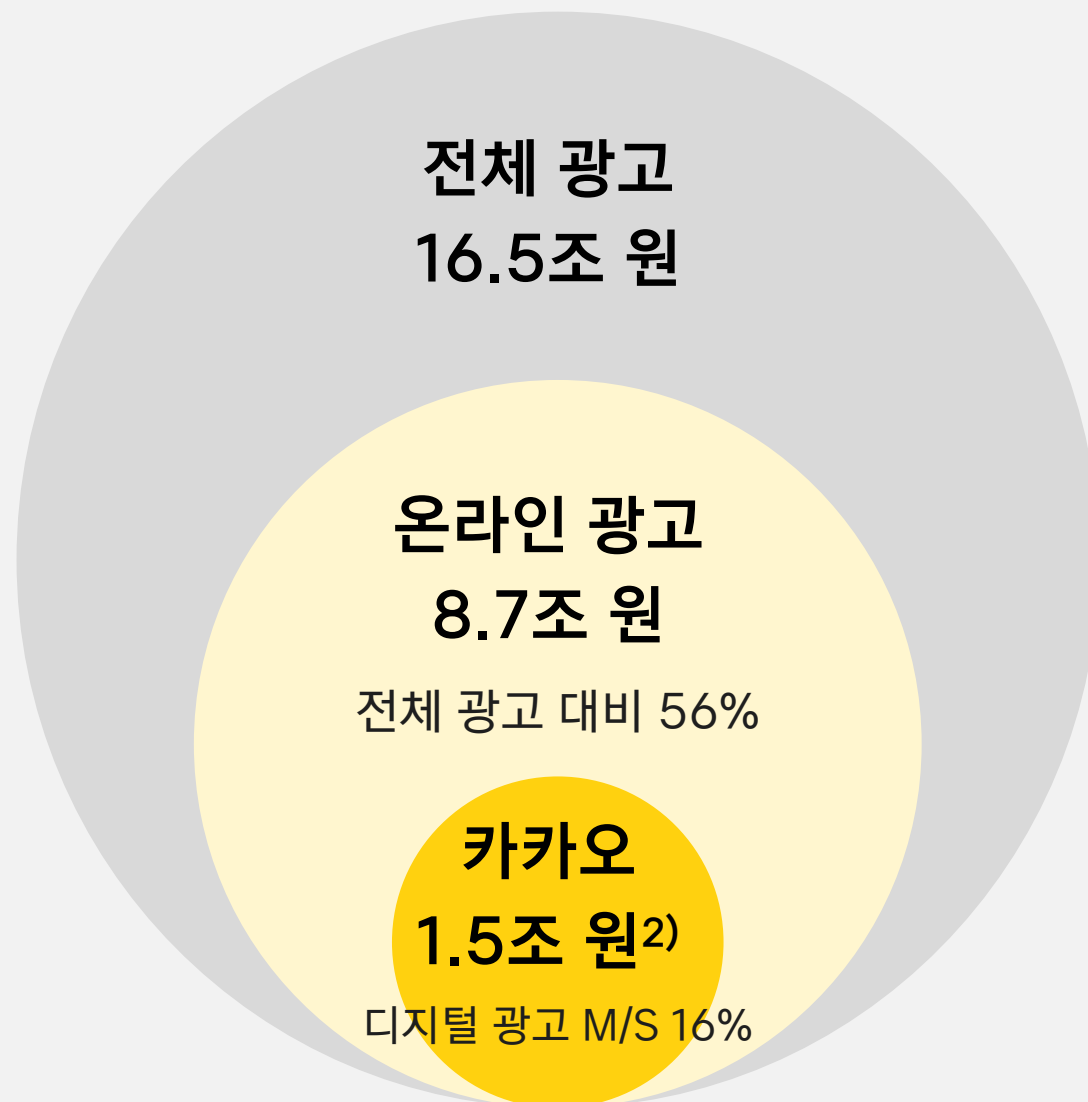
4Q 커머스 럭셔리 브랜드 거래액

자기구매 맥락 확대

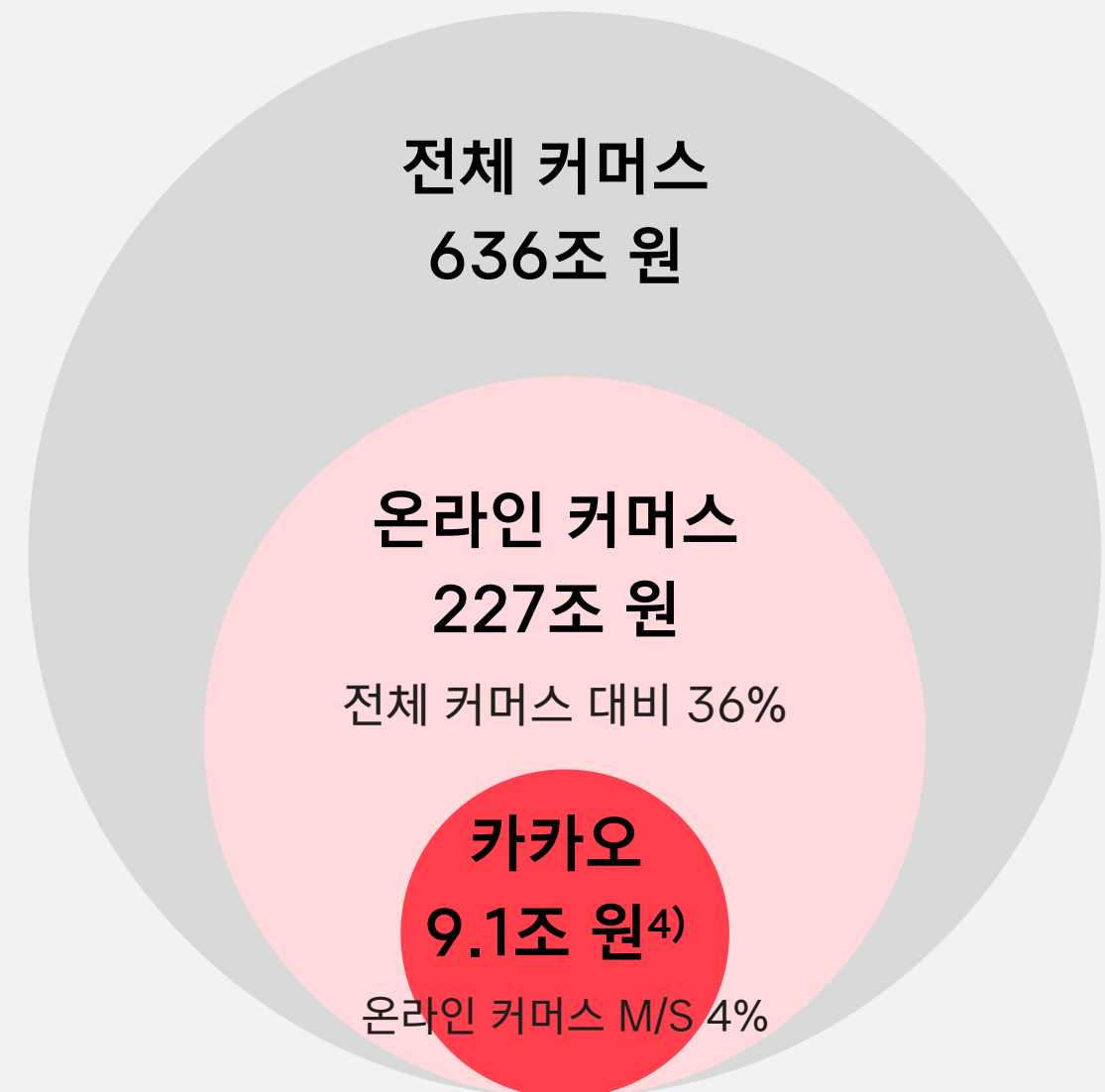
톡채널, 톡스토어, 쇼핑라이브 등
솔루션 간 시너지 강화

전국민의 메신저에서 종합 커뮤니케이션 서비스로 진화를 통한 시장 점유율 확대

국내 광고 산업 현황(FY23 기준) ¹⁾



국내 커머스 산업 현황(FY23 기준) ³⁾



1) Kobaco, 2023 방송통신광고비 조사보고서 (2024년 1월), 2023년 수치는 추정치

2) 카카오 광고는 톡비즈 광고 부문과 포털비즈 매출 합계

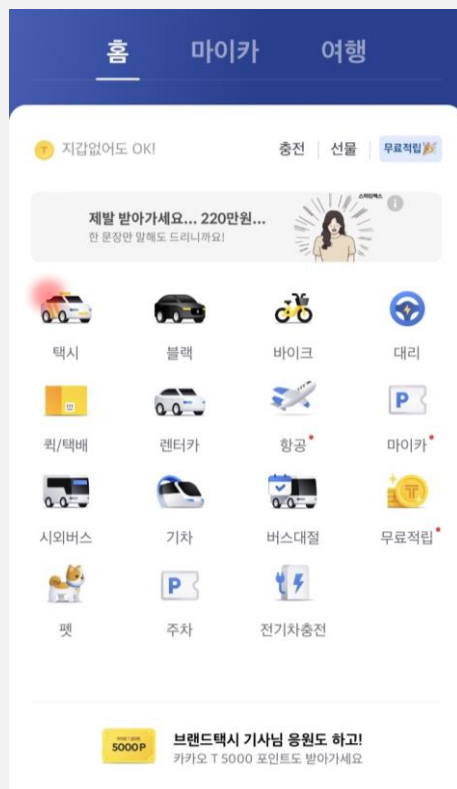
3) 통계청 「온라인쇼핑동향조사」 참고

4) 카카오 커머스 선물하기, 톡스토어, 메이커스, 지그재그, 그림 연간 거래액 합계

이동 수요 기반의 모빌리티 서비스를 넘어 차량관리, 물류, 미래 기술로 확장

카카오 T

다양한 이동 수요를
만족시키는 서비스



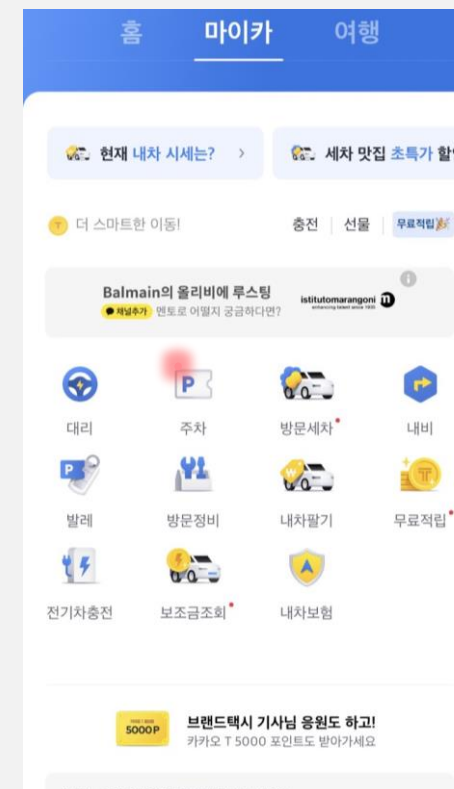
택시

브랜드 택시 기반
연결 품질 및 서비스 제고



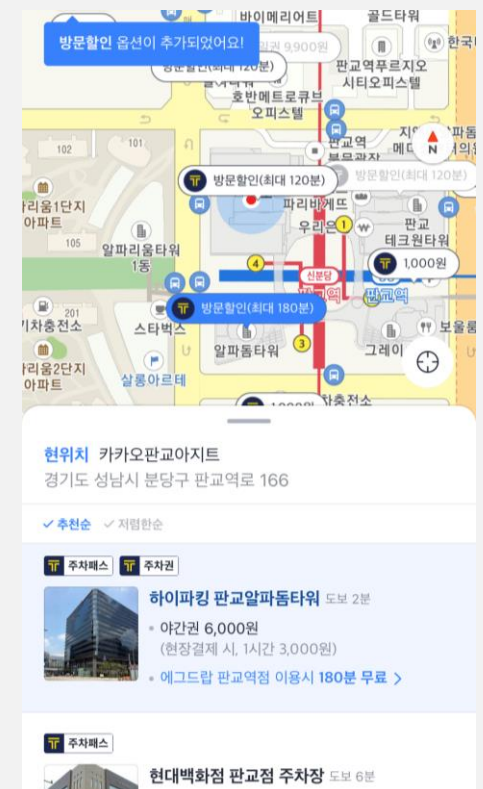
마이카

전기차 충전, 세차,
내차팔기, 차량관리



주차

전국 2,500여개
주차장과 제휴



3,800만 명

누적 가입자

5만여 대

블루&벤티 등 브랜드 택시

카오너 플랫폼

차량관리까지
신규 사업 확장

150만 명

주차 자동결제
주차패스 가입자

AI, 클라우드, 헬스케어 영역에서 선도 기술 확보와 신성장 동력 확보

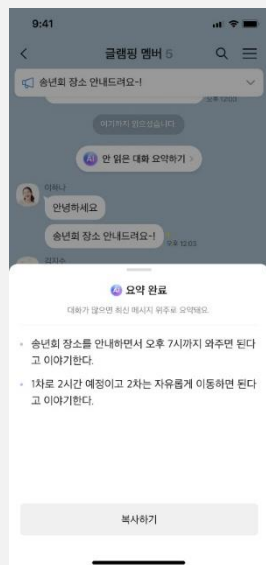
kakaoAI

카카오가 보유한 가장 넓은 B2C 접점 기반
전국민 생활 속 AI 서비스 확산

지난 12월 출시 한달 만에 150만명의 이용자가
카카오톡의 AI 도구를 활용

카카오톡 AI 도구

카카오톡 대화 요약



읽지 않은 메시지
최대 3천 자까지 요약

카카오톡 말투 변경



최대 100 자까지 7개의
다른 말투로 변경

올해 카카오톡의 특징과 강점을 기반으로,
카카오만이 구현할 수 있는 AI B2C 서비스 강화

kakaoenterprise

클라우드 사업 중심 구조 재편 후
내실 있는 성장을 위한 준비 완료

글로벌 탑티어 수준 기술력과 경쟁력 있는 가격
정책으로 프리미엄 시장 타겟 클라우드 서비스 제공

카카오 클라우드 핵심 경쟁력

안정성
Multi-AZ¹⁾

확장성
TGW²⁾

고가용성
Smart NIC

카카오게임즈 포함 다양한 산업에서 레퍼런스를
확보하고, 공동체 인프라비용 효율화 추진

산업별 1위 사업자 레퍼런스 확보



공공기관

kakao
+ kakao**bank** kakao**mobility** kakao**brain**
kakaopay kakao**games** kakao **...**
ENTERTAINMENT

kakaohealthcare

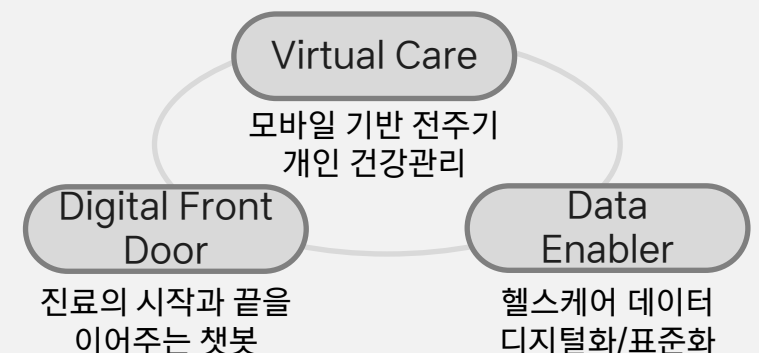
질병에서 시작해 만성질환 관리까지
확장하며, 사회경제적 비용 해결에 기여

