

# kakao

## 2025년 1분기 실적발표

2025. 5. 8 | Kakao Investor Relations



# 유의사항

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.

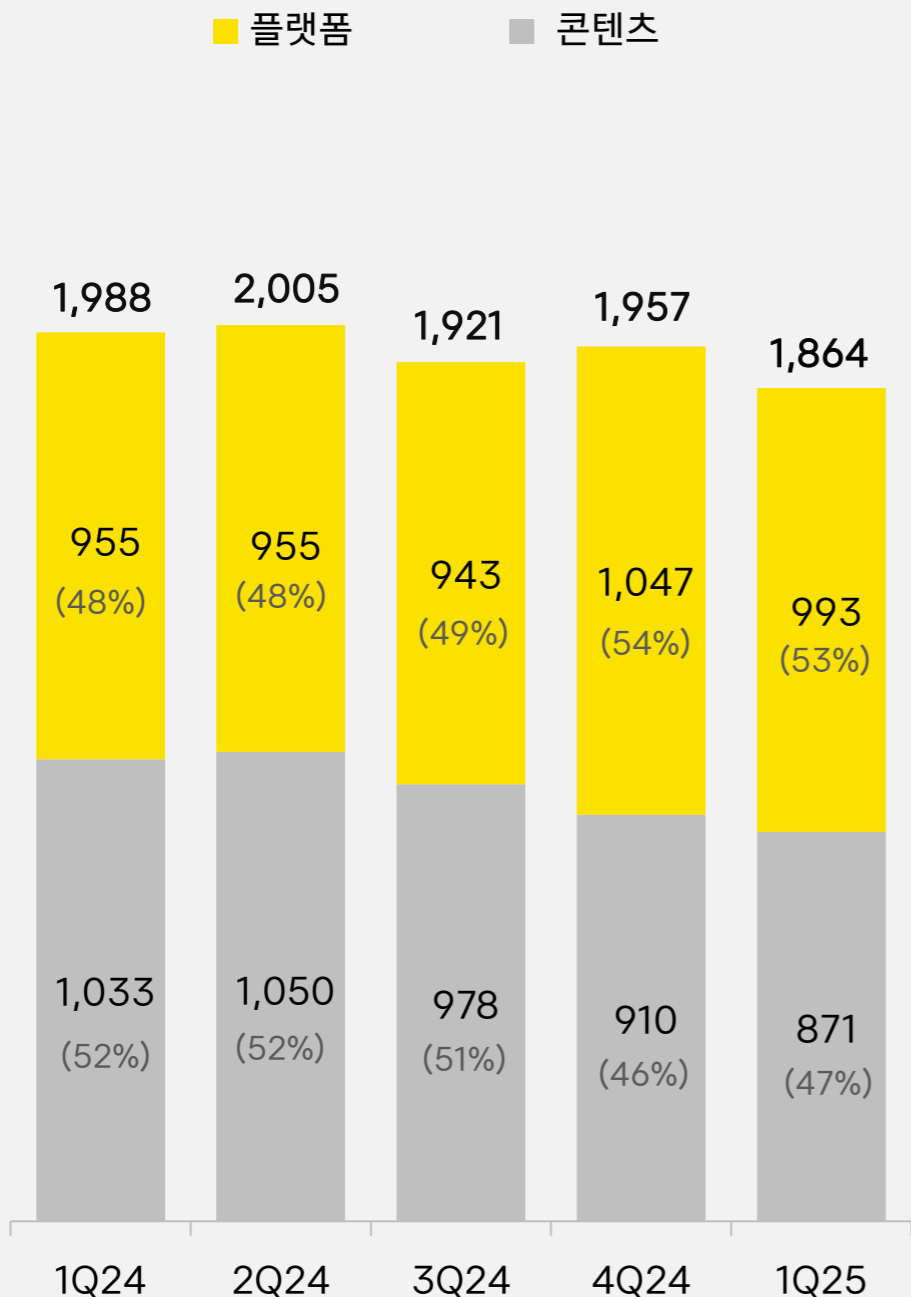
따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, (주)카카오는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

