

kakao

Company Presentation

2025년 2월



유의사항

본 자료의 2024년 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.

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

콘텐츠 비즈니스

카카오

TALK

AI



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

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)

40.8%⁽¹⁾

kakaogames

모바일 / PC 게임,
비게임 부문(스크린 골프 등)

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

FY 2024 연간 실적 하이라이트

- 플랫폼 부문의 특비즈,페이와 모빌리티 중심 견조한 성장세에 따라 FY 2024 연간 연결 매출 +4% YoY 증가한 7.87조원 기록
- 4분기 일회성 대손상각비를 조정한 FY 2024 연간 연결 영업이익 5,230억원 (YoY +14%), OPM 6.6% (YoY +0.5%p)
- 코어 사업인 카카오톡의 특비즈 광고, 커머스는 30%를 상회하는 영업이익률 기록

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 : <발견> 영역과 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 및 카카오톡 내 AI 서비스 상반기 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 중

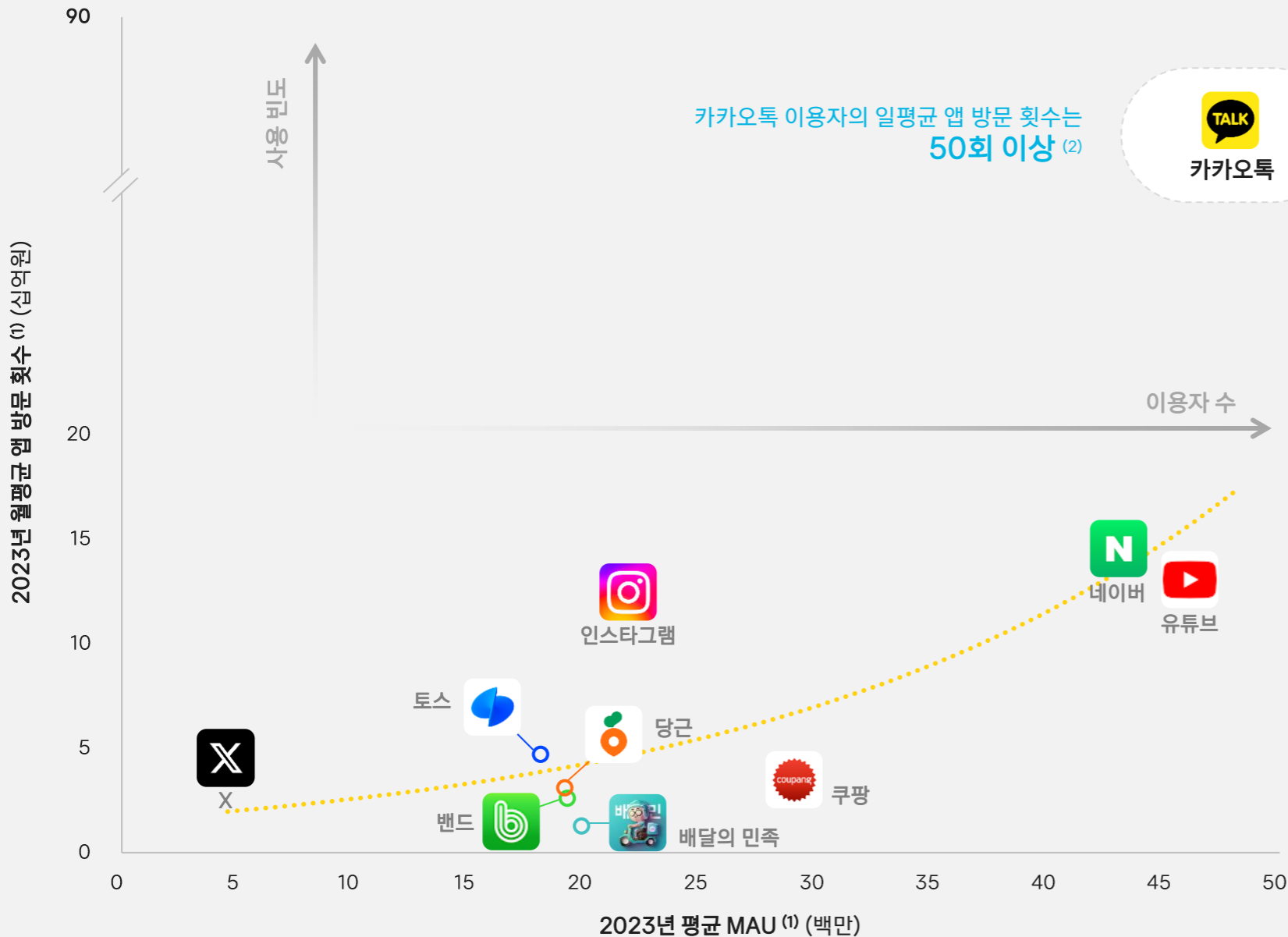
주요 전략 및 가이드선스

- 카카오톡의 이용자 체류시간 20% 이상 증가 및 특비즈 시장성장률 이상의 성장 목표
- 콘텐츠 부문 내 비핵심 정리 통한 핵심 사업 중심의 성장기반 구축 마련 (게임즈 세나테크놀로지 지분매각, 스토리 프랑스 철수 /동남아 서비스 종료)
- 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

2023년 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 구매 매출



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) 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) 2024년 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

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

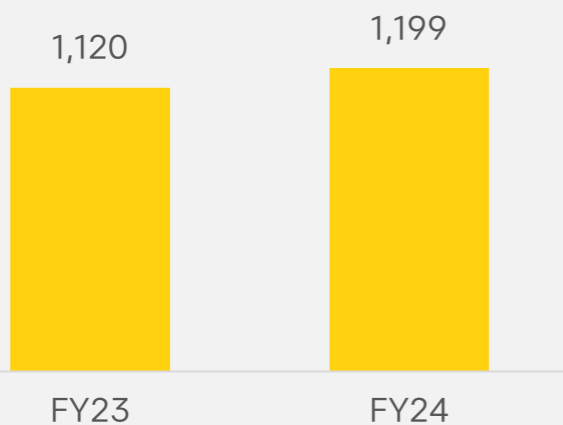
242조원
온라인 커머스 TAM⁽²⁾

4% M/S
e-커머스



카카오톡 광고 매출 성장 (십억원)

+7% CAGR



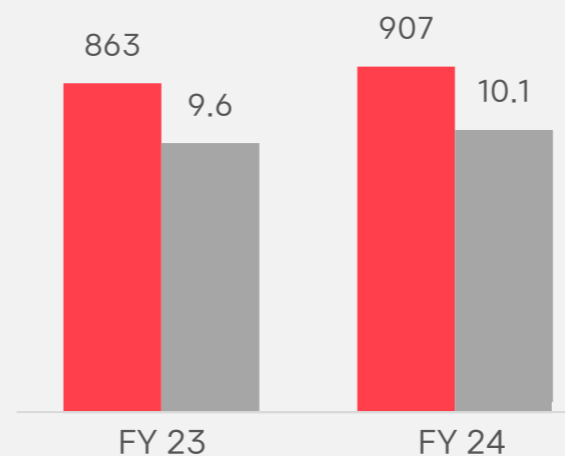
주요 성장 동력

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



카카오 e-커머스 매출 및 거래액 성장 (십억원, 조원)

+5% CAGR



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.