AI 기반 모바일 혈당관리 솔루션 '파스타' 2월 출시

파스타 출시



데이터기반 디지털 헬스케어 생태계 구축

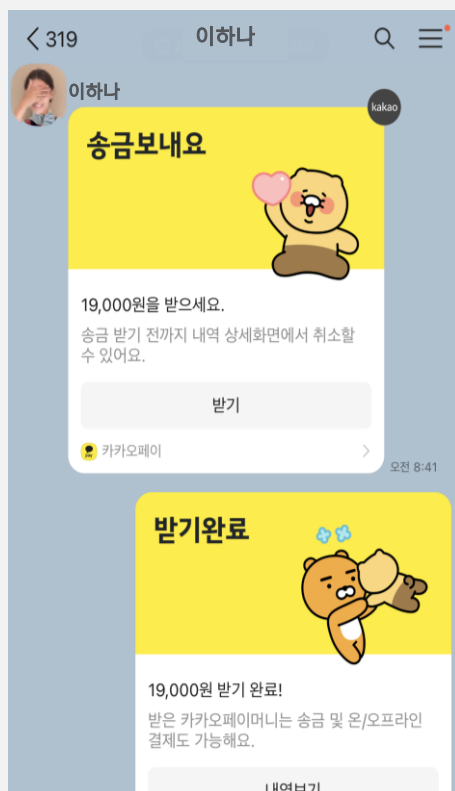


1) Multi-AZ: 하나 이상의 데이터센터에 워크로드 배치하여 사고를 대비
2) TGW(Transit Gateway)

누구나 손쉽게 금융 할 수 있는 생활 금융 플랫폼으로 발전

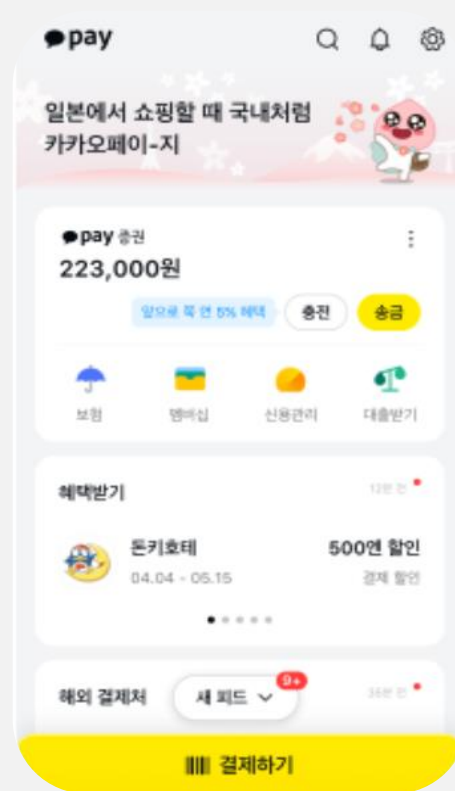
송금

톡 하듯이 쉽고 빠른 송금



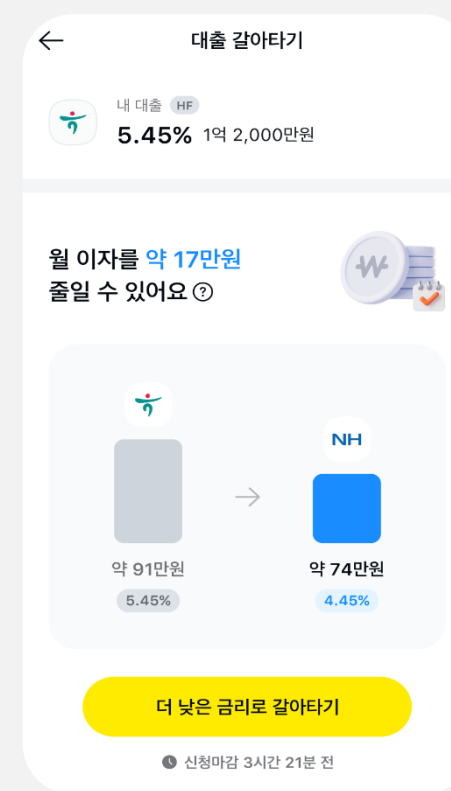
온/오프라인 결제

핵심 사용처 및 해외 확장



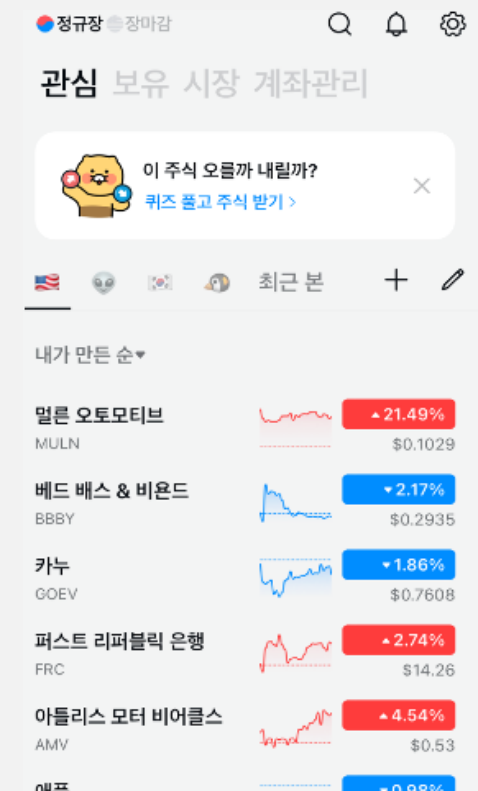
대출 중개

상품 라인업 다각화



투자

카카오페이증권 MTS



2,410만 명

4Q 월간활성 이용자

140.9조 원

FY23 TPV

29%

결제/금융
Revenue TPV 비중

+18% YoY

FY23 매출

사용자 중심의 혁신적인 기술을 가진 No.1 인터넷 은행

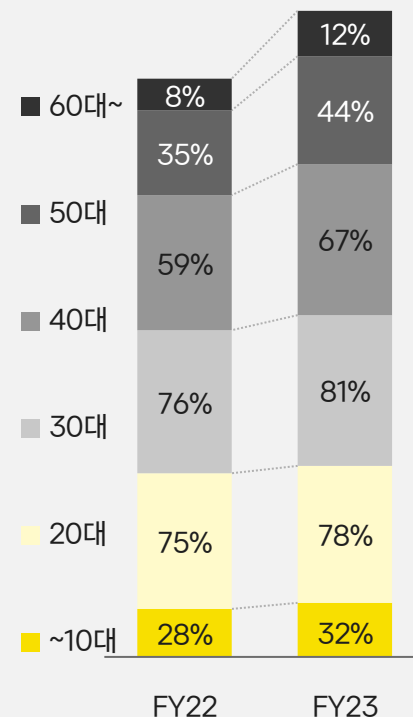
매출구성(4Q23)

수익원 다각화



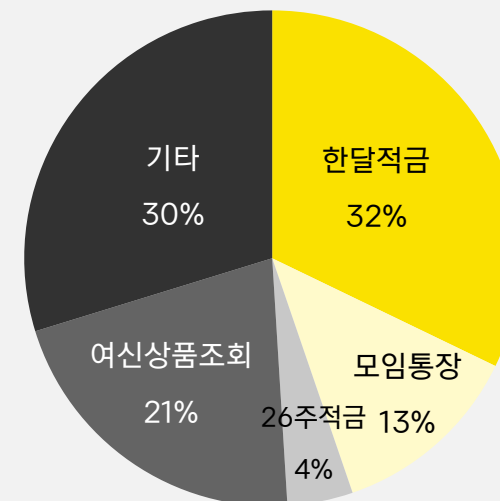
고객기반

40대 이상 침투율 지속 확대



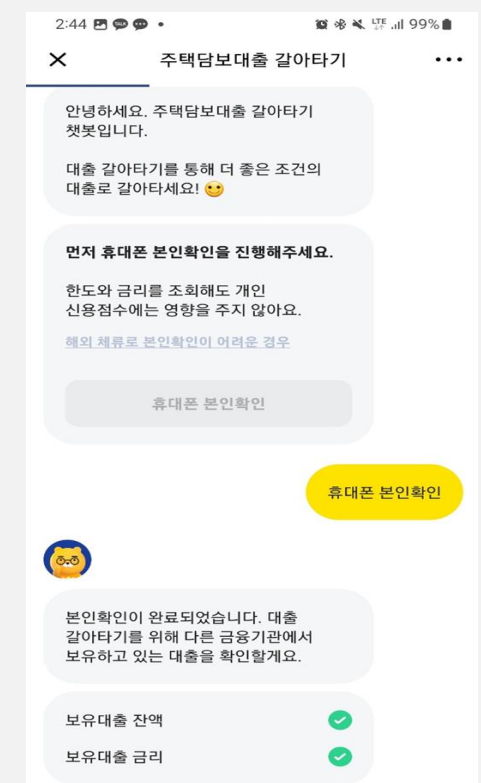
신규 수신상품

'한달적금' 런칭 직후 신규 고객수 +66%



대출 인프라 확장

'주택담보대출 갈아타기' 오픈 ('24.01)



6,637억 원

4Q 영업수익

2,284만 명

전체 고객 수

47.1조 원

수신잔액 YoY +42%

38.7조 원

여신잔액 YoY +39%

Company Overview

플랫폼 사업

콘텐츠 사업

재무성과

ESG활동

개발에서 퍼블리싱 플랫폼까지 모든 밸류체인 보유한 글로벌 종합 게임사

다양한 장르의 신작 라인업

플랫폼	타이틀	장르	출시 지역	출시 일정
모바일	에버소울	수집형 RPG	일본	1H24
	Project V	로그라이크 캐주얼	글로벌	1H24
	가디스오더	액션 RPG	글로벌	2H24
모바일 +PC	R.O.M	MMORPG	글로벌	1H24
	아키에이지 워	MMORPG	대만, 일본 외	1H24
	오딘: 발할라 라이징	MMORPG	북미유럽	2H24
	Project C	서브컬처 육성 시뮬레이션	국내, 일본	2H24
PC	블랙아웃 프로토콜	트윈스틱 슈터	글로벌	2H24
	로스트 아이돌론스: 위선의 마녀	SRPG	글로벌	2H24
	패스 오브 엑자일2	핵앤슬래시	국내	2H24
PC/콘솔	아키에이지2	MMORPG	글로벌	25년 이후
	검술명가 막내아들 IP	액션 RPG	글로벌	25년 이후
	Project S	루트 슈터	글로벌	25년 이후

글로벌 주요 신작



- 대규모 경쟁 중심의 정통 하드코어 MMORPG
- Red Lab (MMORPG 전문 개발사)
- 2024년 2월 27일 글로벌 출시
- 글로벌 동시 런칭 기반, 국가간 경쟁 구도 형성
- 대규모 PVP 전투의 몰입도를 높이는 쿼터뷰 시점

게임 밸류체인 확보

XL 게임즈, 라이온하트

FY24 신작 8+

모바일, PC를 넘어 콘솔까지 확장

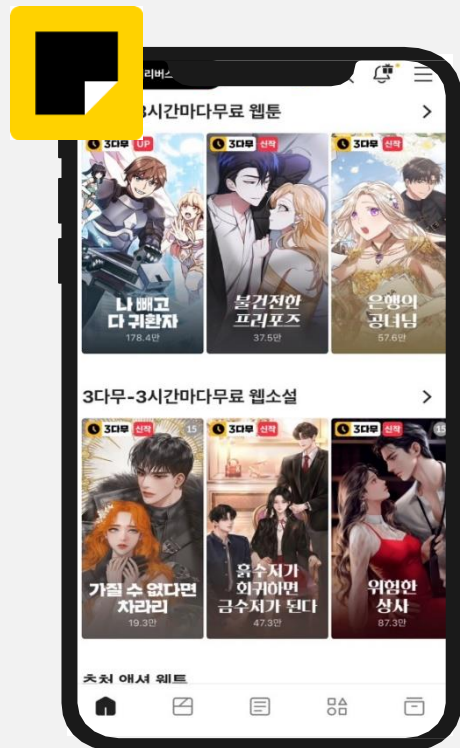
글로벌 사업 확대

모든 게임을 글로벌 출시 목표로 진행

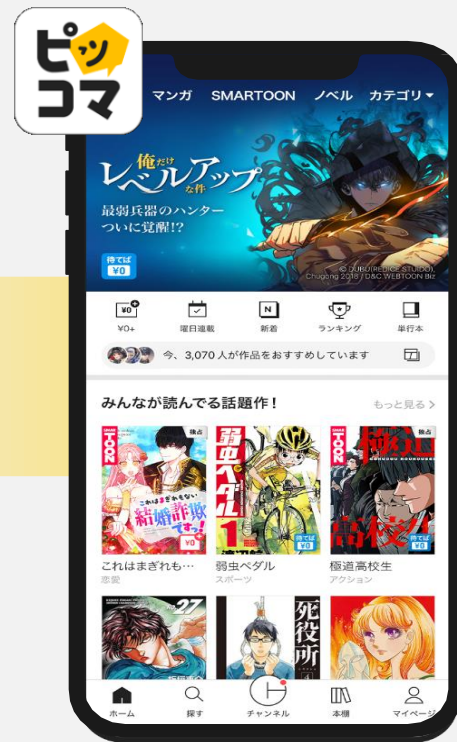
국내·일본에서의 독보적 사업 지위 기반, 북미 중심의 글로벌 확장 가속화



카카오페이지
국내 플랫폼 매출 1위²⁾



No.1 디지털 코믹 앱



연간 GMV
1,000억엔 초과 달성

일본 App Store & Google Play
소비자 지출 TOP 10

2023년 1월~12월 기준 (게임앱 포함)

순위	앱 / 운영회사	전년비
1	piccoma Kakao Piccoma Corp	▲2
2	Monster Strike XPLAID	
3	Fate/Grand Order Aniplex	
4	Uma Musume Pretty Derby Cygames	
5	Professional Baseball Spirits A KONAMI	
6	Puzzle & Dragons GungHo Online Entertainment	
7	LINE Manga LINE	
8	Dragon Quest Walk SQUARE ENIX	
9	Genshin Impact miHoYo	
10	GODDESS OF VICTORY: NIKKE Tencent	

출처 : data.ai



- ① 타파스 앱 1차 UI/UX 개편 완료
- ② IP 라이브러리 강화 지속



1조 3,660억 원

FY23 통합 플랫폼 거래액
픽코마 + 엔터테인먼트

50%+

픽코마
디지털 코믹 앱 M/S

일본 1위

게임 포함 전체 앱
23년 소비자 지출 순위

14,000 +

카카오엔터테인먼트
오리지널 IP

1) data.ai (舊.앱애니) 웹툰·웹소설 플랫폼, 안드로이드, iOS 합계 기준

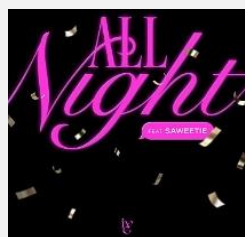
본격적인 글로벌 활동과 신규 아티스트 육성·데뷔 통해 레이블 사업 고성장 지속

글로벌 진출&IP 육성

1Q, <아이브> 영어앨범 발매,
글로벌 투어 시작



국내 앨범, 3연속
밀리언셀러 등극



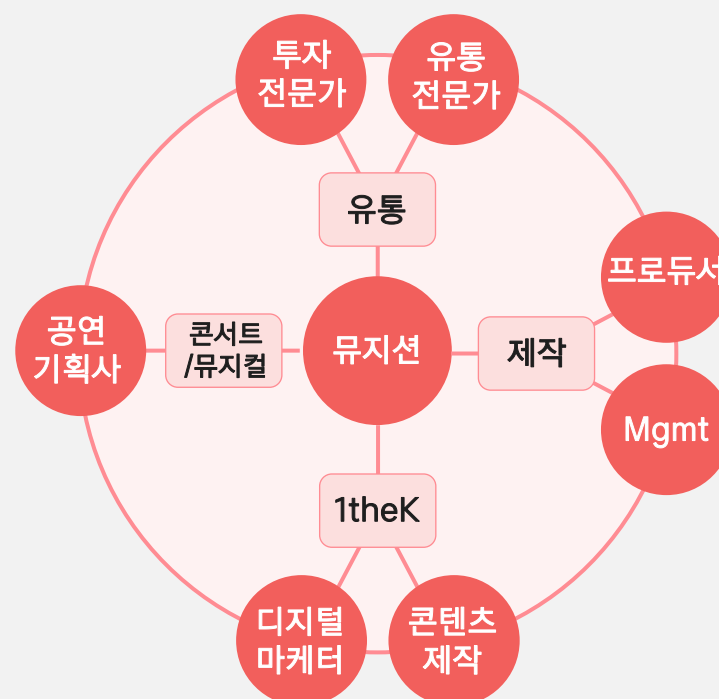
일본·미국, 첫번째
미니앨범 발매



유럽, 북미 포함
글로벌 투어 본격화

음악 통합 밸류체인 구축

투자-유통-제작에 아우르는
모든 BM의 내재화



대한민국 대표 음악 플랫폼

멜론, 국내 최대
음악 콘텐츠 보유



190만 장 +

IVE, 미니앨범 1집 판매고

551만 장

4Q SM엔터 앨범 판매

180+ / 70+

뮤지션 수 / 그룹 수
(유닛 포함)

글로벌 활동
본격화

글로벌 IP 성과 확대로 제작 협상력 강화 및 안정적 편성권 확보

차별화된 영상 콘텐츠 제작 역량

최고 크리에이터, 아티스트 중심
오리지널 영상 콘텐츠 제작

배우 Pool

캐스팅 파워 및
유통 협상력 확보

제작 역량

드라마, 영화, 예능,
인하우스 오리지널
스튜디오

원천 IP

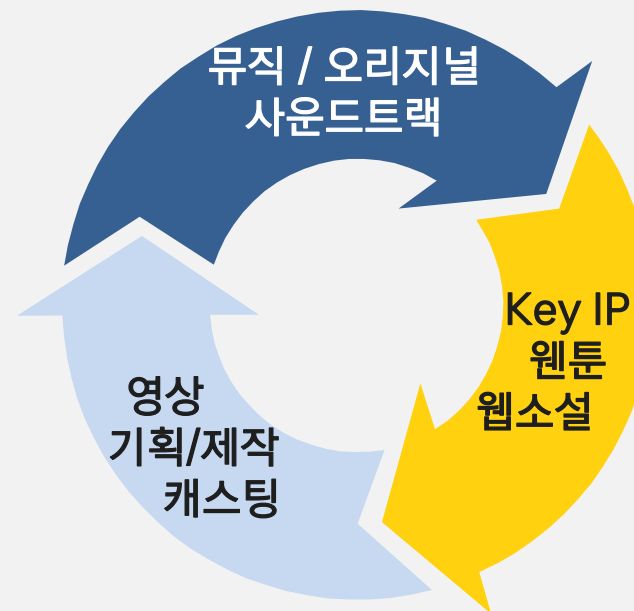
엔터테인먼트,
픽코마

Key Creator

S급 크리에이티브
지속 확보

콘텐츠 Value Chain의 선순환

스토리 원천 IP 기반 스토리-영상-뮤직
선순환 제작 사이클 구축



콘텐츠 포트폴리오 확대

FY23 기획/제작 30편
글로벌 콘텐츠 제작 역량 입증



180+ / 150 +

Top-tier 배우 /
스타 PD·작가·감독

제작 효율 극대화

제작 라인업 확대 지속 및
IP hit-ratio 제고

유통채널 다각화

TV, 넷플릭스,
디즈니+, 아마존프라임

IP 선순환

IP라이프사이클 확대

Company Overview

플랫폼 사업

콘텐츠 사업

재무성과

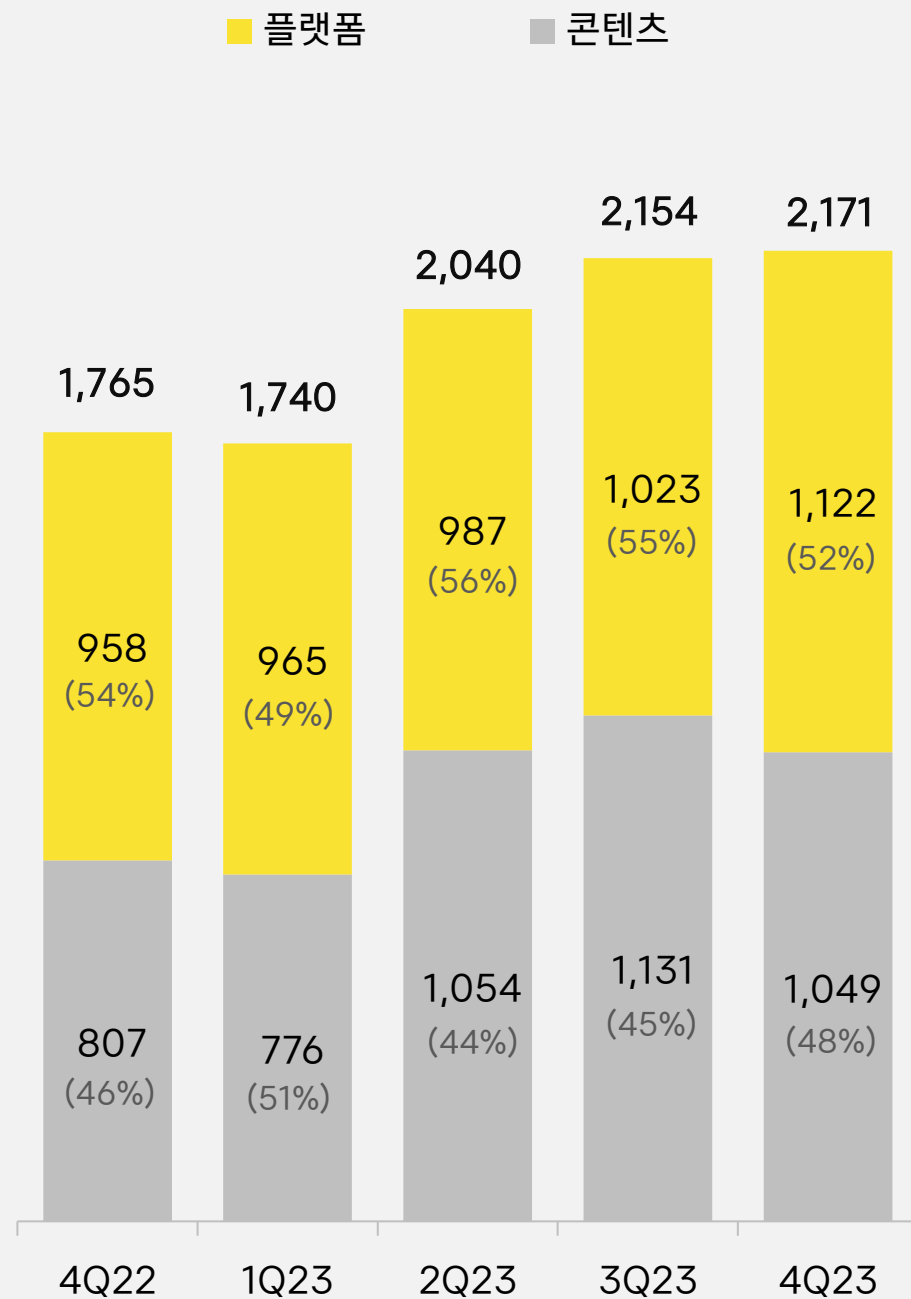
ESG활동

매출 구성 | 4분기

총 매출 +23% YoY / +0.8% QoQ

4분기 매출 비중 : 플랫폼 52%, 콘텐츠 48%

(단위: 십억원)



매출 구성		
플랫폼	특비즈	광고형 : 비즈보드, 카카오톡채널, 이모티콘 등 거래형 : 선물하기, 톡스토어, 메이커스, 카카오프렌즈 온라인
	포털비즈	Daum PC / Mobile 카카오스토리 / 스타일 / 페이지 기타 자회사광고
	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 블록체인 기타연결종속회사 카카오프렌즈 기타
콘텐츠	게임	모바일 PC 기타
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원유통 음반유통 음악제작
	스토리	엔터테인먼트 픽코마
	미디어	영상제작 매니지먼트

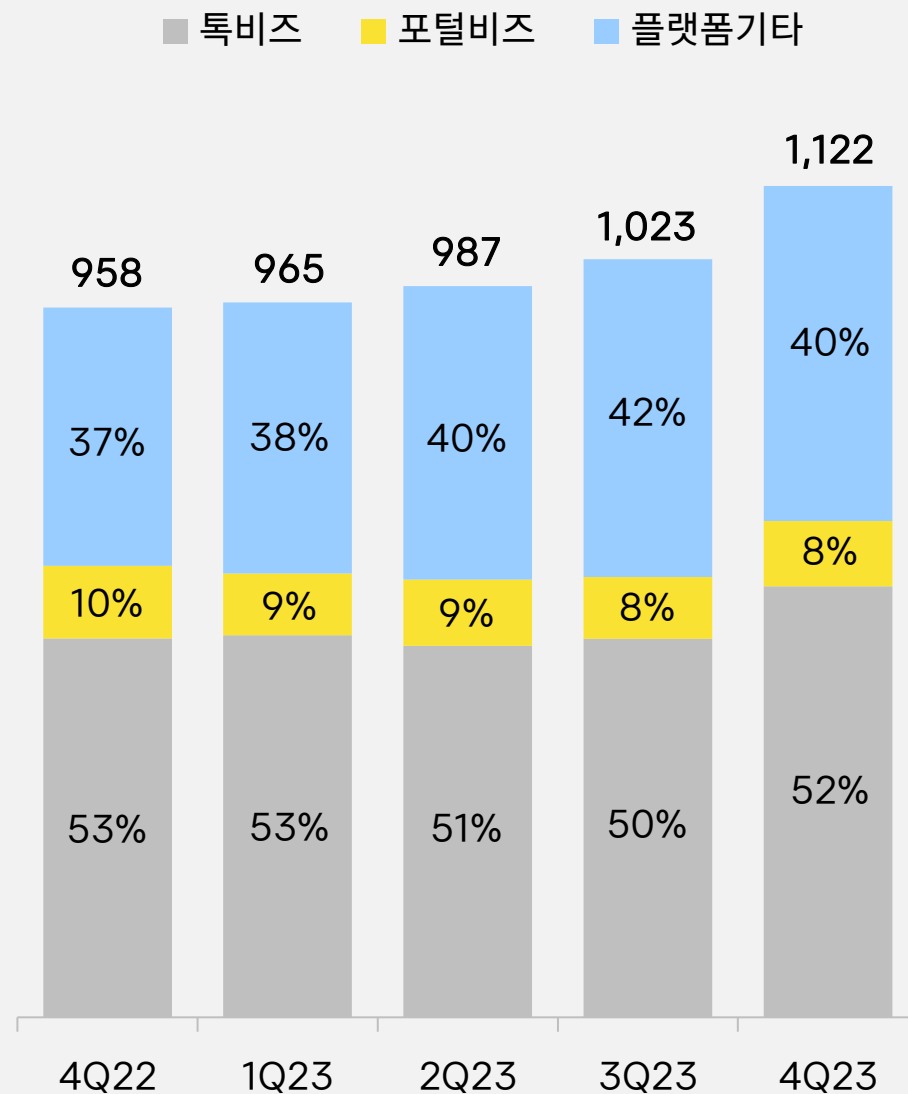
부문별 매출 | 4분기

플랫폼 부문

4Q23 +17% YoY, +10% QoQ

FY23 +9% YoY

(단위: 십억원)