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



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



복미 & 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

테크핀

kakaopay
kakaobank

No. 1

인터넷 은행

167 조원

FY 2024페이 TPV



전 연령층 침투율 강화 & 저원가성 예금 비중 확대



크로스셀링 극대화 & 보험, 증권 수익성 개선

출처: 카카오, 공정위, 센서타워

성장단계별 비즈니스 최적화로 모멘텀 확보

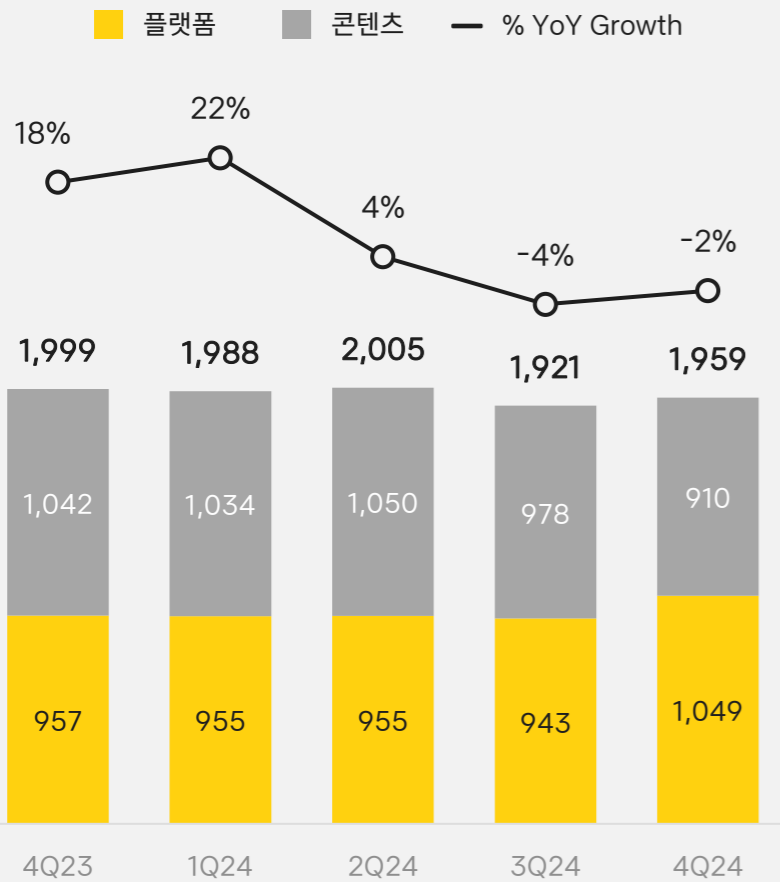


주요 재무 성과

건조한 플랫폼 부문 성장과 코어 사업 중심의 높은 수익성 유지

매출

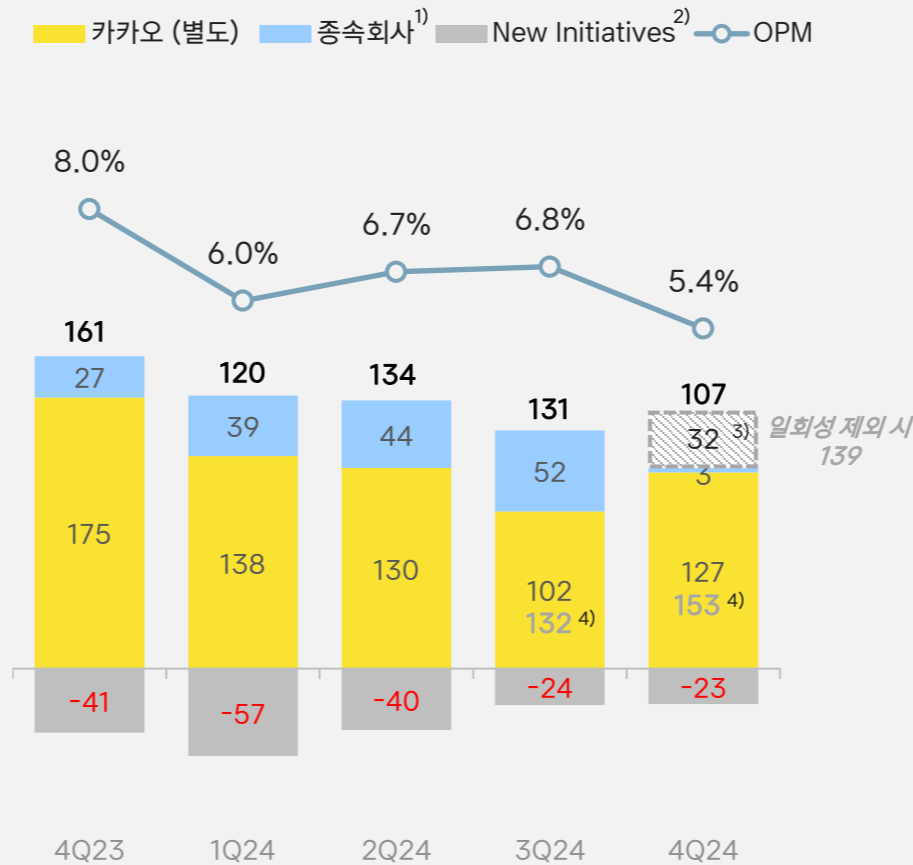
분기별 매출 (단위: 십억원)



- 카카오톡 건조한 트래픽 기반 **특비즈 광고 (+5% YoY), 커머스 (+4% YoY) 견고한 실적 기록**
- **모빌리티, 페이 두 자릿수 성장 지속**
- **콘텐츠 부문 수익성 중심의 전략 지속 (-13% YoY)**

영업이익(률)

분기별 영업이익(률) (단위: 십억원)



- 4분기 종속회사 카카오페이 일회성 비용 315억 반영
- **일회성 비용 제외한 FY 2024 연간 영업이익률 6.6% 기록 (+0.5%p YoY), 선제적 고강도 비용효율화 통해 전년대비 영업이익, 영업이익률 개선**

4Q24 실적 요약



특비즈 광고

(4Q24 +5% YoY, +10% QoQ)
 비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+18% YoY)
 신규서비스, 상품 출시 통해 성장동력 강화



특비즈 커머스

(4Q24 +4% YoY, +12% QoQ)
 선물하기 자기구매 거래액 성장 (+20% YoY)
 목적형 커머스에서 발견형 커머스 영역으로 확대



특비즈 높은 수익성 유지

(4Q24 특비즈 영업이익률 30%+)
 광고, 커머스 사업이 높은 영업이익률을 유지하며
 플랫폼의 건조한 경쟁력 입증

참고: (1) 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문. (2) 카카오엔터프라이즈, 카카오헬스케어
 참고: (3) 종속회사 카카오페이 티몬, 위메프 관련 일회성 비용 315억. (4) 카카오브레인 손실 제외시 카카오 별도 영업이익