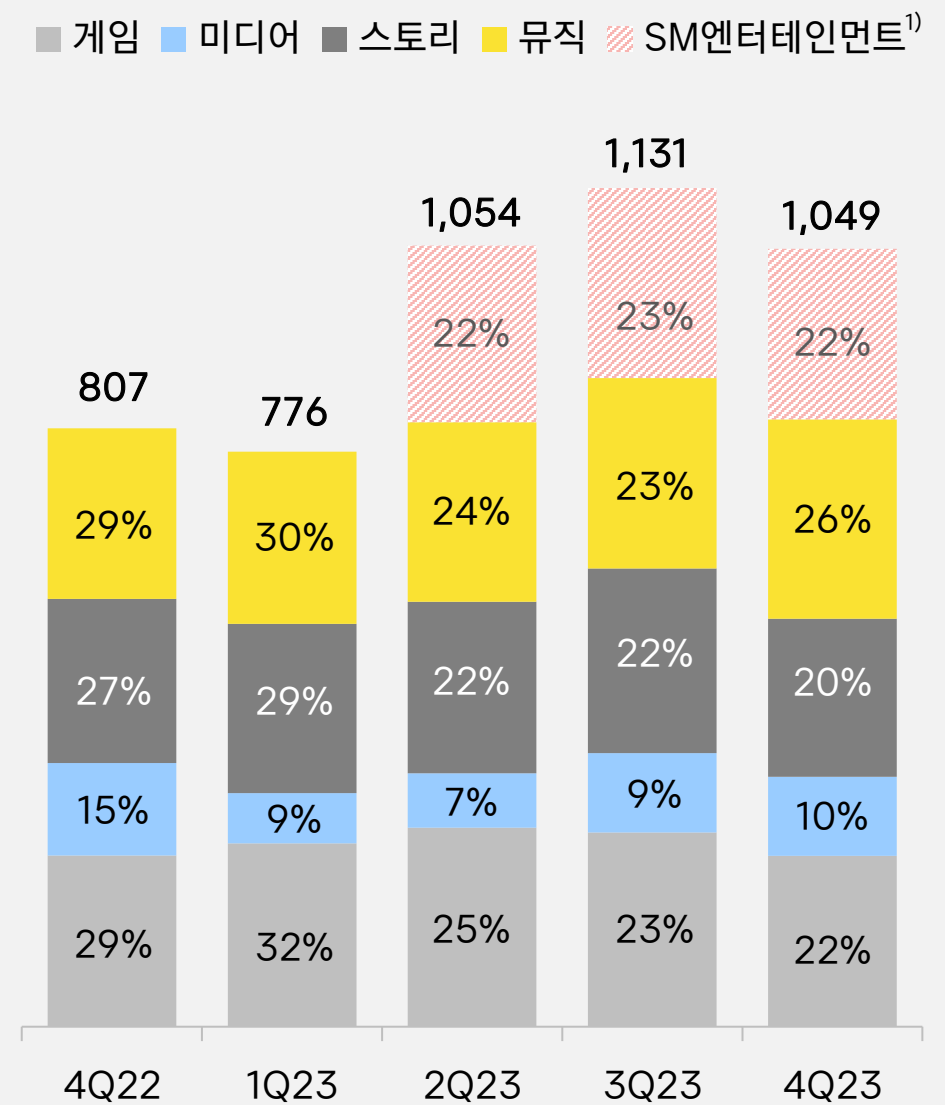


콘텐츠 부문

4Q23 +30% YoY, -7% QoQ

FY23 +20% YoY

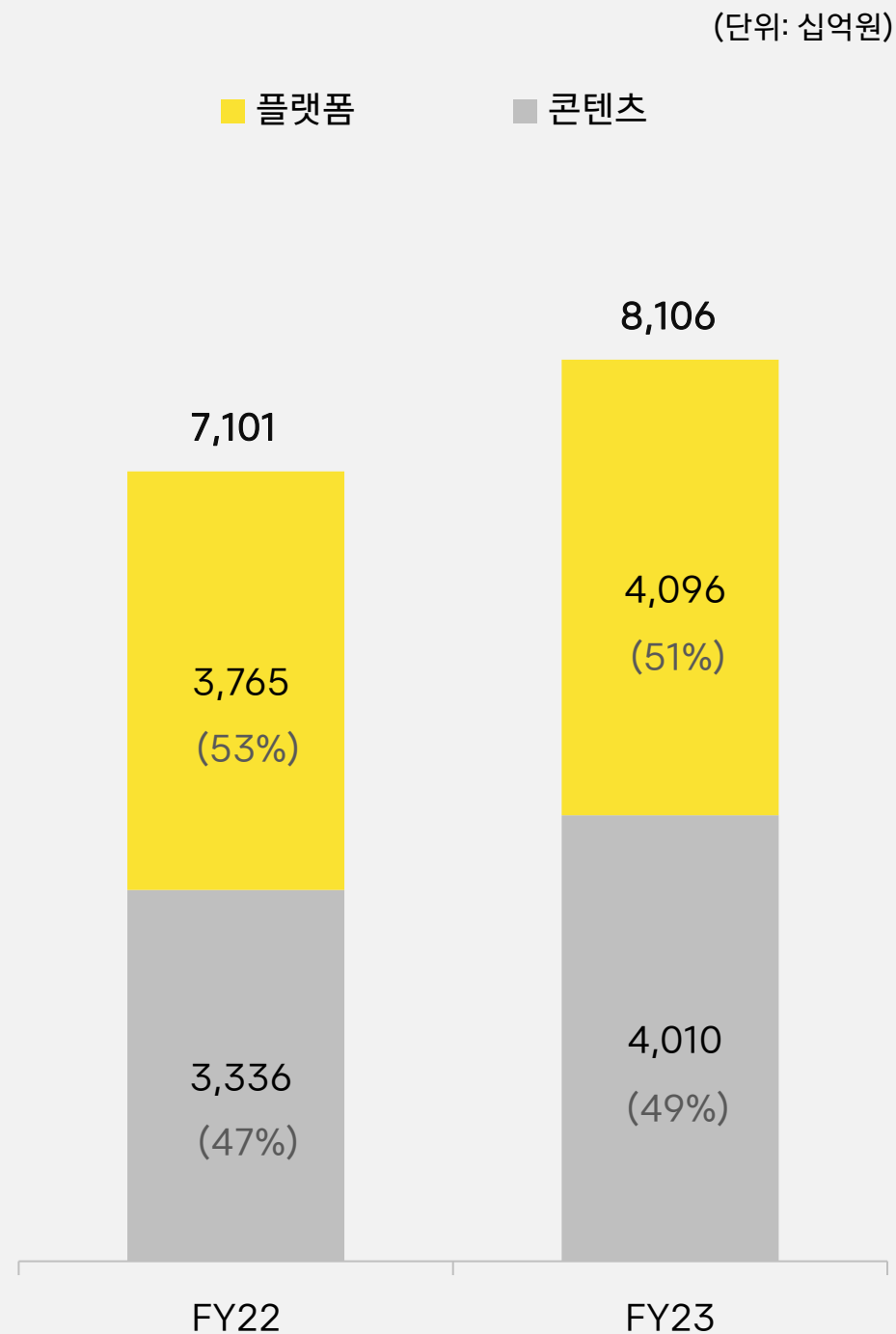
(단위: 십억원)



부문별 매출 | 2023년 연간

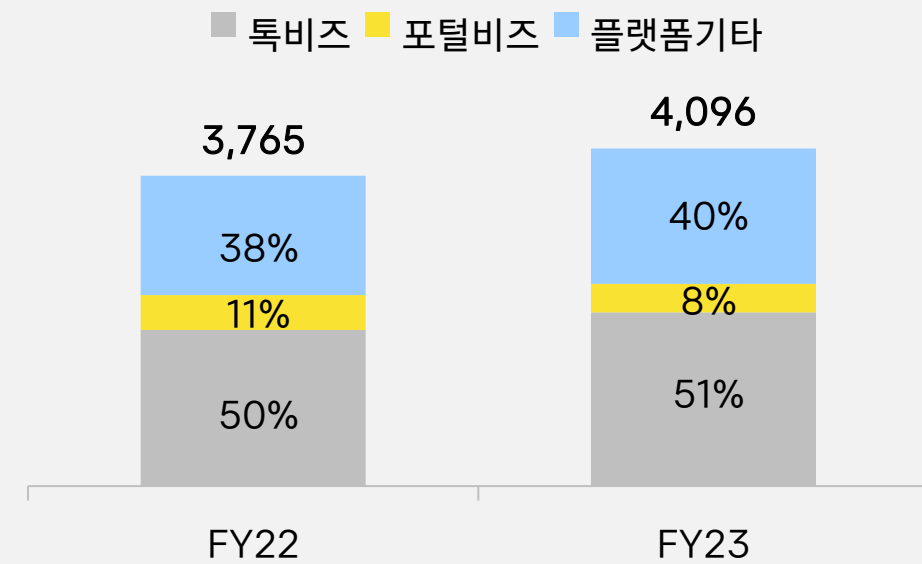
총 매출 +14% YoY

FY23 매출 비중 : 플랫폼 51%, 콘텐츠 49%



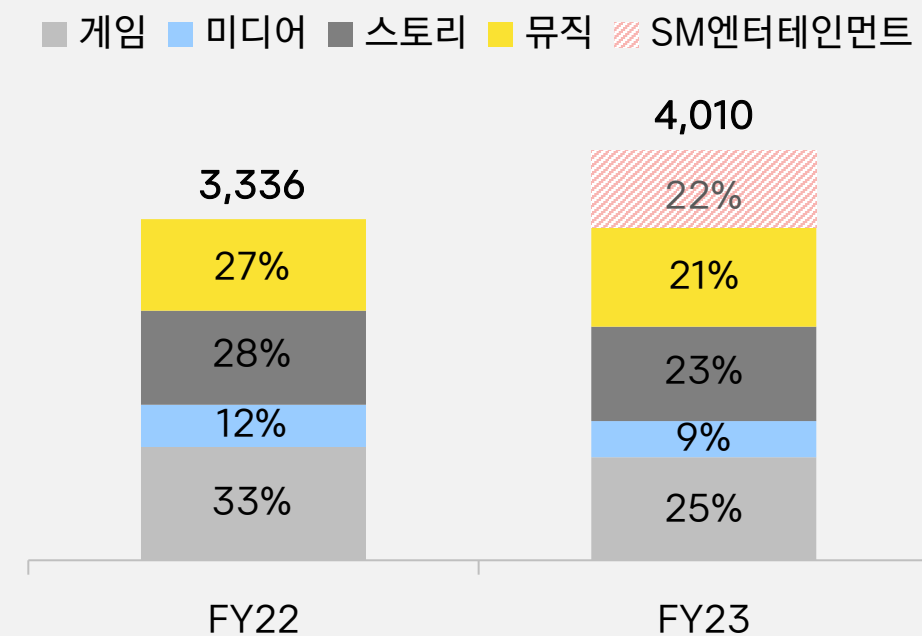
플랫폼 부문 +9% YoY

(단위: 십억원)



콘텐츠 부문 +20% YoY

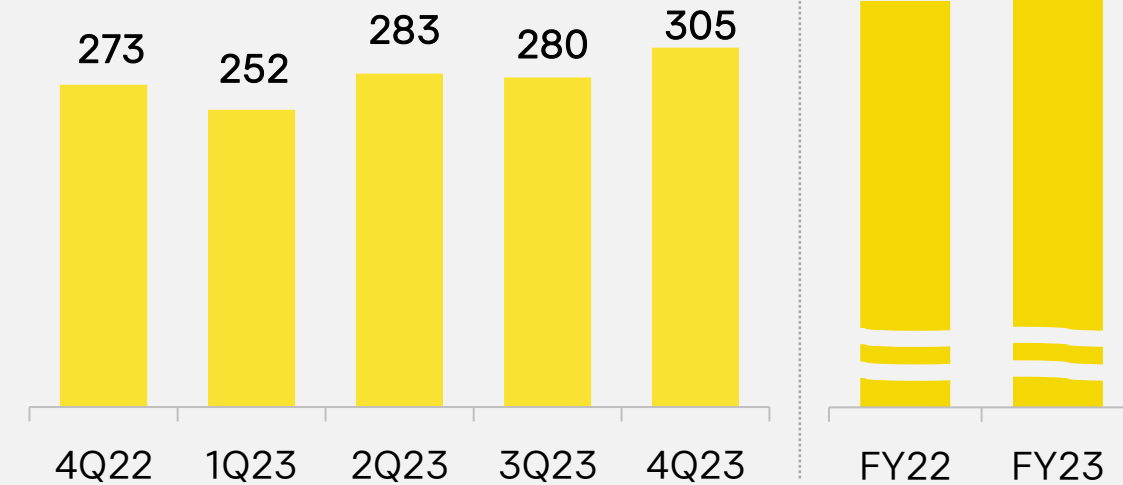
(단위: 십억원)



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

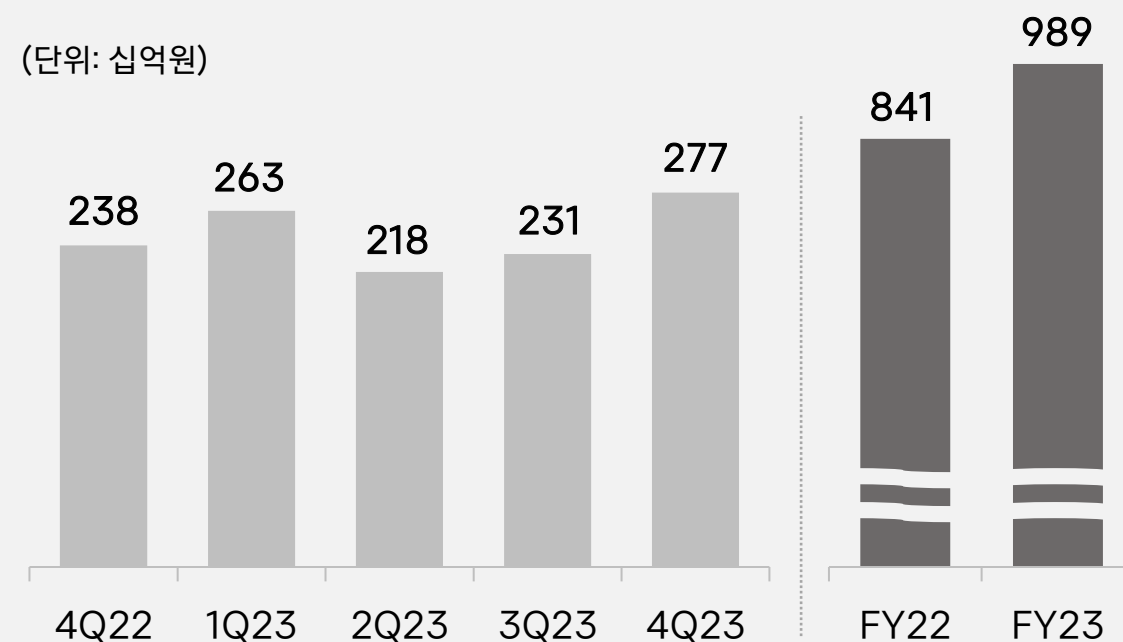


4Q23 +11% YoY, +9% QoQ | FY23 +6% YoY

- (YoY) ① 친구탭 CPT 주목도 개선으로 광고주 수요 증가하며 비즈보드 +12% YoY, ② 특채널 도입 광고주 및 채널 친구 수 증가, 금융 업종 확대로 메시지 비즈니스 +17% YoY, ③ 이모티콘 & 독서랍 유료구독자 370만명, 매출 +23% YoY
- (QoQ) 4분기 계절적 성수기 효과

커머스

(단위: 십억원)



4Q23 +16% YoY, +20% QoQ | FY23 +18% YoY

- 커머스 통합 거래액 : 2.6조원(+9% YoY)
- (YoY) ① 프리미엄 선물 확장, ② 고도화 CRM 마케팅 집행
- (QoQ) ① 크리스마스 선물 예약 도입, ② 계절적 성수기 효과 반영
- 4Q23 선물하기 수익인식을 결제시점에서 사용시점으로 변경, 22년 1Q부터 소급 적용

[회계정책 변경 효과]

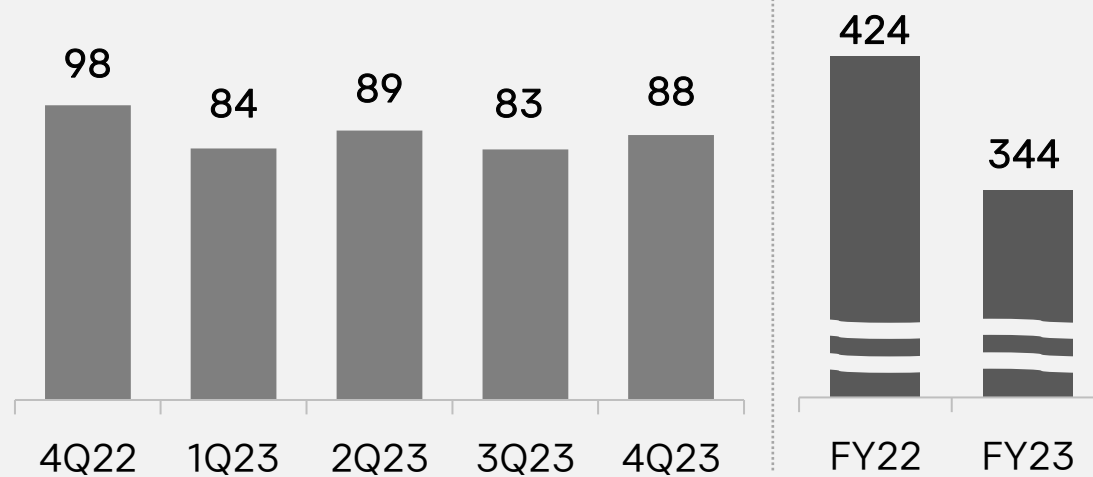
(단위: 십억원)