Appendix

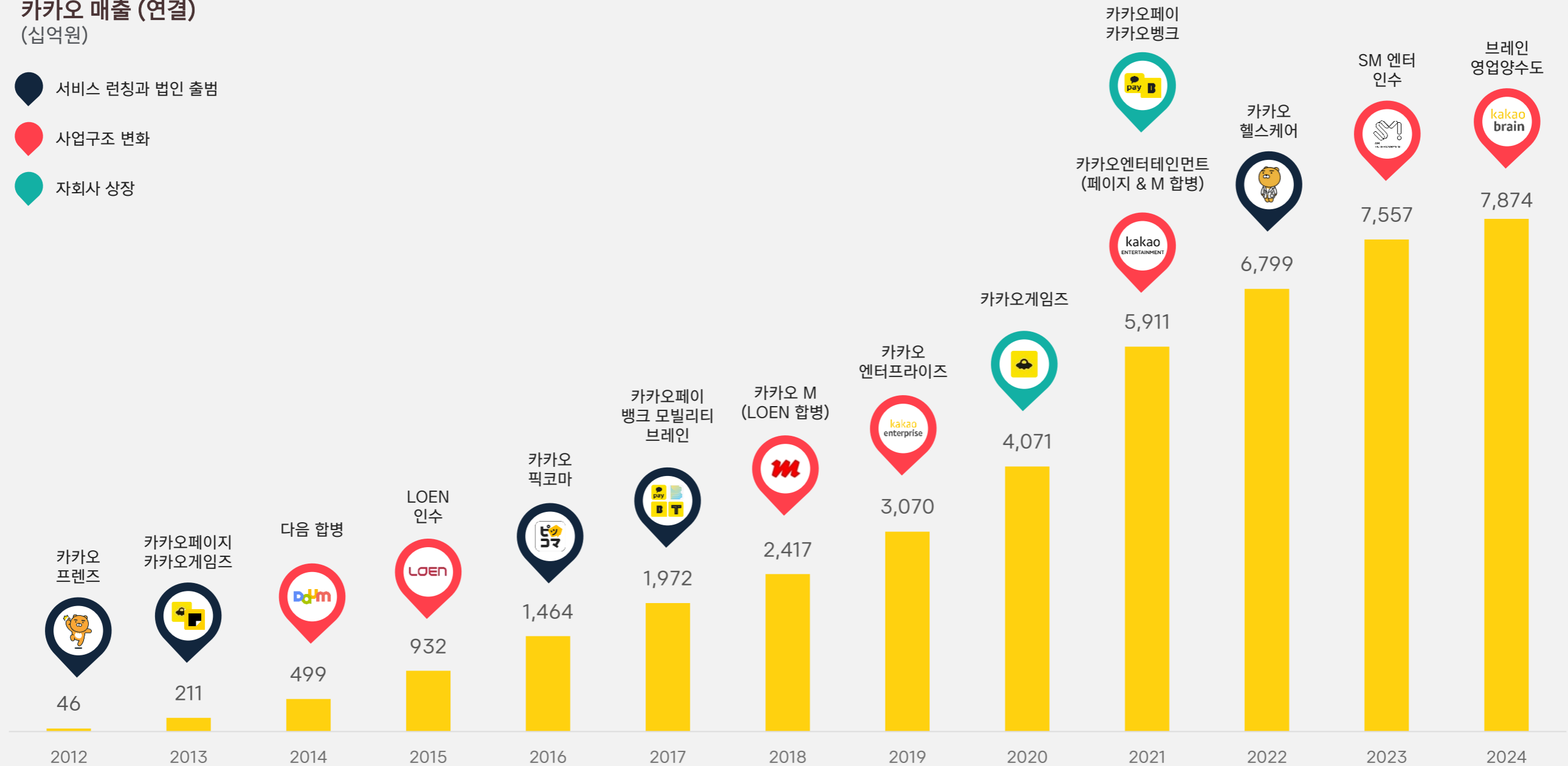
Appendix 1. 히스토리

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

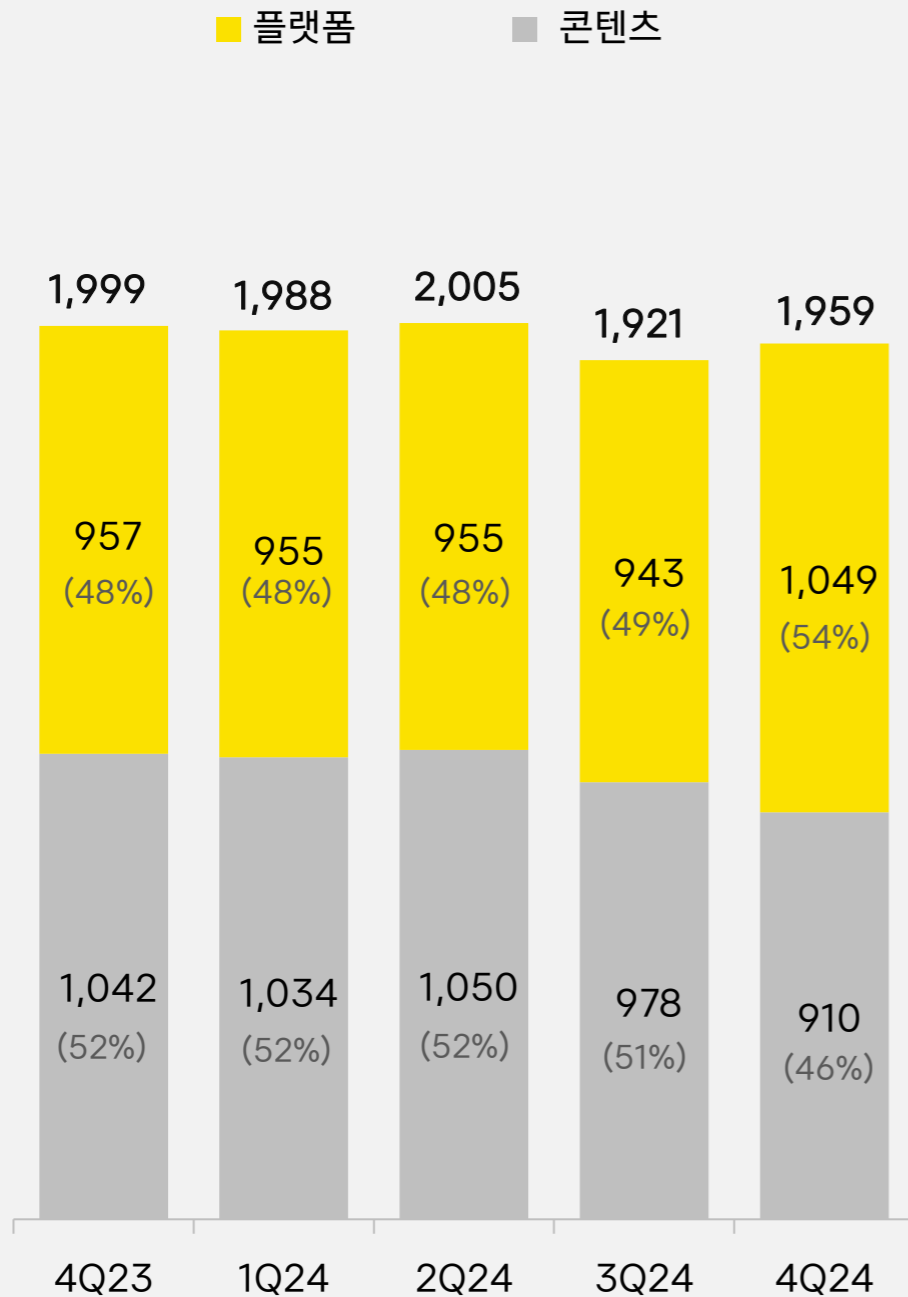
2024년 4분기 실적발표

매출 구성

총 매출 -2% YoY / +2% QoQ

4분기 매출 비중 : 플랫폼 54%, 콘텐츠 46%

(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

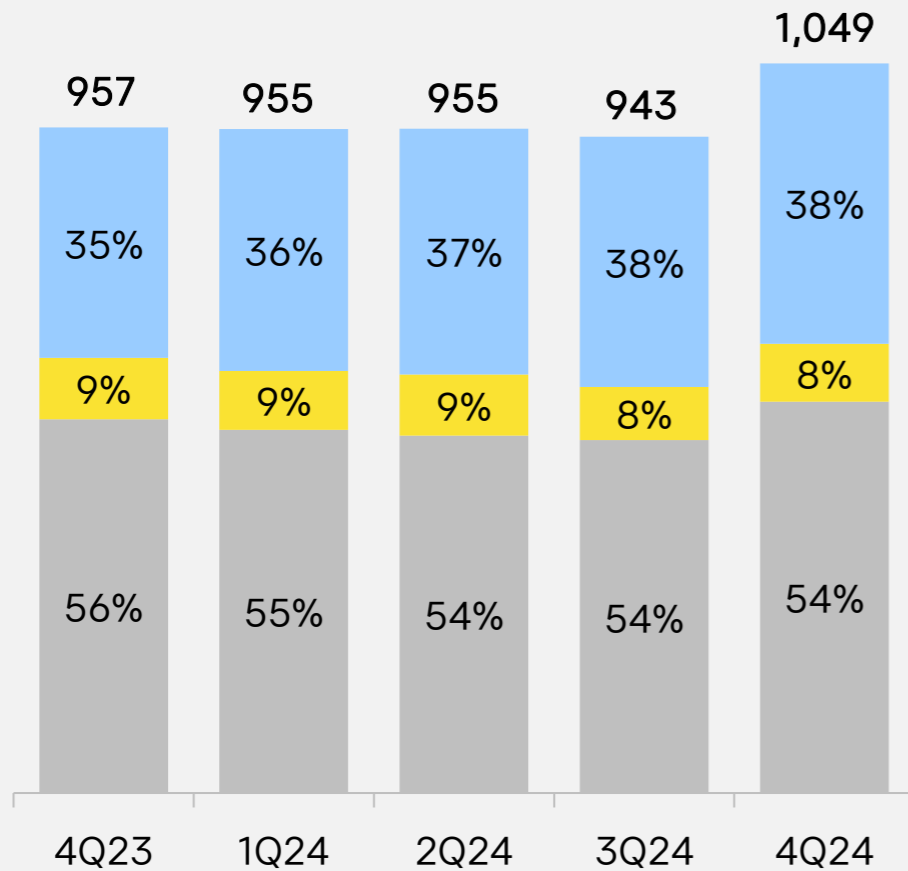
부문별 매출

플랫폼 부문

4Q24 +10% YoY, +11% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

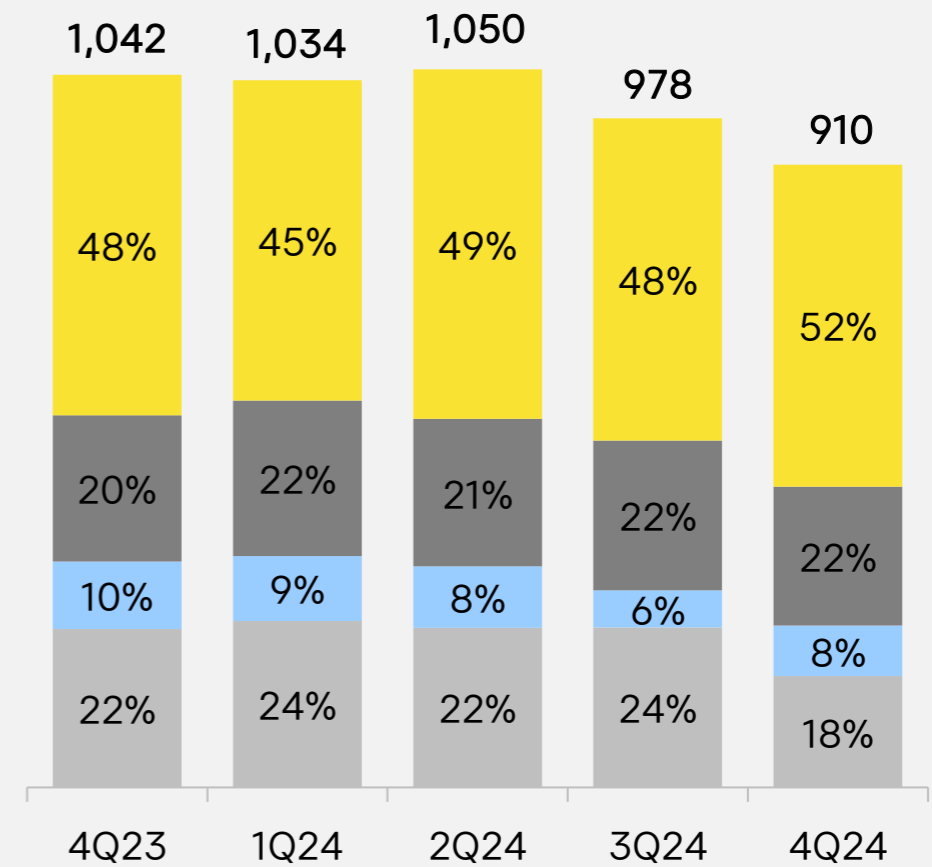


콘텐츠 부문

4Q24 -13% YoY, -7% QoQ

(단위: 십억원)

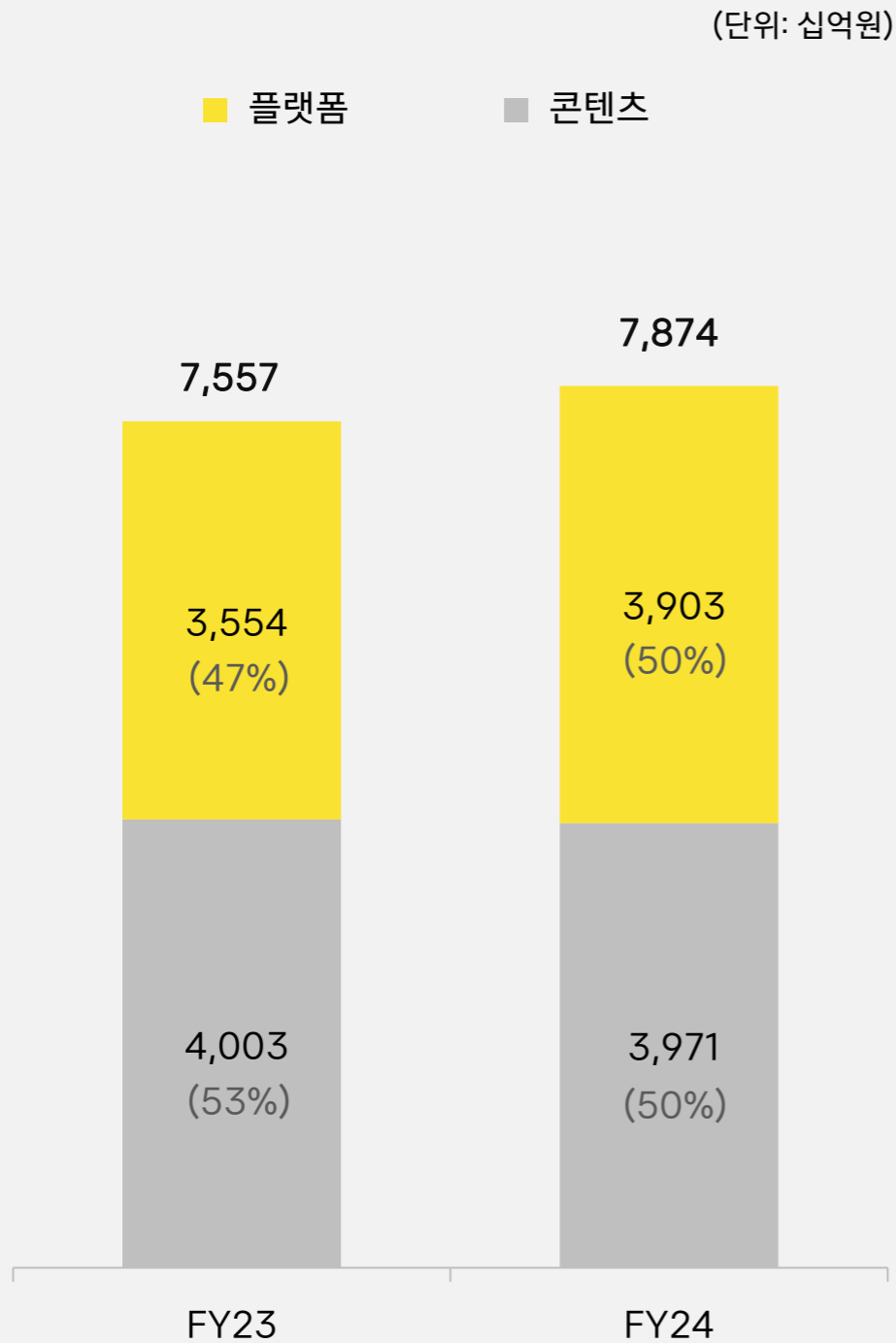
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



부문별 매출 | 2024년 연간

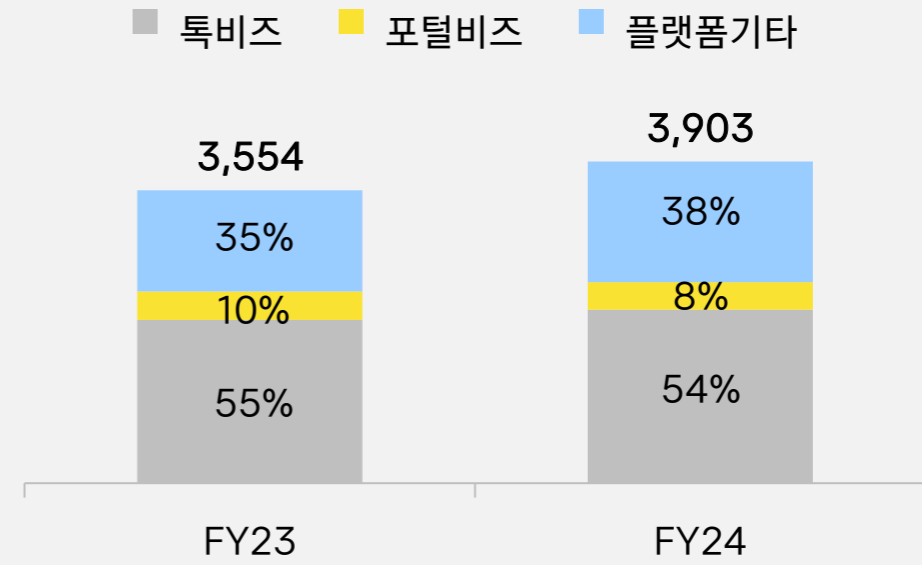
총 매출 +4% YoY

FY24 매출 비중 : 플랫폼 50%, 콘텐츠 50%



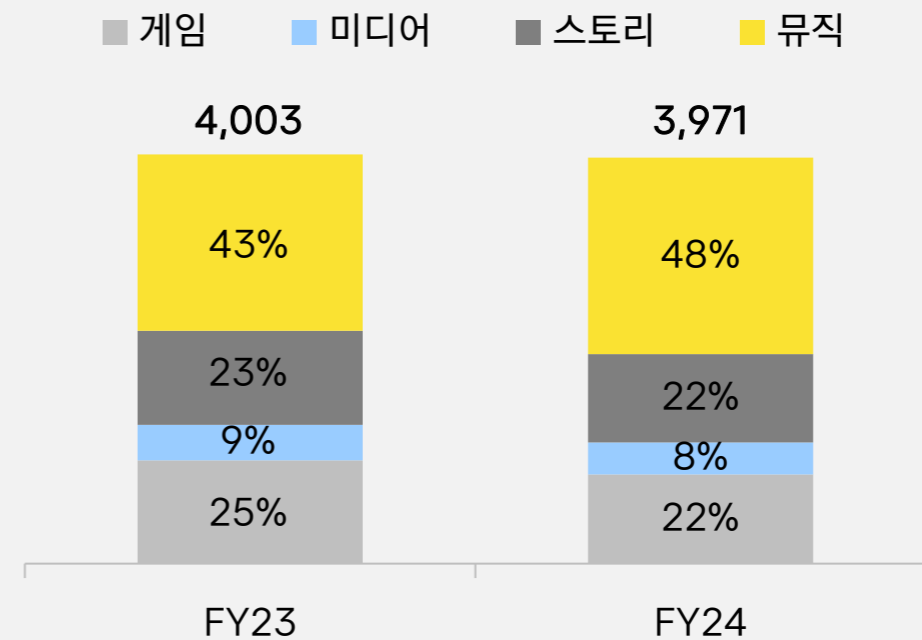
플랫폼 부문 +10% YoY

(단위: 십억원)



콘텐츠 부문 -1% YoY

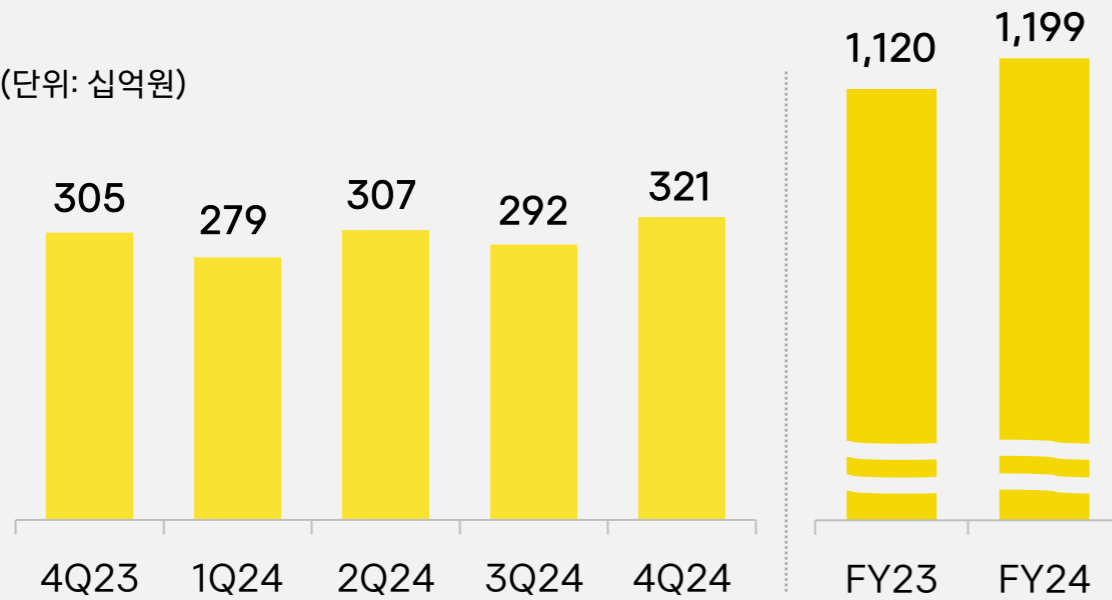
(단위: 십억원)



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

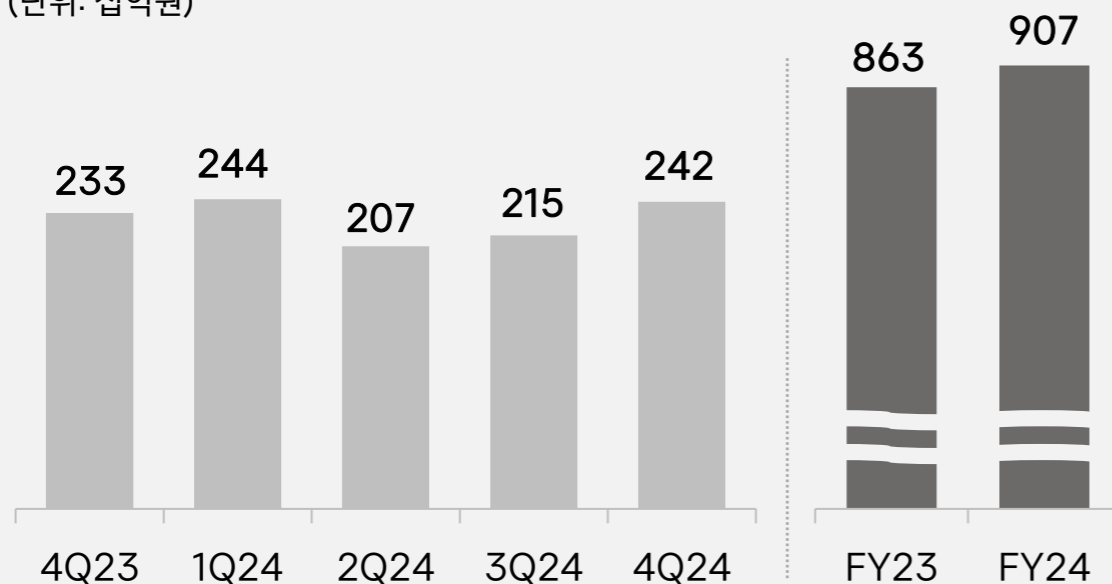


4Q24 +5% YoY, +10% QoQ | FY24 +7% YoY

- (YoY) ① 비즈니스 메시지 +18%, 금융, 커머스 중심 활성화
광고주 수 성장 및 특채널 친구 수 확대에 따른 발송량 증가,
② 특 전체 DA -2%, 내수 경기와 광고 업황 회복 지연 영향
- (QoQ) 계절적 성수기 영향

커머스

(단위: 십억원)



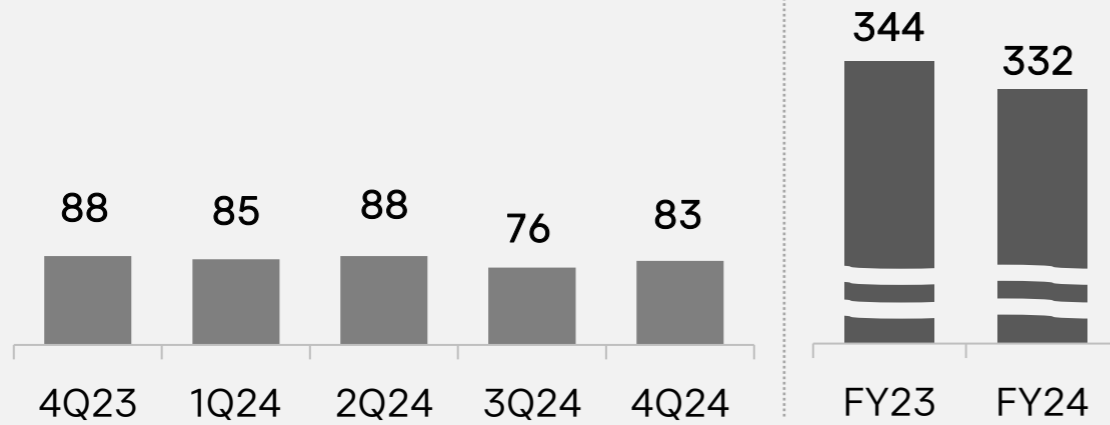
4Q24 +4% YoY, +12% QoQ | FY24 +5% YoY

- 거래액: 4분기 2.7조원(+3% YoY), 24년 연간 10조원(+5% YoY)
- (YoY) 선물하기 내 자기구매 맥락 강화로 자기구매 거래액은
+20% 증가
- (QoQ) 개인화 상품 큐레이션 고도화 및 계절적 성수기 효과