4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23
(9.1)	(0.1)	(2.0)	(6.8)	1.0

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

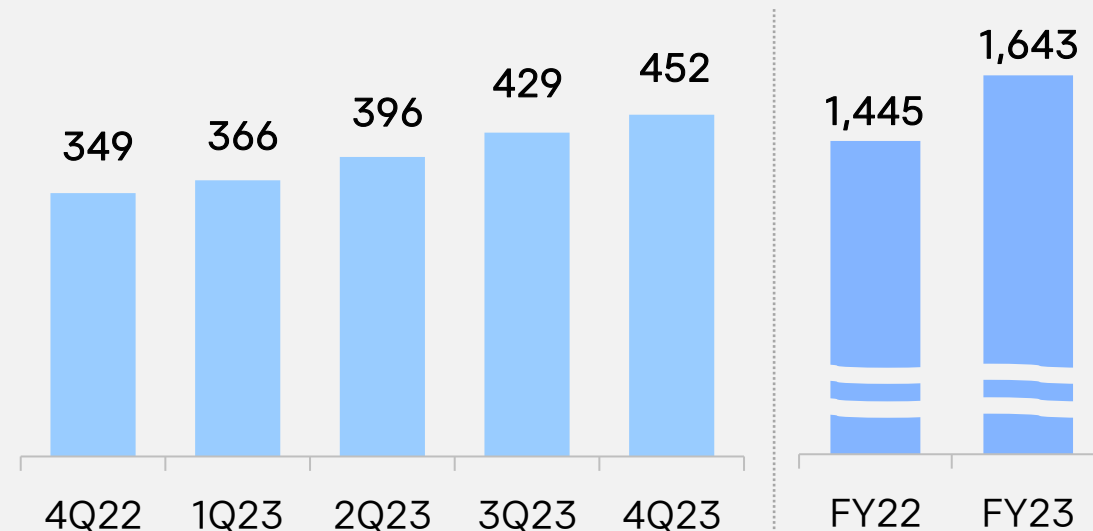


4Q23 -10% YoY, +6% QoQ | FY23 -19% YoY

- 23년 사내독립법인으로 전환하면서 주도적인 손익 개선 노력 진행
- 글로벌 리딩 파트너와의 제휴를 통한 광고 운영 효율성 제고 본격화

플랫폼 기타

(단위: 십억원)

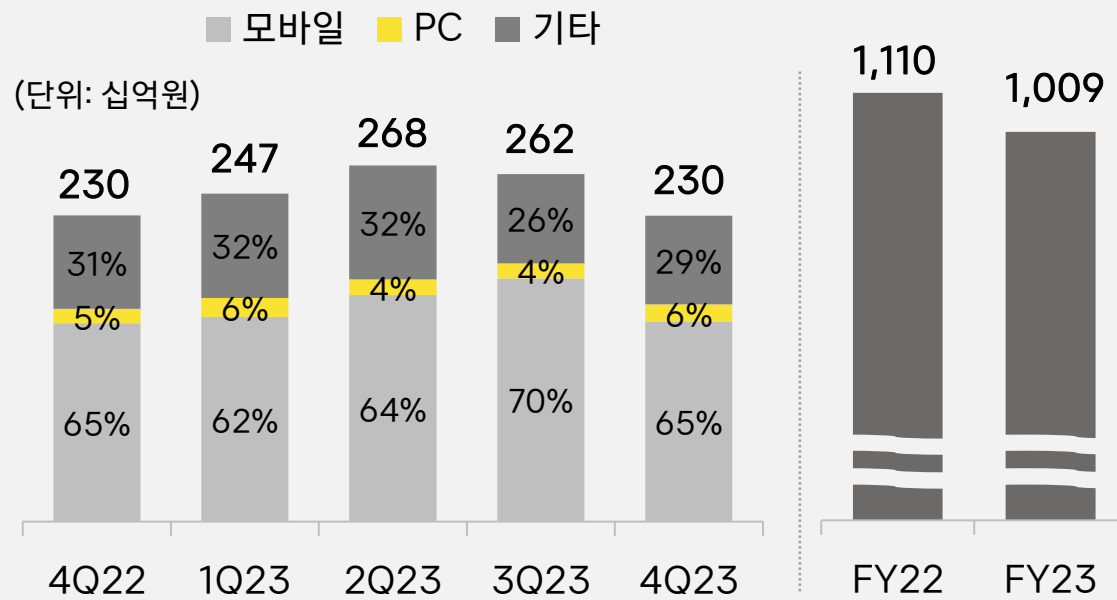


4Q23 +30% YoY, +6% QoQ | FY23 +14% YoY

- 모빌리티 : 연말 이동 수요 급증 영향
- 페이 : 거래액 역대 최고치 38.1조원 기록, +23% YoY
(YoY) ① 해외결제 매출 두 배 확대, ② 금융서비스 전 영역 고성장
(QoQ) ① 연말 소비 시즌, ② 11번가 결제 오픈 영향 증가

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

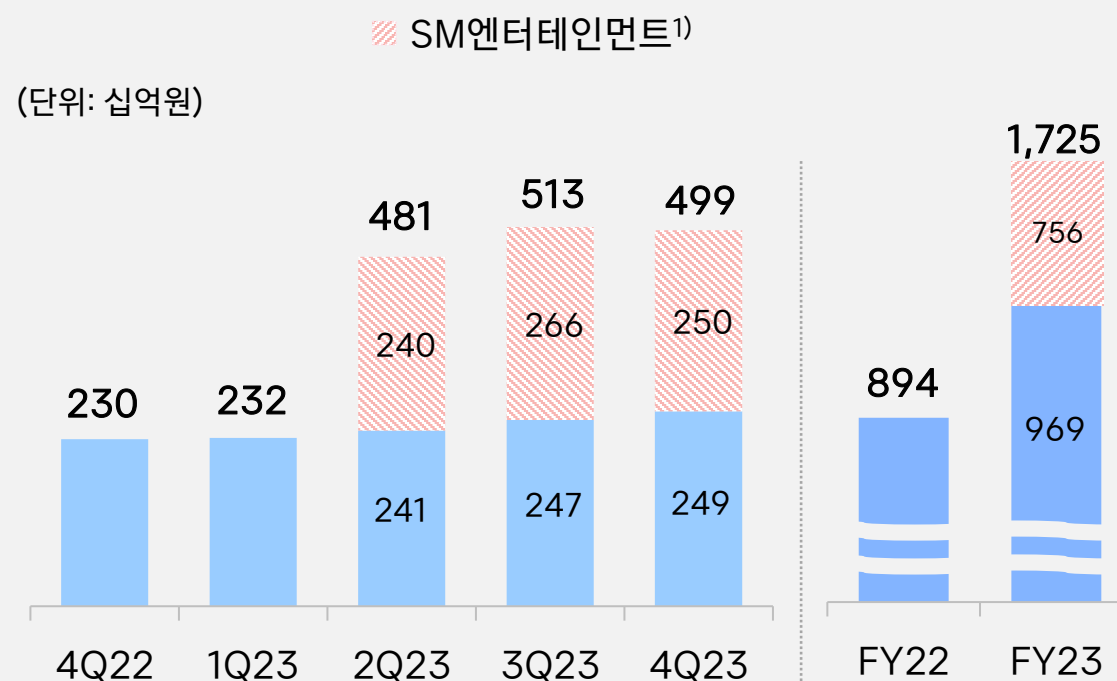
게임



4Q23 Flat YoY, -12% QoQ | FY23 -9% YoY

- (YoY) 주력 타이틀을 기반으로 안정적인 매출 기록
- (QoQ) ① 신작 출시 일정 연기, ② 3분기 출시 <아레스>의 초반 출시 효과 감소, ③ 비게임 부문의 비수기 영향으로 감소

뮤직



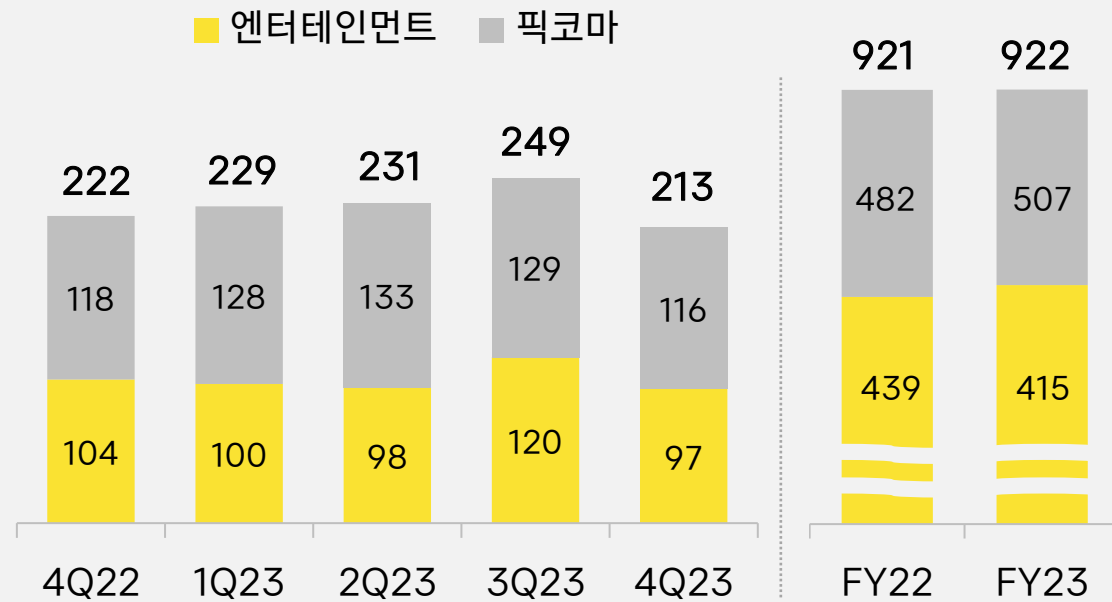
4Q23 +117% YoY, -3% QoQ | FY23 +93% YoY

- (YoY) SM 인수 편입 효과 반영
(편입효과 제외시 +17% YoY, +5% QoQ)
- (QoQ) 위축된 앨범시장에도 불구하고, IVE(아이브)를 포함한 자체 아티스트 활동 본격화로 일부 매출 감소폭 상쇄

1) SM엔터테인먼트는 연결 조정 반영전

콘텐츠 부문 | 스토리, 미디어

스토리

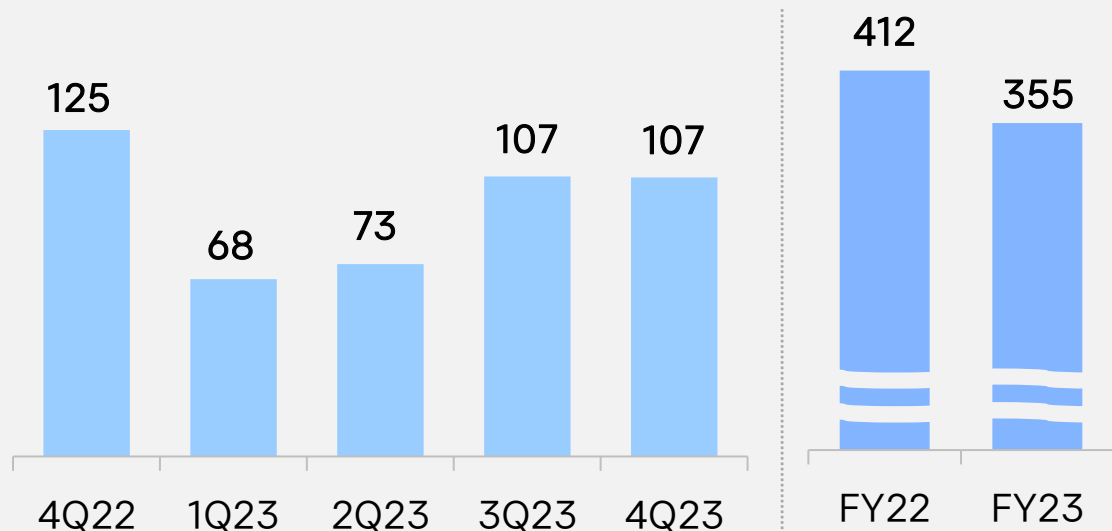


4Q23 -4 % YoY, -14% QoQ | FY23 Flat YoY

- 픽코마 :**
 (YoY) 거래액 증가에도 엔저 영향으로 원화환산 매출 감소
 (QoQ) ① 전분기 여름 방학 성수기, ② 장기 프로모션 종료 영향
 (엔화 기준) 거래액 +14% YoY, -10% QoQ
 매출 +2% YoY, -9% QoQ
- 카카오엔터테인먼트 :**
 (YoY) 수익성 중심 운영 기조로 매출 감소, 공헌이익 증가
 (QoQ) 전분기 방학 성수기에 따른 높은 기저 효과로 감소

미디어

(단위: 십억원)



4Q23 -15% YoY, Flat QoQ | FY23 -14% YoY

- (YoY) 제작 진행률 차이로 매출 감소
- (QoQ) 규모감 있는 신작 라인업 제작으로 안정적인 매출액 기록, 수익성 또한 개선 추세

실적요약

(단위: 십억원)	4Q22	3Q23	4Q23	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
매출	1,765	2,154	2,171	23.0%	0.8%	7,101	8,106	14.2%
플랫폼 부문	958	1,023	1,122	17.1%	9.7%	3,765	4,096	8.8%
특비즈	511	511	582	13.8%	13.8%	1,896	2,109	11.2%
포털비즈	98	83	88	-10.0%	5.9%	424	344	-18.8%
플랫폼 기타	349	429	452	29.6%	5.5%	1,445	1,643	13.7%
콘텐츠 부문	807	1,132	1,049	30.0%	-7.3%	3,337	4,010	20.2%
게임	231	262	231	-0.1%	-12.0%	1,110	1,009	-9.1%
뮤직	230	513	499	116.7%	-2.8%	894	1,725	92.9%
스토리	222	249	213	-3.7%	-14.3%	921	922	0.1%
미디어	125	107	107	-14.6%	-0.4%	412	355	-13.9%
영업비용	1,674	2,021	1,982	18.4%	-1.9%	6,537	7,604	16.3%
영업이익	91	133	189	108.6%	42.3%	564	502	-10.9%
영업이익률	5.1%	6.2%	8.7%	+3.6%p	+2.5%p	7.9%	6.2%	-1.7%p
당기순이익	(486)	44	(1,658)	적자지속	적자전환	1,069	(1,497)	적자전환
지배지분순이익	(109)	28	(836)	적자지속	적자전환	1,363	(676)	적자전환
비지배지분순이익	(376)	16	(822)	적자지속	적자전환	(294)	(821)	적자지속
당기순이익률	-	2.1%	-	-	-	15.1%	-	-