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

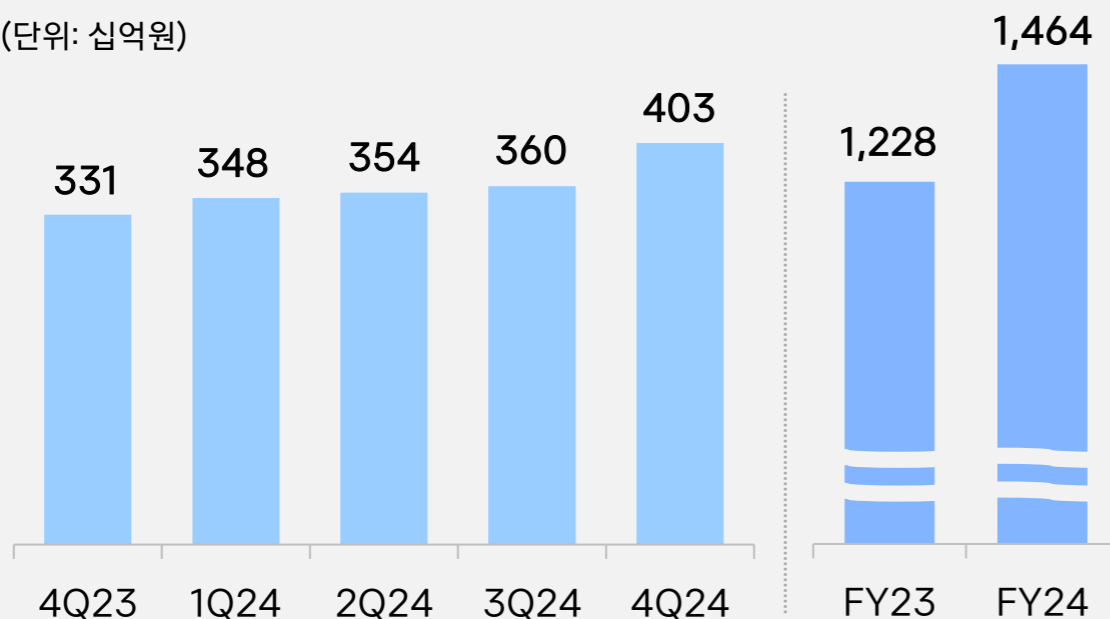


4Q24 -6% YoY, +9% QoQ | FY24 -4% YoY

- (YoY) 이용자 지표 감소 영향
- (QoQ) 계절적 성수기 효과
- 올해 1월 Daum 앱 전면 개편과 지속적인 콘텐츠 다변화 시도를 통해 이용자 활동성 개선 목표

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



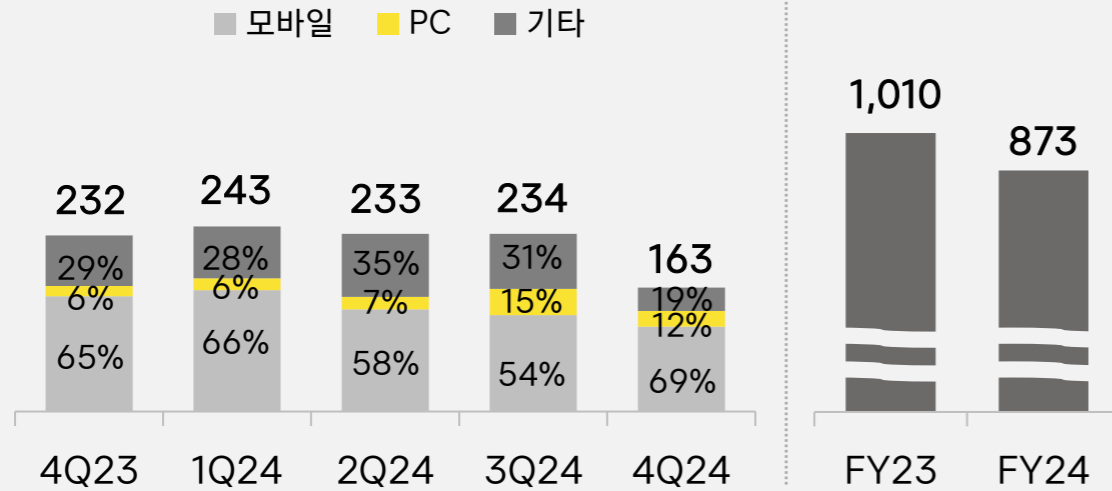
4Q24 +22% YoY, +12% QoQ | FY24 +19% YoY

- 모빌리티 : 택시, 대리, 주차, 쿡 전반 사업에서 견조한 성장 기록
- 페이 : 금융서비스 매출 역대 최고치 기록하면서 두 자릿수 매출 성장 지속, 카카오페이증권 첫 분기 흑자 기록

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

게임

(단위: 십억원)

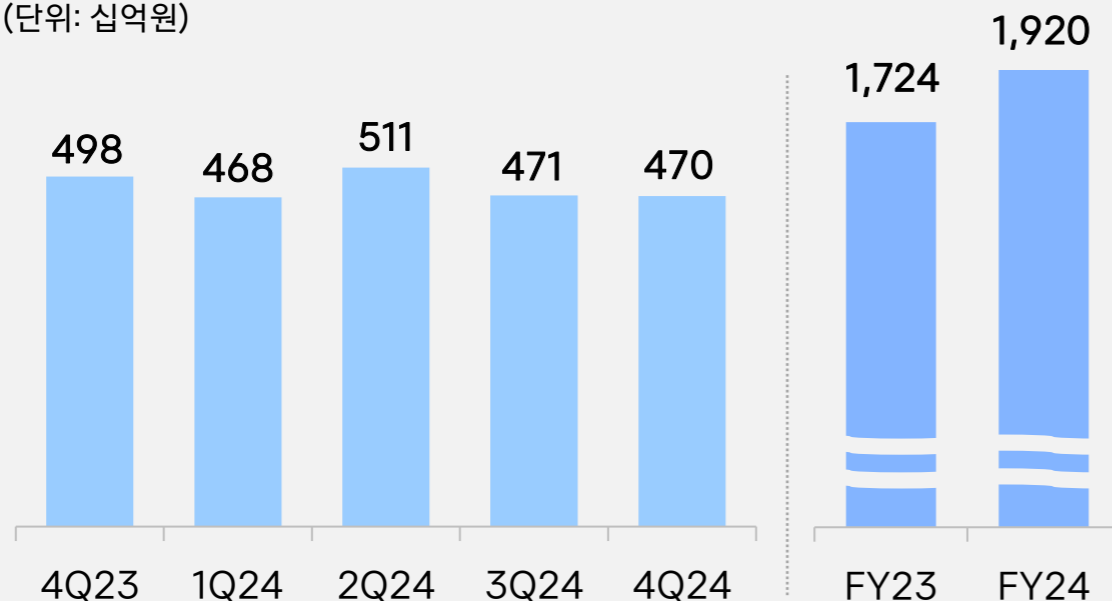


4Q24 -30% YoY / QoQ | FY24 -14% YoY

- (YoY/QoQ) 신작 부재 및 비게임부문의 역성장 지속
- 2025년 상반기 비용 효율화 노력 지속, 하반기大作 출시에 따른 턴어라운드 목표

뮤직

(단위: 십억원)



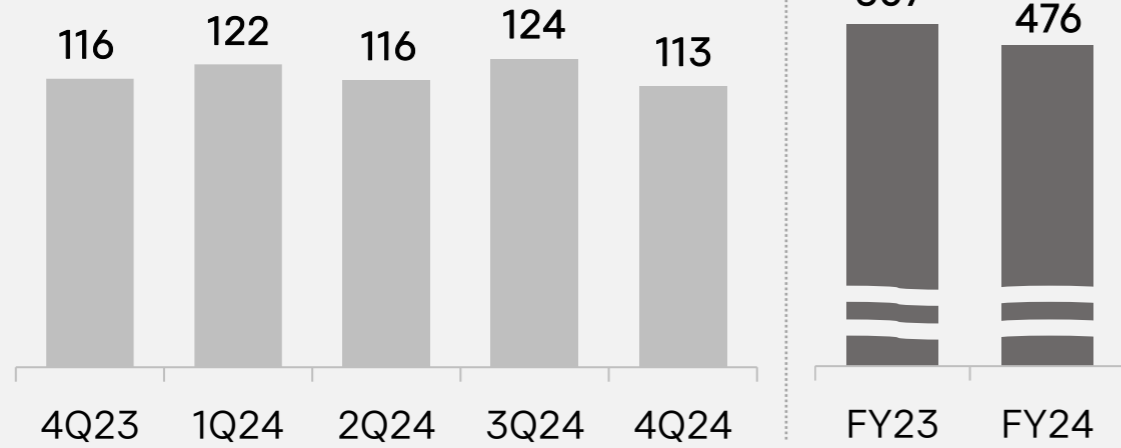
4Q24 -6% YoY, -0.1% QoQ | FY24 +11% YoY

- (레이블) 주요 아티스트들의 앨범 판매 호조와 활발한 글로벌 활동을 기반으로 견조한 성과를 기록하며 전분기와 유사, 전년동기 대비로는 높은 기저효과로 인해 감소
- (유통) 견조한 1위 사업자 지위 유지
- (멜론) 수익성 중심의 전략 지속

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

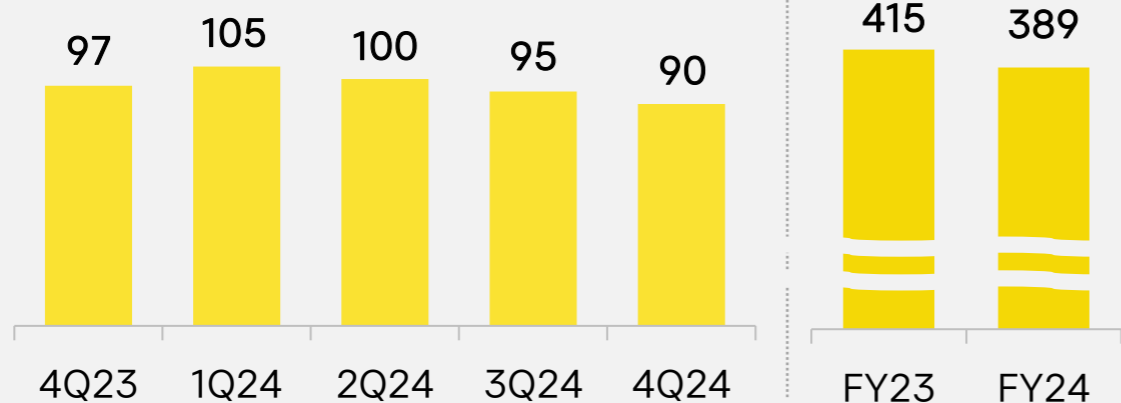


4Q24 -3% YoY, -9% QoQ | FY24 -6% YoY

- (엔화 기준) 거래액 +4% YoY, -8% QoQ, 매출액 +2% YoY, -5% QoQ
- (YoY) 주요 신작 IP <나혼자만 레벨업 : 라그나로크> 흥행 및 전략적 육성 작품들의 성과 호조
- (QoQ) 여름 성수기 효과 소멸로 감소했으나 수익성 개선 달성
- 일본 내 전체 앱 매출에서 2년 연속 1위 기록