실적요약 | SM편입효과 제외

(단위: 십억원)	4Q22	3Q23	4Q23	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
매출	1,765	1,898	1,941	10.0%	2.3%	7,101	7,381	3.9%
플랫폼 부문	958	1,023	1,122	17.1%	9.7%	3,765	4,096	8.8%
특비즈	511	511	582	13.8%	13.8%	1,896	2,109	11.2%
포털비즈	98	83	88	-10.1%	5.8%	424	344	-18.8%
플랫폼 기타	349	429	452	29.6%	5.5%	1,445	1,643	13.7%
콘텐츠 부문	807	875	819	1.5%	-6.4%	3,337	3,285	-1.5%
게임	231	262	231	-0.1%	-12.0%	1,110	1,009	-9.1%
뮤직	230	257	269	16.8%	4.6%	894	1,000	11.8%
스토리	222	249	213	-3.7%	-14.4%	921	922	0.1%
미디어	125	107	107	-14.5%	-0.3%	412	355	-13.9%
영업비용	1,674	1,790	1,746	4.3%	-2.4%	6,537	6,911	5.7%
영업이익	91	108	195	114.8%	80.8%	564	470	-16.7%
영업이익률	5.1%	5.7%	10.0%	+4.9%p	+4.4%p	7.9%	6.4%	-1.6%p
당기순이익	(486)	14	(1,288)	적자지속	적자전환	1,069	(1,168)	적자전환
지배지분순이익	(109)	18	(721)	적자지속	적자전환	1,363	(573)	적자전환
비지배지분순이익	(376)	(4)	(568)	적자지속	적자지속	(294)	(596)	적자지속
당기순이익률	-	0.7%	-	-	-	15.1%	-	-

영업비용

(단위: 십억원)	4Q22	3Q23	4Q23	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
영업비용	1,674	2,021	1,982	18.4%	-1.9%	6,537	7,604	16.3%
인건비	411	468	477	16.0%	2.1%	1,701	1,865	9.6%
매출연동비	704	872	770	9.4%	-11.7%	2,654	3,112	17.3%
외주/인프라비	245	289	324	32.1%	12.1%	924	1,138	23.1%
마케팅비	108	125	125	15.5%	-0.1%	485	485	0.0%
상각비	161	198	206	27.6%	3.6%	580	746	28.6%
기타	45	69	80	78.4%	16.4%	192	258	33.9%

4분기 증감 분석

- 인건비 (YoY) SM을 포함한 신규 연결종속회사의 편입 영향
(QoQ) 연결기준 SM 지급수수료 계정 일부가 인건비 성격으로 변환¹⁾
- 매출연동비 (YoY) 톡비즈 매출 확대에 따른 증가
(QoQ) 연결기준 SM 지급수수료 계정 변환 효과¹⁾
- 외주/인프라비 (YoY, QoQ) 모빌리티 가맹택시 수수료 증가와 연결기준 SM 지급수수료 계정 변환 효과¹⁾
- 마케팅비 (YoY) 지난해 비용 효율성 검증 목적으로 픽코마 마케팅비를 인위적으로 감소 시켰던 기저효과
(QoQ) 전분기 대비 유사
- 상각비 (YoY) SM 등 투자회사 PPA 상각비 반영, (QoQ) 데이터센터 등 투자증가로 기계장치 포함 감가상각비 증가

1) 카카오 연결기준 매출연동비에 포함되었던 SM엔터테인먼트 지급수수료 비용 일부에 대해 인건비와 외주용역비로 변환

영업비용 | SM편입효과 제외

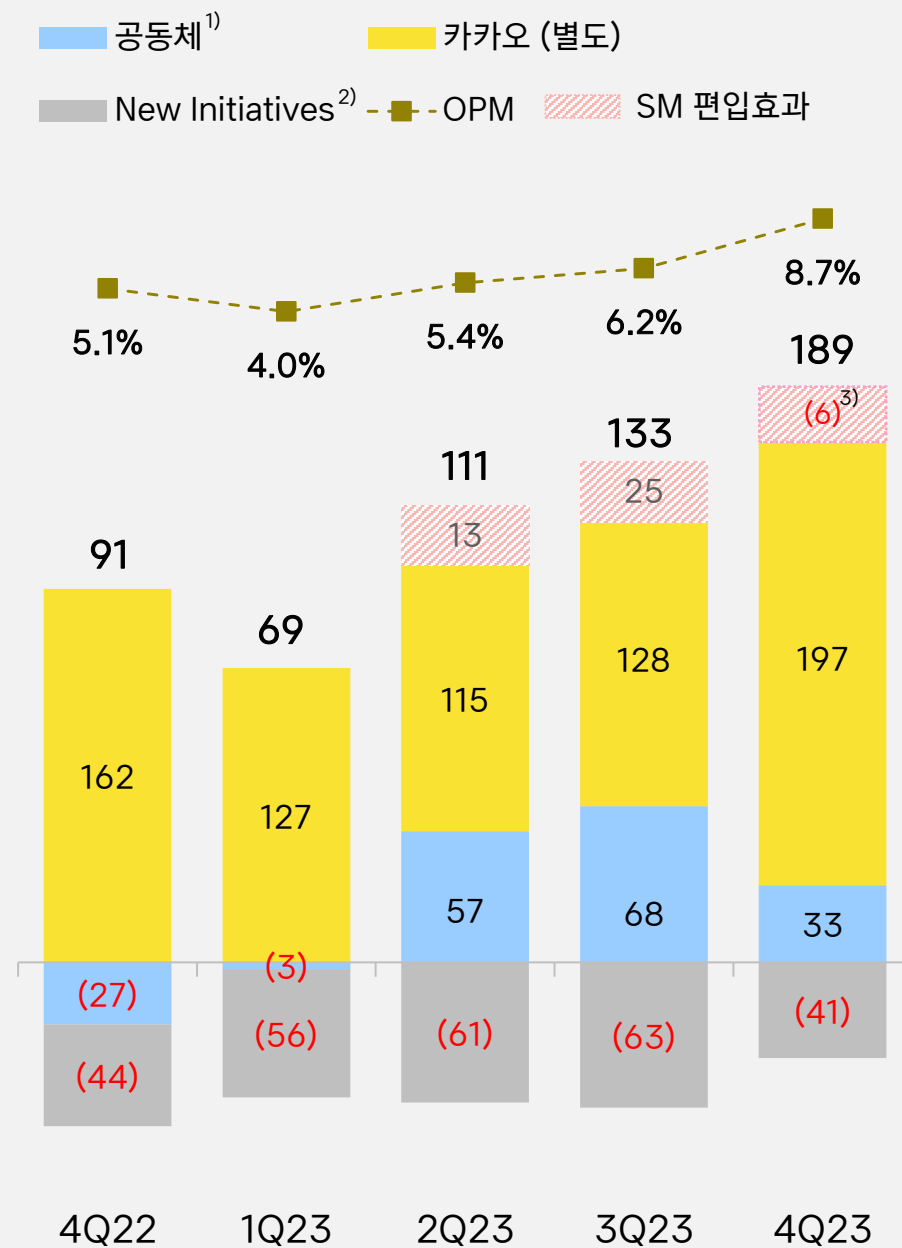
(단위: 십억원)	4Q22	3Q23	4Q23	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
영업비용	1,674	1,790	1,746	4.3%	-2.4%	6,537	6,911	5.7%
인건비	411	448	389	-5.3%	-13.1%	1,701	1,737	2.1%
매출연동비	704	726	718	1.9%	-1.1%	2,654	2,760	4.0%
외주/인프라비	245	280	290	18.2%	3.5%	924	1,082	17.2%
마케팅비	108	113	119	9.9%	5.0%	485	466	-4.0%
상각비	161	159	171	6.1%	7.5%	580	638	10.0%
기타	45	63	61	34.4%	-4.0%	192	228	18.7%

분기 영업이익 / 순이익

영업이익(률)

4Q23 +109% YoY, +42% QoQ

(단위: 십억원)

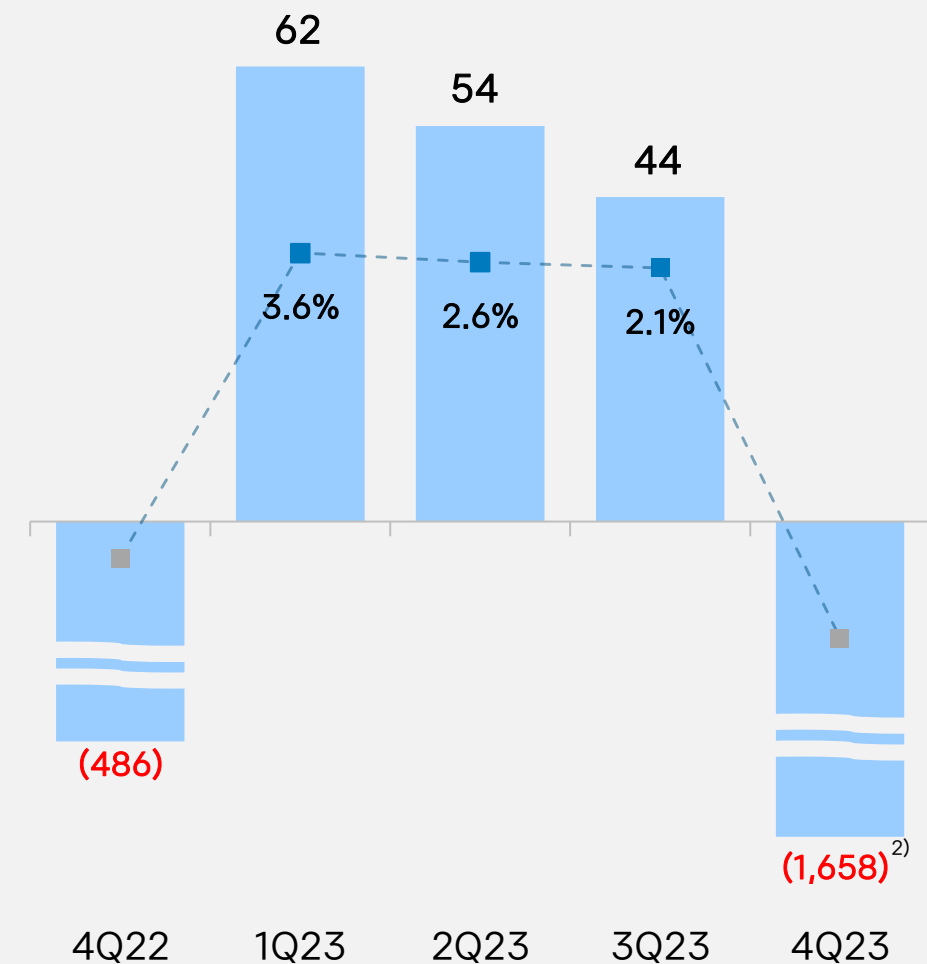


- 1) 공동체: 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문
- 2) New Initiatives: 카카오엔터프라이즈, 카카오브레인, 카카오헬스케어
- 3) 연결 기준 SM엔터 영업이익(109억원)에 PPA 상각비 및 연결조정
- 4) 공동체 실적에는 내부거래 관련 조정 금액이 포함되어 있음

당기순이익(률)

4Q23 적자지속 YoY, 적자전환 QoQ

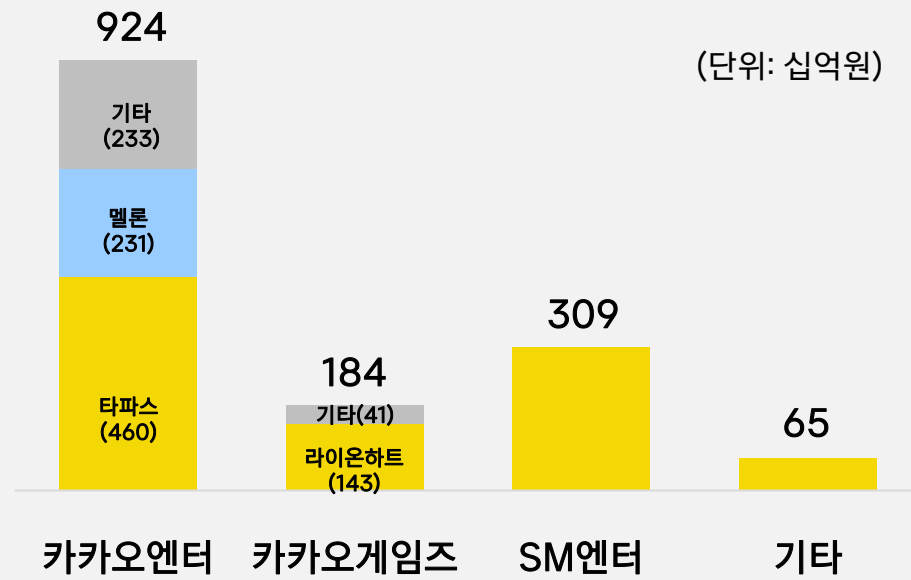
(단위: 십억원)



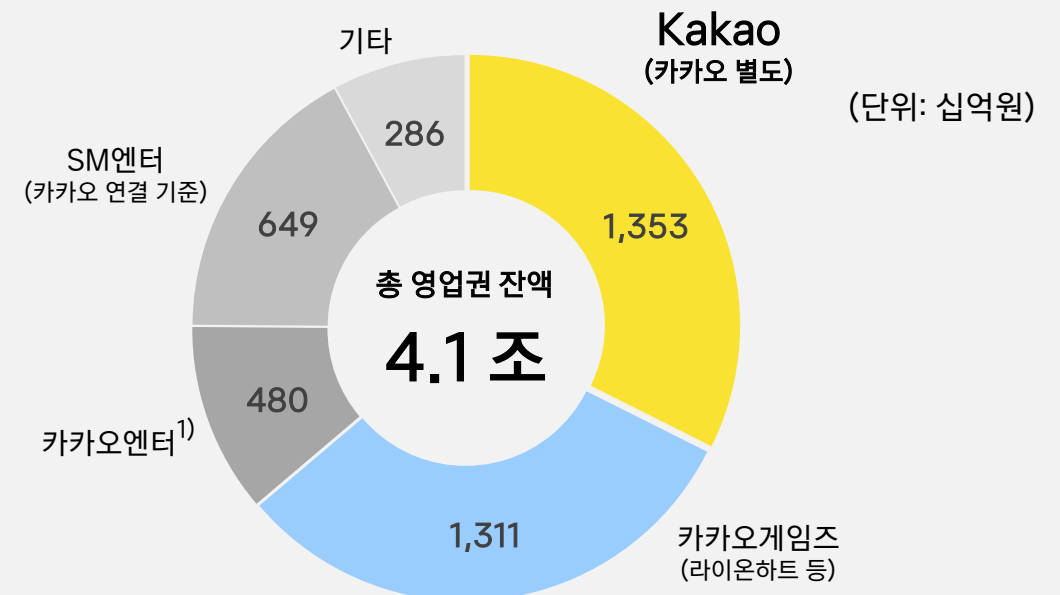
- 1) CapEx는 유무형자산의 신규 취득을 위한 현금 유출액 기준
- 2) 4Q23 : 영업권 손상 1조 3,884억원과 PPA무형자산 손상차손 2,703억원 인식에 따른 기타비용 1조 9,891억원으로, 당기순손실 기록

기타비용 | 영업권, PPA

영업권 손상 (4Q23)

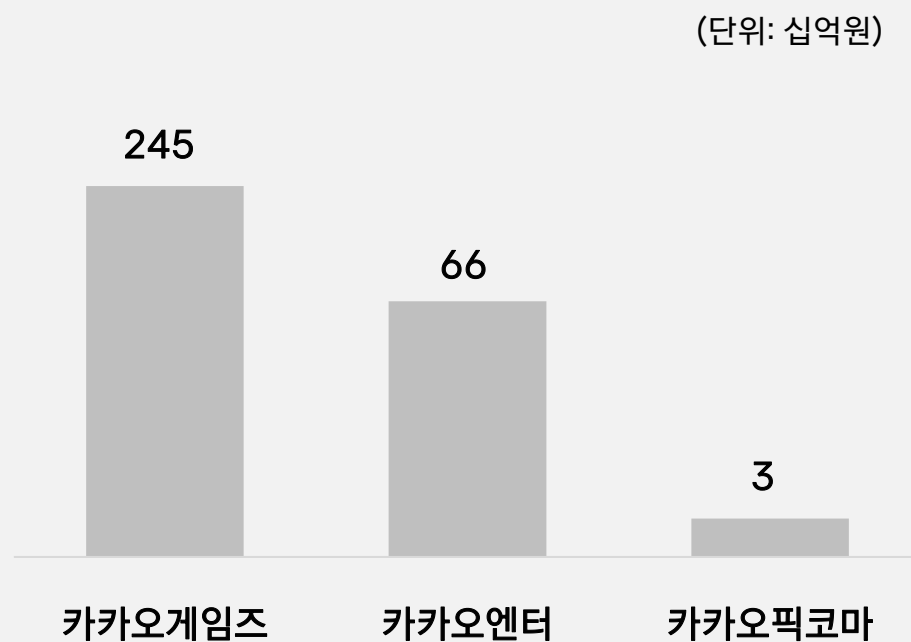


영업권 잔액 ('23 말)

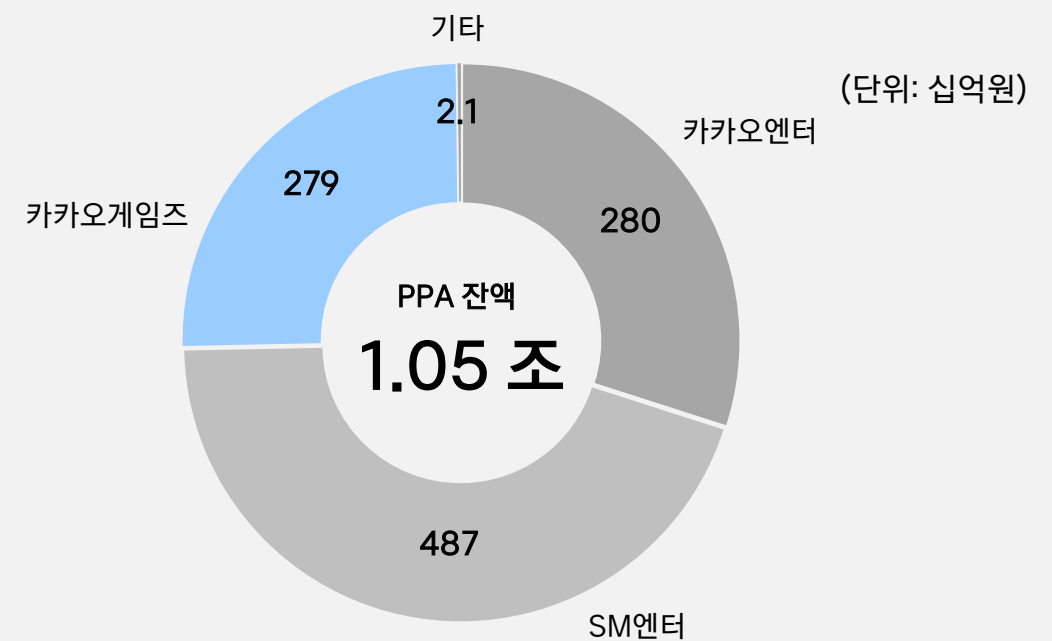


1) 금번 손상 이후, 멜론 영업권은 전액 감액되었고, 타파스 영업권 잔액은 114억원에 불과

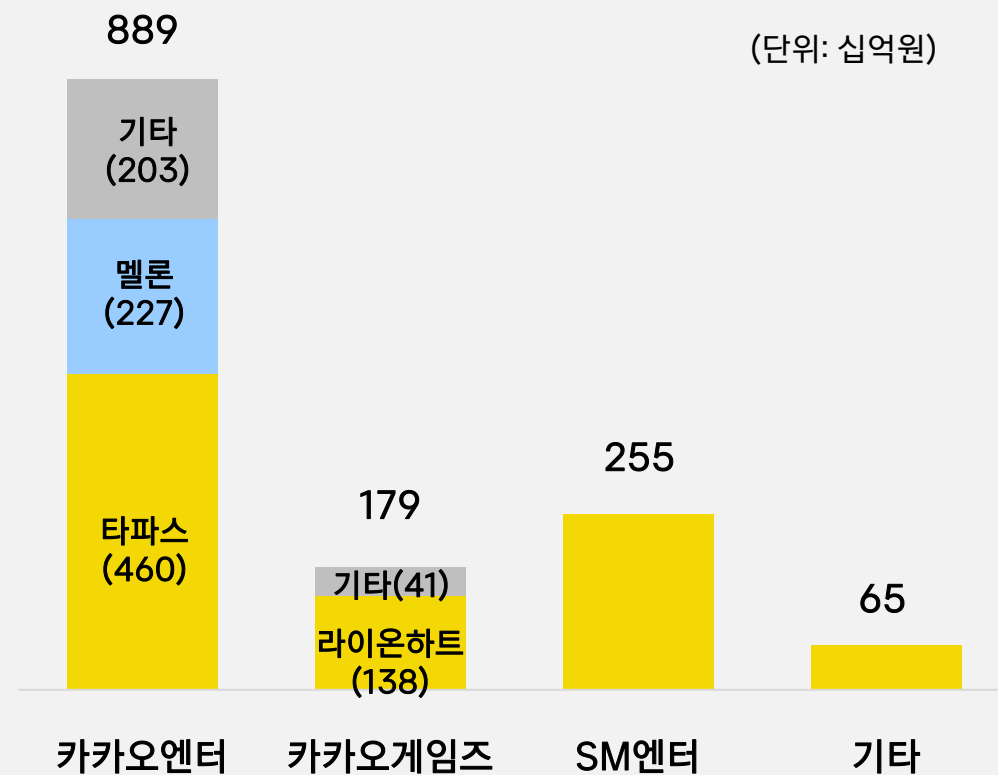
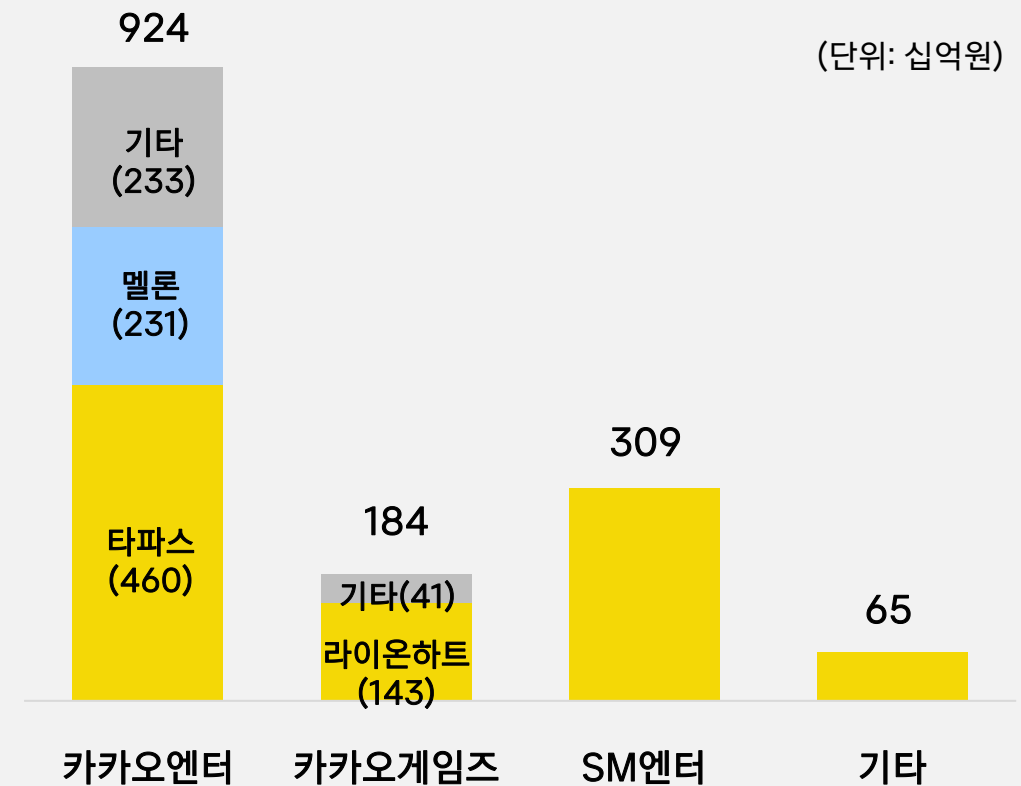
PPA 손상 (4Q23)



PPA 잔액 ('23 말)



기타비용 | 영업권 손상변경

실적발표 기준 (2월15일) 손상 총액 : 1.39조원사업보고서 기준 손상 총액 : 1.48조원

법인별 주요 변동 내역

① 카카오엔터테인먼트 +350억원

- 기타 +300억원 : 이담엔터 +94억원, 카카오M 라이선스 +88억원, 쓰리와이 +77억원 등
- 멜론 +46억원

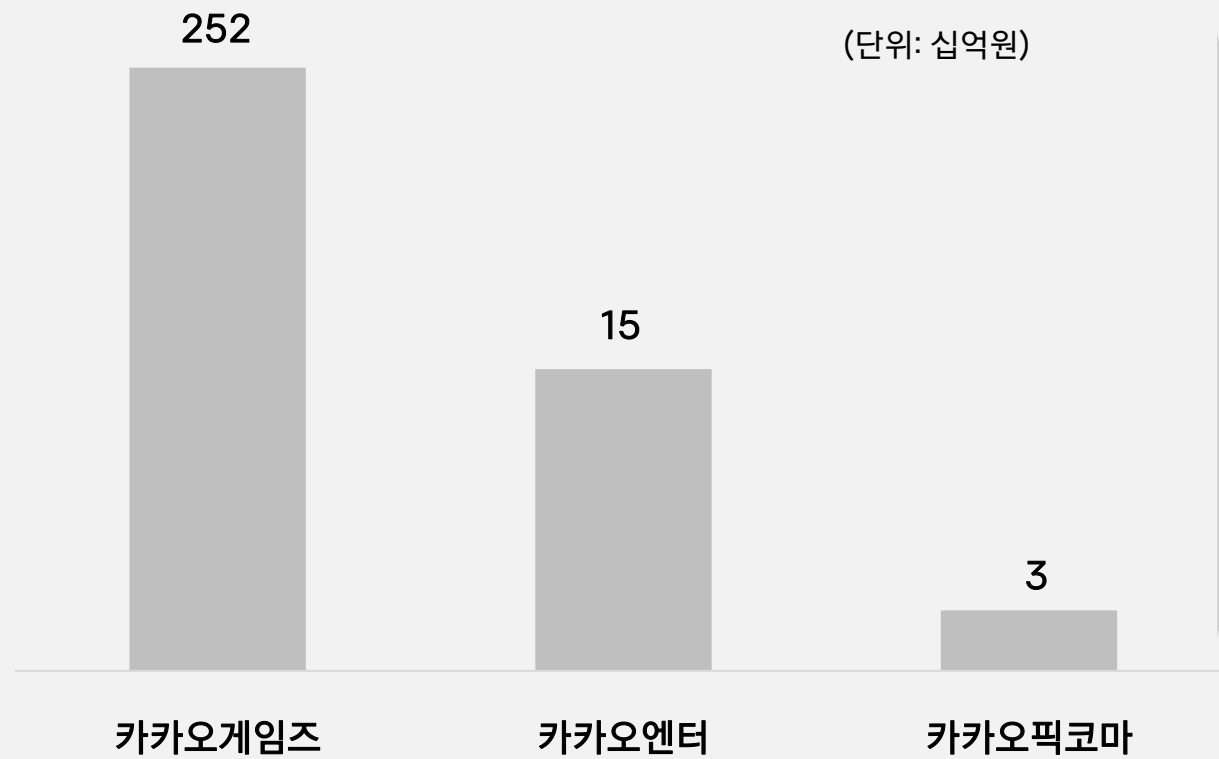
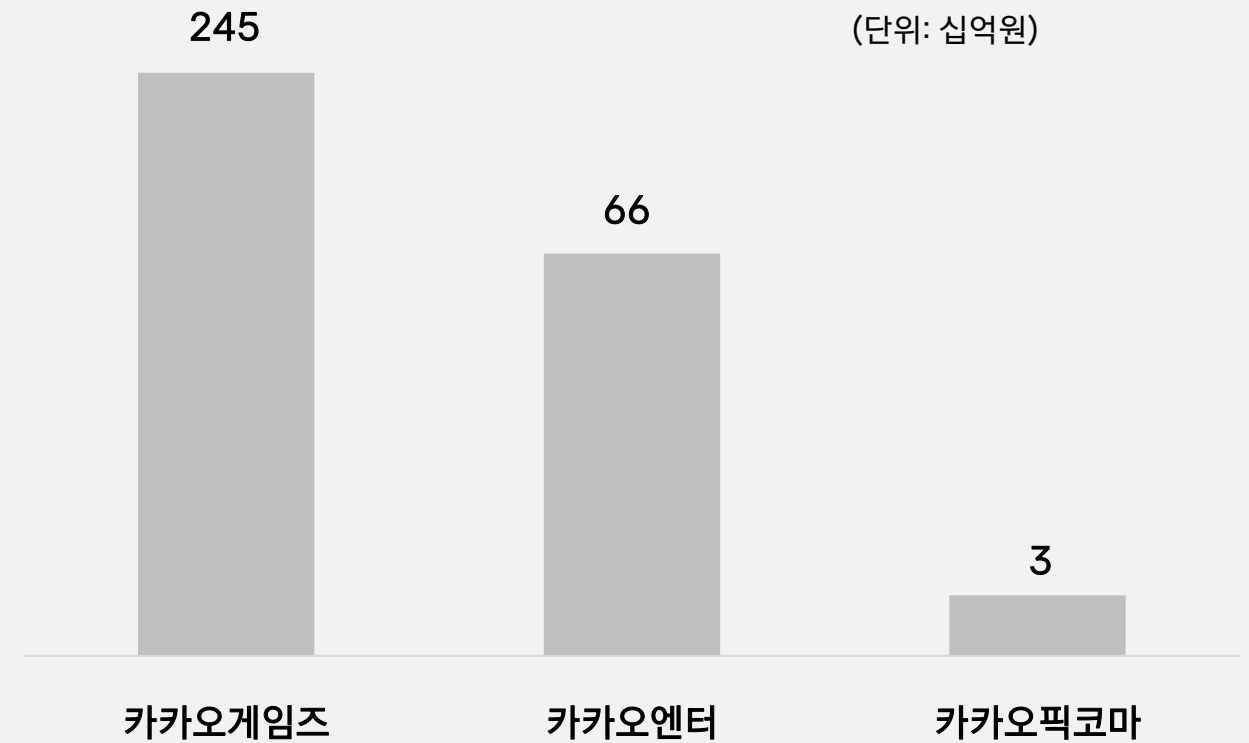
② 카카오게임즈 +50억원