엔터테인먼트

(단위: 십억원)



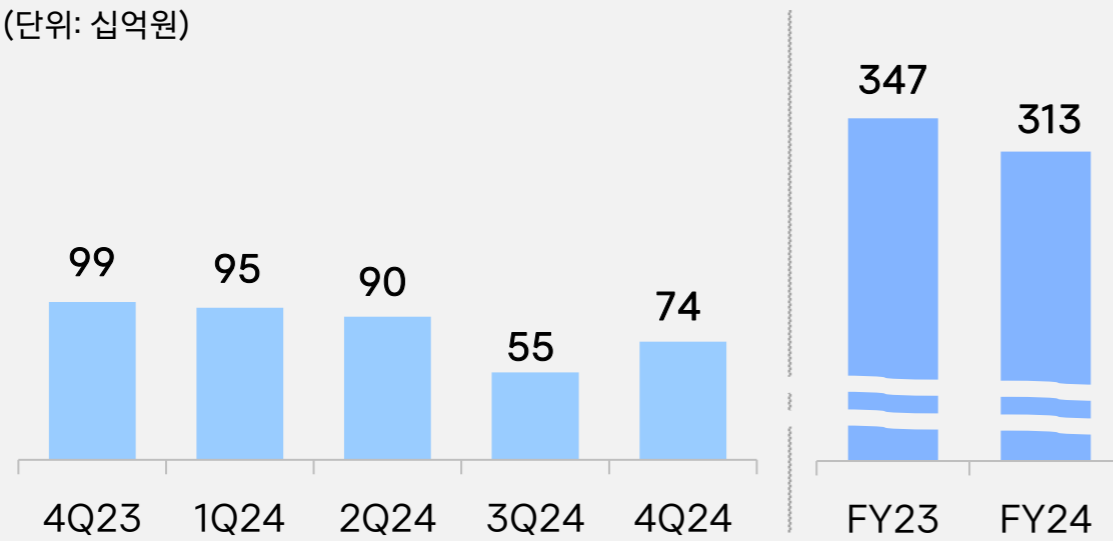
4Q24 -8% YoY, -5% QoQ | FY24 -6% YoY

- (YoY/QoQ) <지금거신 전화는>, <조명가게>와 같은 성공적인 2차 영상화 IP 공개가 있었으나, 대외적 이슈들로 인해 라이브 영상으로 트래픽 집중 현상이 심화되면서 감소

콘텐츠 부문 | 미디어

미디어

(단위: 십억원)



4Q24 -25% YoY, +35% QoQ | FY24 -10% YoY

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

실적요약

(단위: 십억원)	4Q23	3Q24	4Q24	YoY	QoQ	2023	2024	YoY
매출	1,999	1,921	1,959	-2%	2%	7,557	7,874	4%
플랫폼 부문	957	943	1,049	10%	11%	3,554	3,903	10%
특비즈	538	507	563	5%	11%	1,982	2,106	6%
포털비즈	88	76	83	-6%	9%	344	332	-4%
플랫폼 기타	331	360	403	22%	12%	1,228	1,464	19%
콘텐츠 부문	1,042	978	910	-13%	-7%	4,003	3,971	-1%
게임	232	234	163	-30%	-30%	1,010	873	-14%
뮤직	498	471	470	-6%	-0.1%	1,724	1,920	11%
스토리	213	219	203	-5%	-7%	922	864	-6%
미디어	99	55	74	-25%	35%	347	313	-10%
영업비용	1,838	1,791	1,852	1%	3%	7,096	7,382	4%
영업이익	161	131	107	-34%	-18%	461	491	7%
영업이익률	8.0%	6.8%	5.4%	-2.6%pt	-1.3%pt	6.1%	6.2%	+0.1%pt
당기순이익	(1,917)	79	(277)	적자지속	적자전환	(1,817)	(44)	적자지속
지배지분순이익	(1,112)	106	(132)	적자지속	적자전환	(1,013)	149	흑자전환
비지배지분순이익	(805)	(27)	(145)	적자지속	적자지속	(804)	(193)	적자지속
당기순이익률	-	4.1%	-	-	-	-	-	-

영업비용

(단위: 십억원)	4Q23	3Q24	4Q24	YoY	QoQ	2023	2024	YoY
영업비용	1,838	1,791	1,852	1%	3%	7,096	7,382	4%
인건비	472	459	467	-1%	2%	1,860	1,886	1%
매출연동비	714	748	744	4%	-1%	2,986	3,108	4%
외주/인프라비	257	194	199	-23%	3%	835	791	-5%
마케팅비	104	105	103	-1%	-3%	406	406	-0.04%
상각비	210	211	246	17%	17%	751	862	15%
기타	80	74	94	17%	27%	258	330	28%

4분기 증감 분석

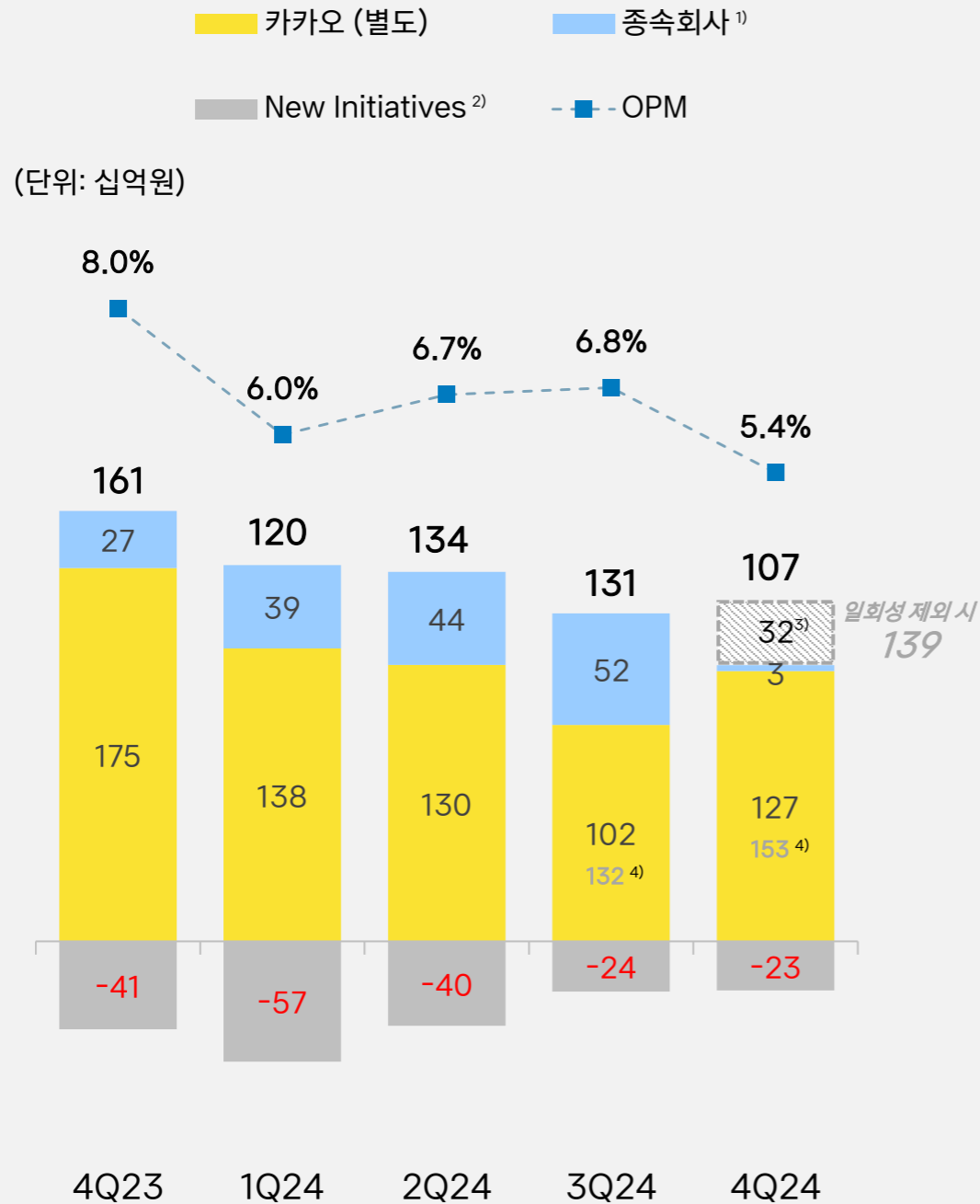
- 인건비 (YoY/QoQ) 보수적인 채용 기조 유지한 영향으로 전년동기, 전분기 대비 유사한 수준
- 매출연동비 (YoY) 전년동기 SM엔터 지급수수료 계정 변환¹⁾에 따른 낮은 기저 효과로 소폭 증가
- 외주/인프라비 (YoY) 전년동기 SM엔터 지급수수료 계정 변환¹⁾에 따른 높은 기저 효과로 큰 폭 감소
- 마케팅비 (YoY/QoQ) 전사 효율적인 마케팅 집행 기조 유지
- 상각비 (YoY/QoQ) 카카오페이 티몬, 위메프 관련 일회성 비용 약 315억원을 3Q24 영업외비용에서 당분기 영업비용 중 대손상각비로 조정 반영한 영향

1) 전년동기 연간 누적 SM엔터 지급수수료를 기존 매출연동비에서 외주/인프라비와 인건비로 계정 변환

영업이익 / 당기순이익

영업이익(률)