- 라이온하트 +50억원

③ SM엔터테인먼트 +540억원

- SM엔터 (별도) +380억원, SM브랜드마케팅 +260억원

기타비용 | PPA 손상변경

실적발표 기준 (2월15일) 손상 총액 : 2,703억원사업보고서 기준 손상 총액 : 3,145억원

법인별 주요 변동 내역

① 카카오게임즈 -67억원

- 라이온하트 -67억원

② 카카오엔터 +511억원

- 멜론 +460억원, 제작 스튜디오 +47억원
- SM엔터 종속회사 +4억원

회계정책 변경

보수적인 회계기준을 적용하여 커머스 매출과 안식휴가 등에 대한 회계처리를 변경

(단위: 십억원)	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	FY22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	FY23
매출 ¹⁾										
커머스(수익인식 시점 변경)	4	2	(3)	(9)	(6)	(0)	(2)	(7)	1	(8)
영업비용 ²⁾										
안식휴가	8	1	2	1	11	2	1	0	0	4
영업이익	(3)	1	(5)	(10)	(17)	(2)	(3)	(7)	1	(12)
영업외손익 ³⁾										
파생상품평가손실 등	-	-	-	29	29	-	-	-	(4)	(4)
법인세비용										
이연법인세 수익 ⁴⁾	-	-	-	(48)	(48)	-	-	-	-	-
수익 비용 변경 효과 ⁵⁾	(1)	1	(1)	(2)	(4)	(1)	(1)	(2)	0	(3)
연결당기순이익	(3)	1	(4)	12	6	(2)	(2)	(5)	4	(5)

1) 매출 : 선물하기 수익인식 시점을 기존 결제시점에서 교환권을 이용 또는 배송상품을 수령하는 시점으로 변경

2) 영업비용 : 안식 휴가에 대한 추가 부채 계상

3) 영업외손익 : 풋옵션 관련 파생상품평가손실 추가 인식

4) 이연법인세 수익 : 전기 배당수익 익금불산입 오류

5) 수익 비용 변경 효과 : 수익 및 영업비용 전기 오류 수정으로 인한 이연법인세 효과

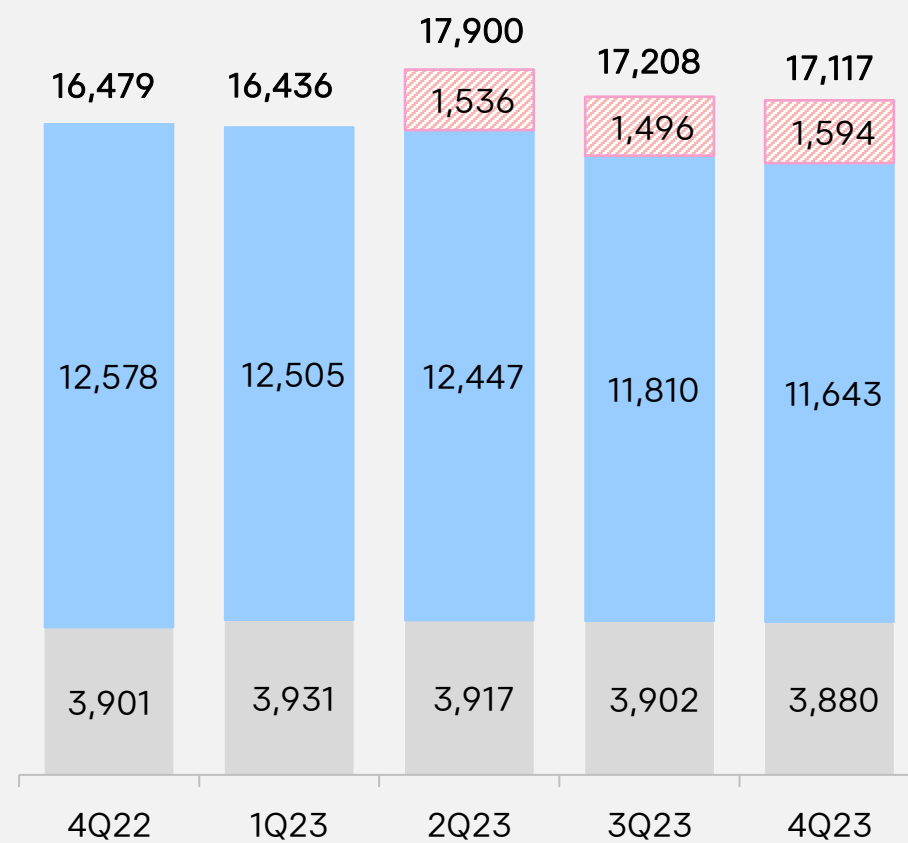
인원 / CapEx

인원 현황

보수적인 채용 기조 유지하면서 91명 QoQ 감소

(단위: 명)

■ 카카오 ■ 종속회사(SM 외) ■ SM 편입효과

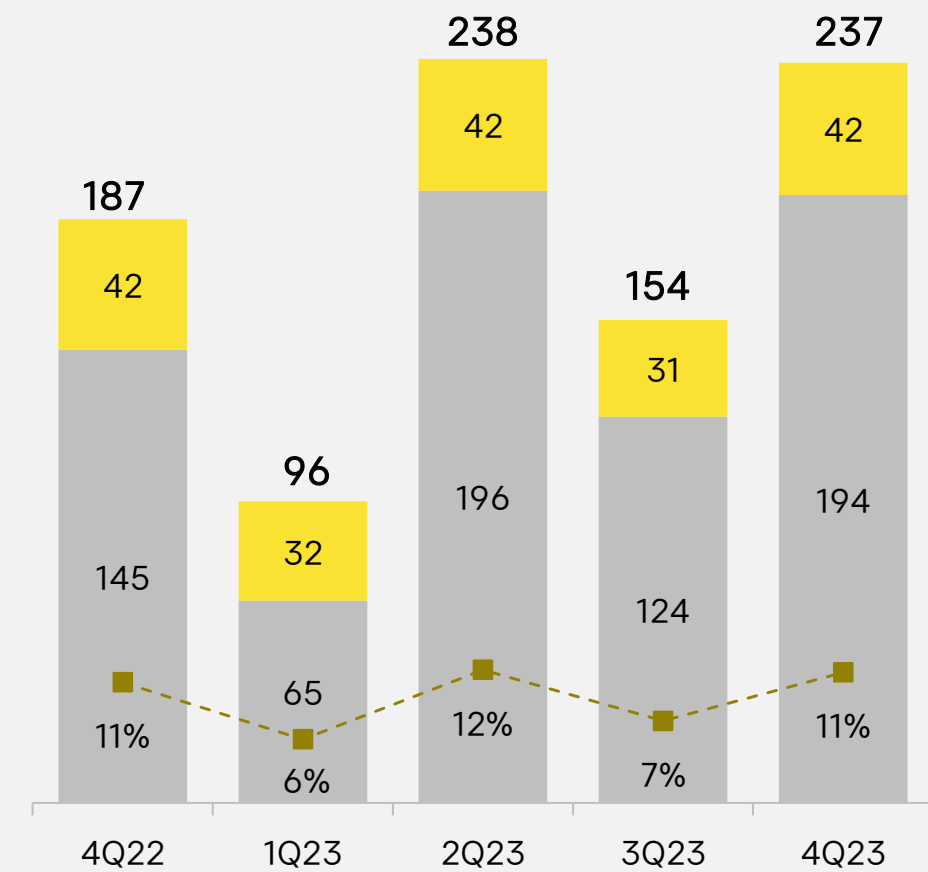


CapEx

카카오 AI 캠퍼스 완공, IDC 설비투자로 822억원 QoQ 증가

(단위: 십억원)

■ 유형자산 ■ 무형자산 - ■ 매출액 대비



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

요약 재무제표 (연결)

연결손익계산서

(단위 : 십억원)	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23
매출액	1,765	1,740	2,041	2,154	2,171
플랫폼 부문	958	965	987	1,023	1,122
특비즈	511	515	501	511	582
포털비즈	98	84	90	83	88
플랫폼 기타	349	366	396	429	452
콘텐츠 부문	807	776	1,054	1,132	1,049
스토리	222	229	231	249	213
게임	231	247	269	262	231
미디어	125	68	74	107	107
뮤직	230	232	481	513	499
영업비용	1,674	1,671	1,930	2,021	1,982
인건비	411	448	472	468	477
매출연동비	704	667	803	872	770
외주/인프라비	245	242	282	289	324
마케팅비	108	115	120	125	125
상각비	161	150	192	198	206
기타	49	45	53	59	71
영업이익	91	69	111	133	189
영업이익률(%)	5.1%	4.0%	5.4%	6.2%	8.7%
기타수익	76	17	17	73	101
기타비용	993	42	28	80	1,989
금융수익	141	79	62	56	120
금융비용	257	46	51	71	101
지분법이익	21	34	28	33	25
지분법손실	46	40	29	23	30
법인세차감전순이익	(967)	71	110	121	(1,684)
법인세비용	(481)	9	56	77	(26)
연결당기순이익	(486)	62	54	44	(1,658)
지배지분순이익	(109)	76	55	28	(836)
비지배지분순이익	(376)	(14)	(1)	16	(822)
EBITDAR	244	219	303	332	393
조정 EBITDAR ¹⁾	286	248	330	354	400

연결재무상태표

(단위: 십억원)	2021.12.31	2022.12.31	2023.12.31
유동자산	8,102	7,770	8,980
현금및현금성자산	5,232	4,780	5,269
단기금융상품	1,574	1,210	1,662
매출채권	398	441	628
기타유동금융자산	319	362	565
기타유동자산	580	977	857
비유동자산	13,712	14,451	15,455
관계/공동기업 투자	3,216	2,652	2,951
유형자산	555	885	1,324
무형자산	6,348	6,022	5,829
기타비유동자산	3,594	4,891	5,351
금융업자산	965	757	1,147
자 산 총 계	22,780	22,978	25,582
유동부채	5,630	5,286	6,809
매입채무 및 기타채무	1,231	1,374	1,857
단기차입금	1,259	1,097	1,630
미지급법인세	189	158	153
기타유동부채	2,952	1,873	2,264
비유동부채	2,885	3,795	3,729
장기리스부채	1,318	1,643	1,731
이연법인세부채	757	604	710
기타비유동부채	810	1,548	1,288
금융업부채	674	440	817
부 채 총 계	9,190	9,520	11,356
자본금	45	45	45
자본잉여금	7,781	8,116	8,859
자본조정	77	41	8
기타포괄손익누계액	372	(1,257)	(975)
이익잉여금	1,710	2,983	2,213
비지배지분	3,606	3,529	4,078
자 본 총 계	13,590	13,457	14,226
부채와 자본 총계	22,780	22,978	25,582

1) 조정EBITDAR : 주식보상비용 반영

요약 재무제표 (별도)

손익계산서					
(단위 : 십억원)	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23
매출액	642	641	633	649	704
영업비용	480	513	518	521	507
인건비	97	135	142	135	104
매출연동비	238	234	218	230	241
외주/인프라비	74	70	78	68	73
마케팅비	10	3	5	9	11
상각비	60	60	64	66	66
기타	2	12	12	13	13
영업이익	162	127	115	128	197
영업이익률(%)	25.2%	19.9%	18.1%	19.8%	28.0%
기타수익	19	3	4	7	12
기타비용	91	2	6	18	253
금융수익	35	34	14	24	46
금융비용	28	14	16	14	15
법인세차감전순이익	97	149	111	128	(12)
법인세비용	(186)	27	21	34	3
당기순이익	283	122	91	95	(15)
EBITDAR	230	187	180	195	263
조정 EBITDAR ¹⁾	248	201	192	207	269

재무상태표			
(단위: 십억원)	2021.12.31	2022.12.31	2023.12.31
유동자산	2,413	2,349	2,156
현금 및 현금성자산	1,479	1,249	1,439
단기금융상품	255	211	22
매출채권	152	139	157
기타유동자산	527	750	539
비유동자산	7,612	8,457	9,353
종속/관계기업투자주식	3,548	4,752	5,472
유형자산	313	501	737
무형자산	1,574	1,609	1,595
기타비유동자산	2,178	1,596	1,549
자 산 총 계	10,025	10,806	11,510
유동부채	2,299	2,283	2,712
매입채무 및 기타채무	494	547	532
단기차입금	342	29	250
미지급법인세	56	-	-
기타유동부채	1,408	1,707	1,930
비유동부채	1,171	1,511	1,477
장기리스부채	1,076	1,306	1,310
이연법인세부채	-	91	55
기타비유동부채	95	113	113
부 채 총 계	3,470	3,793	4,189
자본금	45	45	45
자본잉여금	5,489	5,591	5,699
자본조정	77	41	8
기타포괄손익누계액	241	11	(5)
이익잉여금	703	1,325	1,574
자 본 총 계	6,554	7,013	7,321
부채와 자본 총계	10,025	10,806	11,510

Company Overview

플랫폼 사업

콘텐츠 사업

재무성과

ESG활동

2023 DJSI World 3년 연속 편입, S&P 글로벌 주관 기업 지속가능성 평가 TOP 1% 선정

기술윤리 위원회 2023년 주요 성과



디지털 책임성 강화

- **〈기술윤리 보고서〉 발행**
: 국내 기업 최초 기술윤리위원회의 한 해 간 활동 성과를 담아 발행
- **〈금융안전 보고서〉 발행**
: 안전한 디지털 플랫폼 환경 조성, 이용자 보호 위한 금융안전 활동
- **〈어르신을 위한 개인정보보호 안내서〉 공개**
: 디지털 격차와 소외를 줄이고 누구나 개인정보를 안전하게 지킬 수 있는 디지털 환경 구축

카카오쇼핑 더하는가치&우리동네 단골시장



소상공인 상생활동

- **카카오쇼핑 더하는 가치**
: 톡스토어 소상공인 판매자 대상 기업가형 온라인셀러 양성
- **우리동네 단골시장**
: 전국 100개 전통시장을 대상으로 특채널 활용 교육을 완료

감사합니다

a