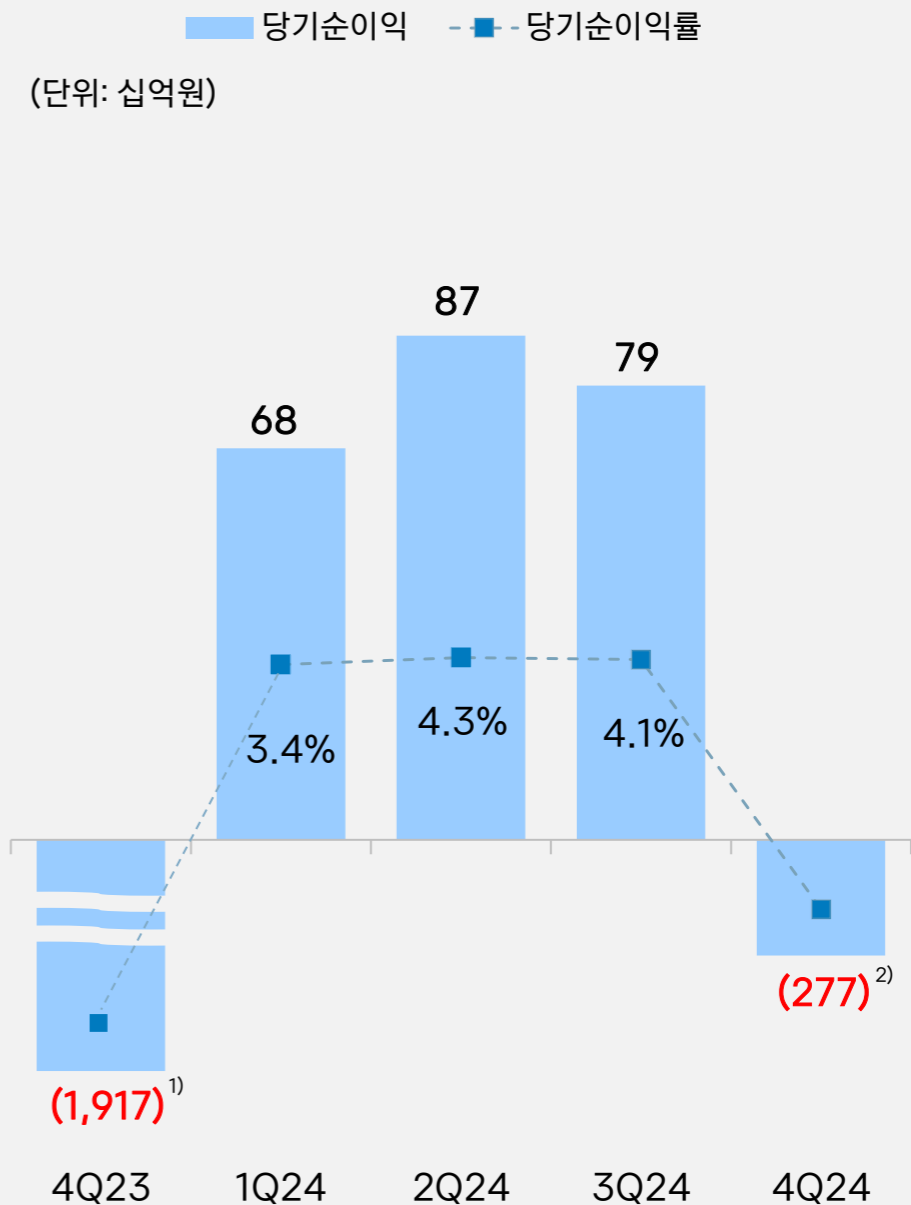
4Q24 -34% YoY, -18% QoQ



1) 종속회사: 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문, 내부거래 조정 포함
 2) New Initiatives: 카카오엔터프라이즈, 카카오헬스케어
 3) 종속회사 카카오페이 티몬, 위메프 관련 일회성 비용 315억
 4) 카카오브레인 손실 제외시 카카오 별도 영업이익

당기순이익(률)

4Q24 적자 지속 YoY, 적자 전환 QoQ



1) 4Q23: 영업권 손상 1조 4,833억원과 PPA무형자산 손상차손 3,114억원 인식
 2) 4Q24: 영업권 손상 2,266억원과 지분법 주식 손상차손 808억원 인식

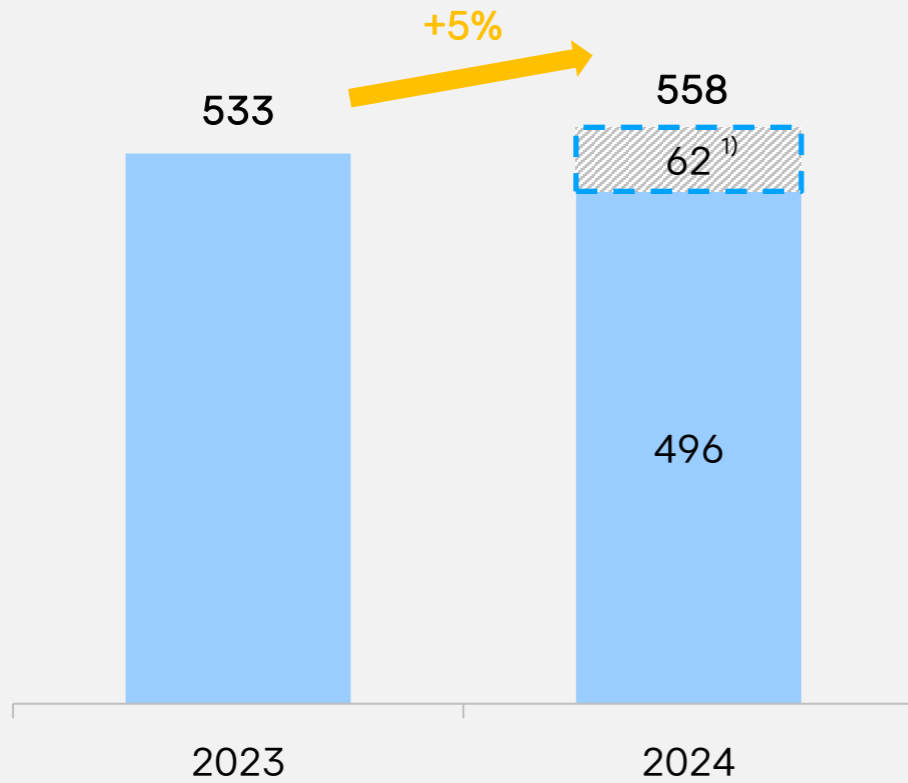
견조한 핵심사업 수익성

미래 성장동력 발굴을 위한 적극적인 AI 투자에도 불구하고, 고수익 핵심사업의 성장으로 견조한 이익 기반 확보

별도 영업이익

(단위: 십억원)

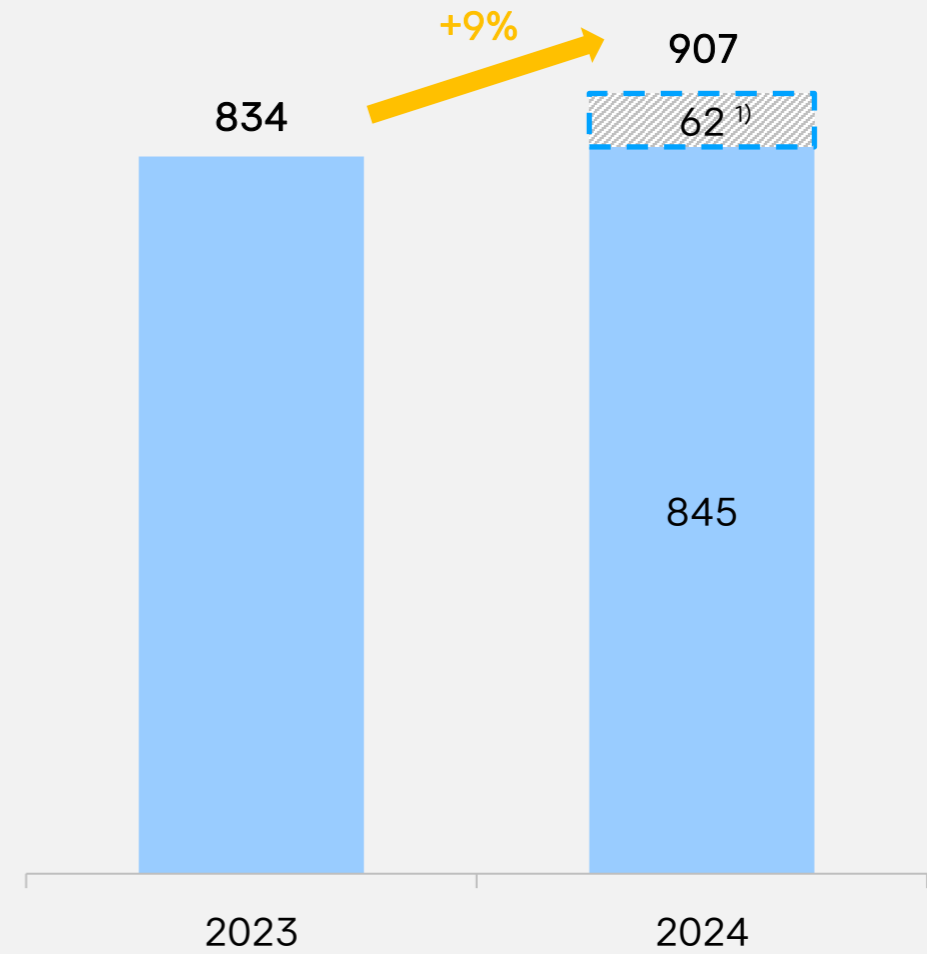
■ 별도 영업이익 ■ 브레인



별도 조정 EBITDAR²⁾

(단위: 십억원)

■ 별도 EBITDAR ■ 브레인



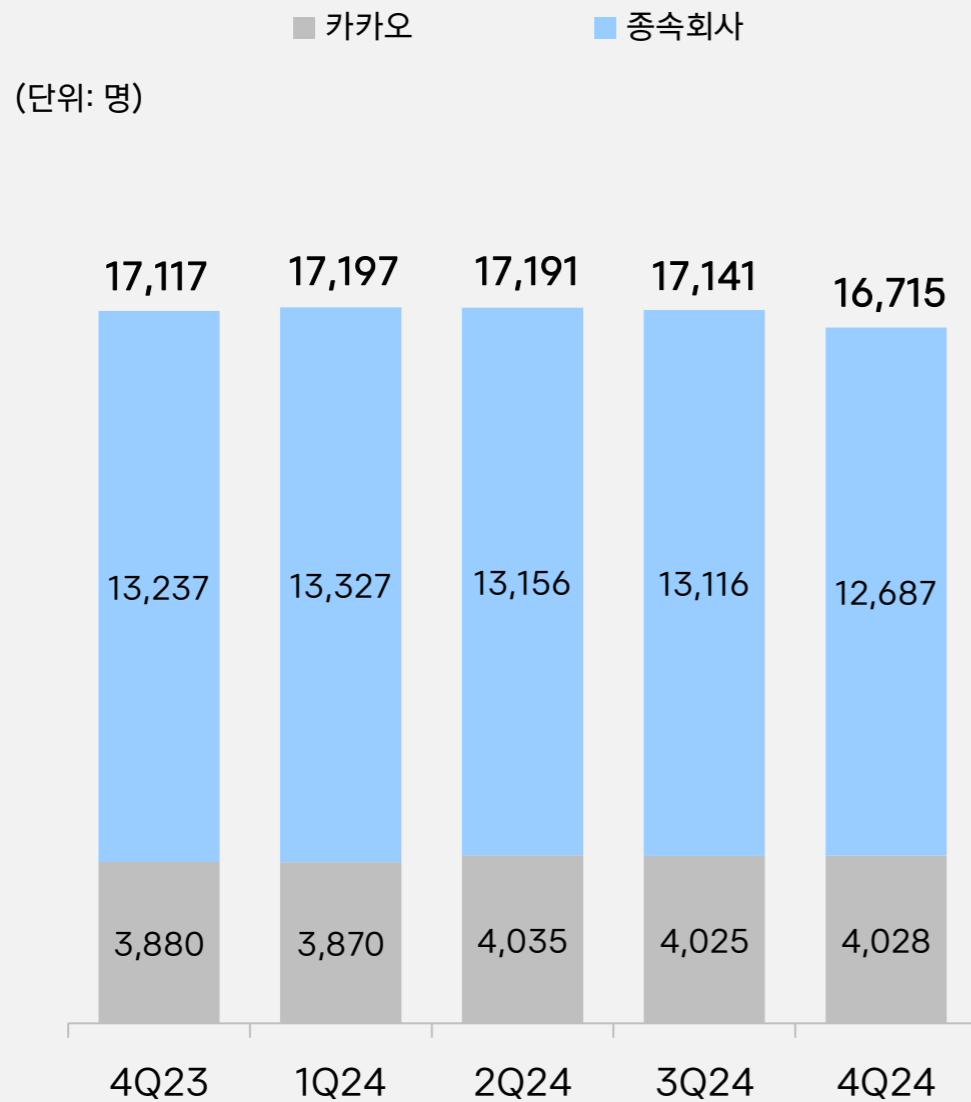
1) 카카오브레인 24년 6월부터 12월까지 누적 비용 621억원

2) 조정 EBITDAR: EBITDAR + 주식보상비용

인원 / CapEx

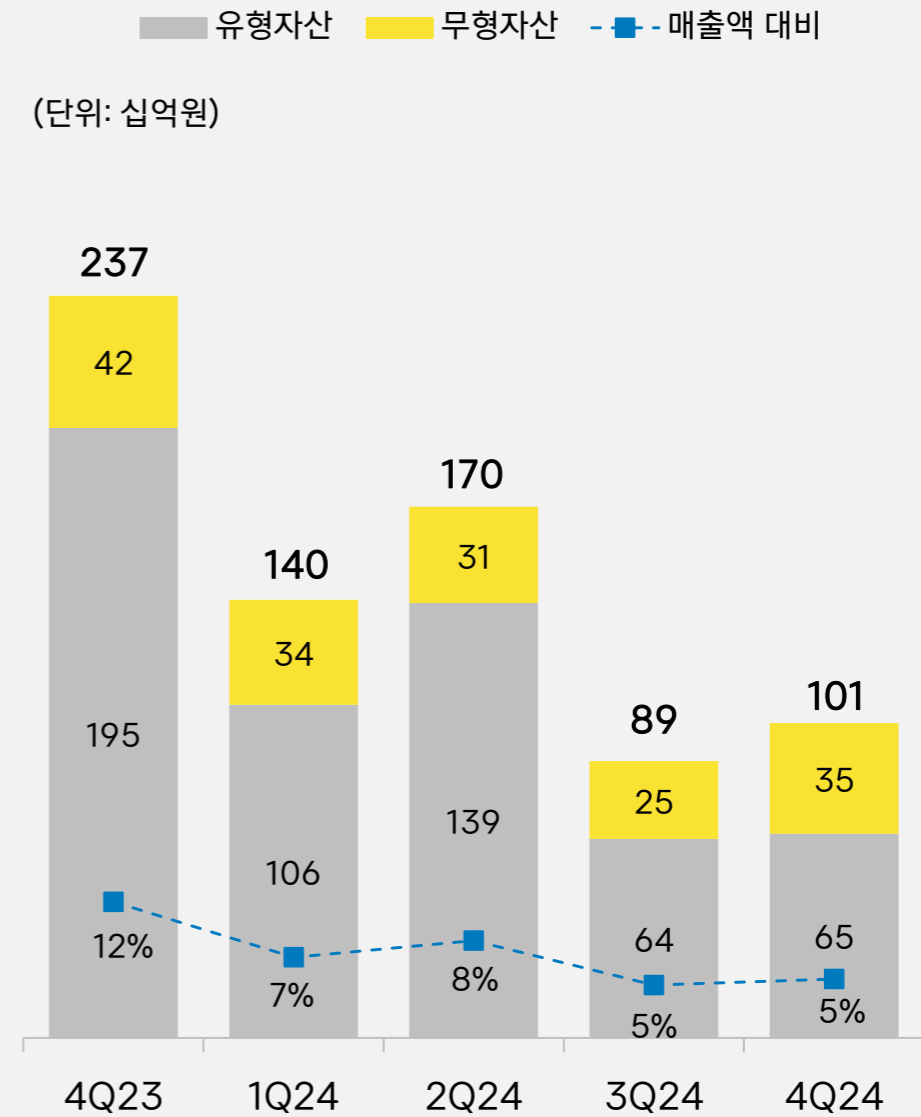
인원 현황

일부 자회사 매각 및 보수적인 채용 기조로 감소 -402명
YoY, -426명 QoQ



CapEx

지난해 자체 데이터센터 건설 및 24년 상반기 AI사업 관련 투자 집중되었던 영향으로 -1,260억원 YoY, 콘텐츠 IP 관련 무형자산 증가로 +121억원 QoQ



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

ESG 활동성과



2024 카카오 그룹 기술윤리 보고서 발간

- 카카오 AI 윤리 신규조항, 안전한 AI를 위한 핵심 체크리스트, 생성형 AI의 사내 활용 정책 등 총 3건의 기술윤리 정책 수립
- 2024년 그룹 전반에서 안전과 신뢰, 투명성, 포용성 및 공정성, 개인정보보호와 보안 분야 내 기술윤리 활동 총 40건의 실시



동반성장위원회 선정 '2024년 대한민국 동반성장 대상' 수상

- '프로젝트 단골' 누적기준 전국 약 2,800명 상인 대상 1:1 맞춤 디지털 교육 및 특채널 메시지 발송 지원금, 오프라인 행사 등 마케팅 지원
- 소상공인 디지털 전환 지원을 통해 약 2,800개 신규 특채널 생성 및 73만 명의 고객 친구추가 완료



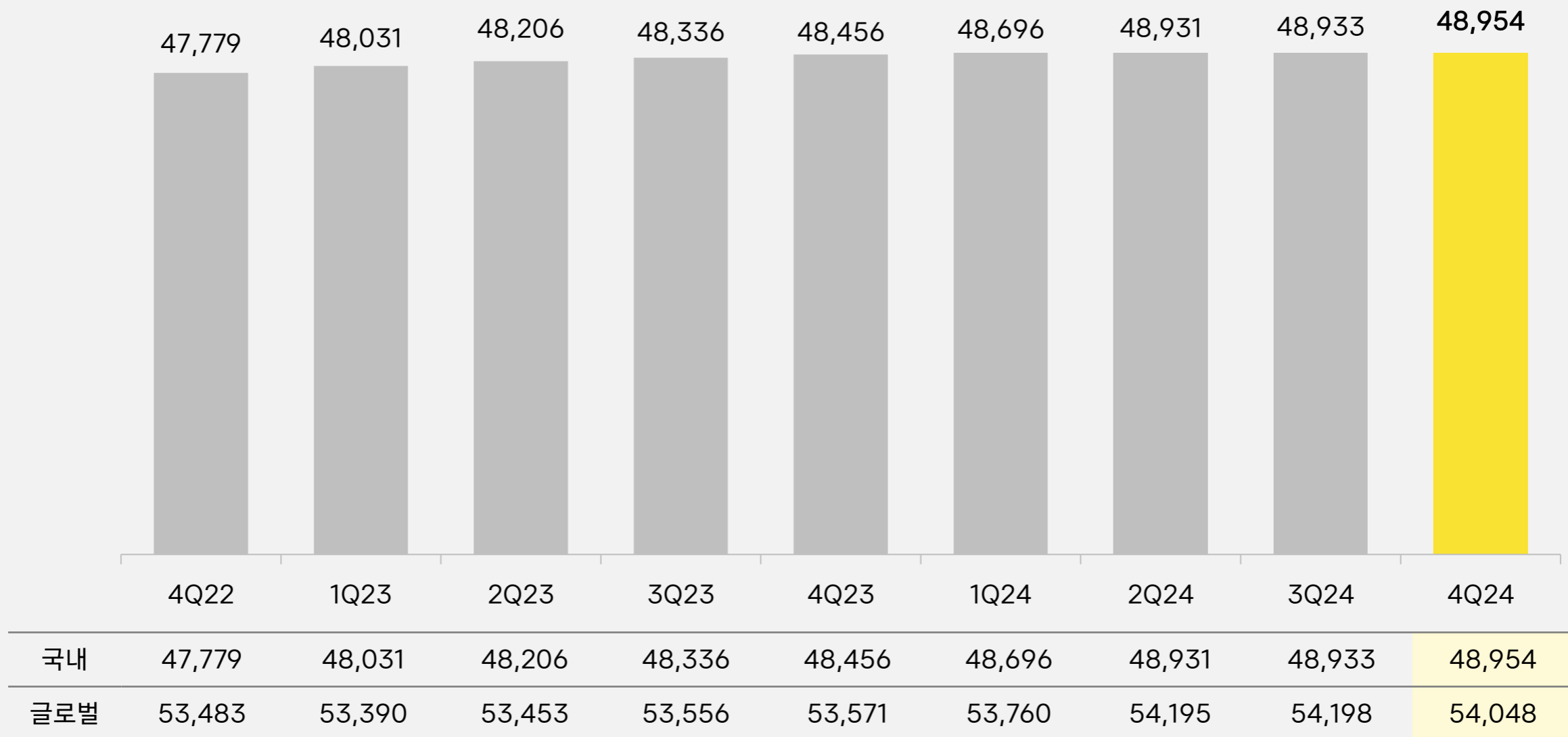
비즈니스 연속성 경영시스템 'ISO 22301' 인증 획득

- 장애 및 재해 대응력과 서비스 연속성 관리 체계 입증하여 글로벌 수준의 비즈니스 연속성 경영체계 인정받아 ISO 22301 인증 획득
- 서비스 영향분석 및 리스크 평가를 통한 리스크 사전 식별과 위기상황의 인식부터 대응까지 단계적 프로세스를 고도화를 통해 장애나 재해 상황에서도 빠르게 대응 및 복구할 수 있는 시스템 마련

카카오톡 MAU

4천9백만 명에 가까운 견조한 국내 카카오톡 월간 활성 이용자(MAU) 유지

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