# 매출 구성

총 매출 -6% YoY / -5% QoQ

1분기 매출 비중 : 플랫폼 53%, 콘텐츠 47%

(단위: 십억원)



매출 구성	
플랫폼	<b>특비즈</b> 광고형 : 특DA (비즈보드 / 신규 DA), 비즈니스 메시지, 구독 및 기타 거래형 : 선물하기, 톡스토어, 카카오프렌즈 온라인 및 기타
	<b>포털비즈</b> Daum PC / Mobile 카카오토리 / 스타일 / 페이지 기타 자회사광고
	<b>플랫폼 기타</b> 모빌리티 페이 엔터프라이즈 헬스케어 메이커스 <sup>1)</sup> 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

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

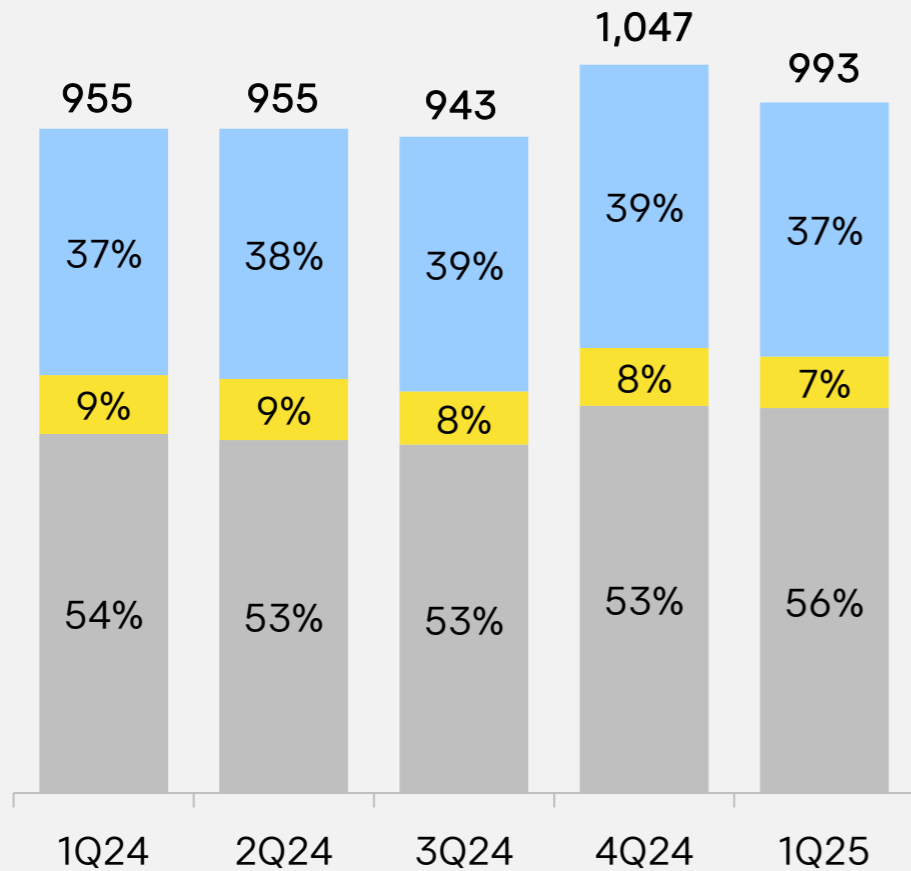
# 부문별 매출

## 플랫폼 부문

1Q25 +4% YoY, -5% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

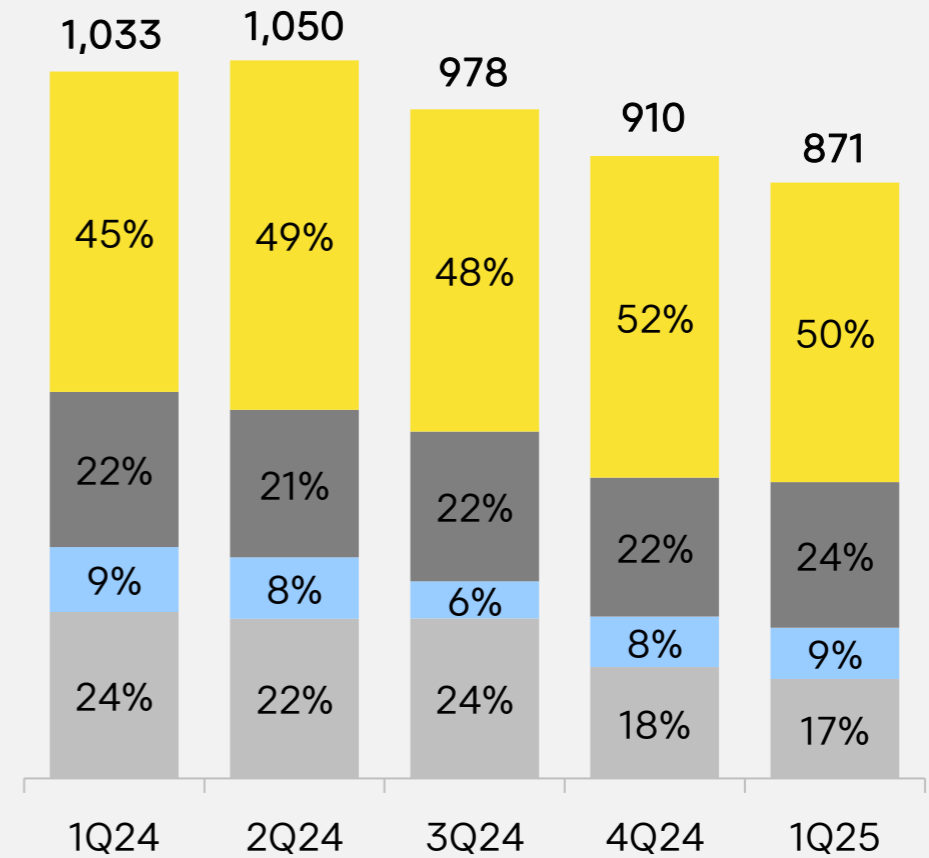


## 콘텐츠 부문

1Q25 -16% YoY, -4% QoQ

(단위: 십억원)

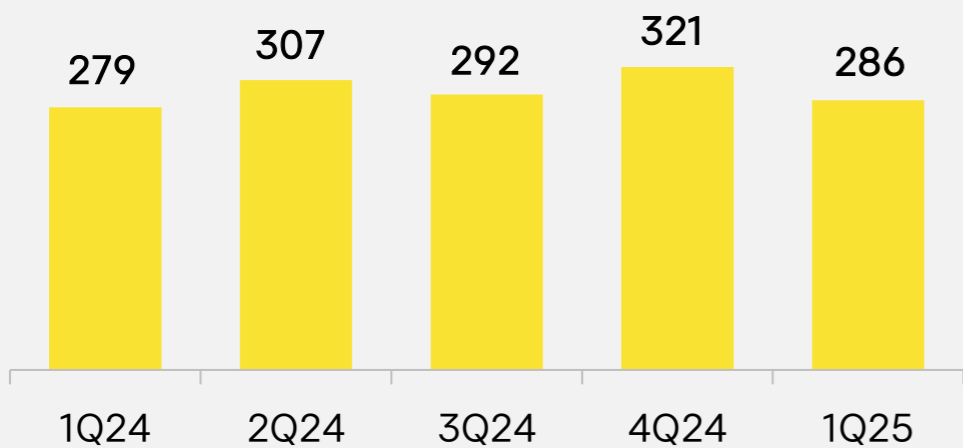
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



플랫폼 부문 | 특비즈

### 광고

(단위: 십억원)

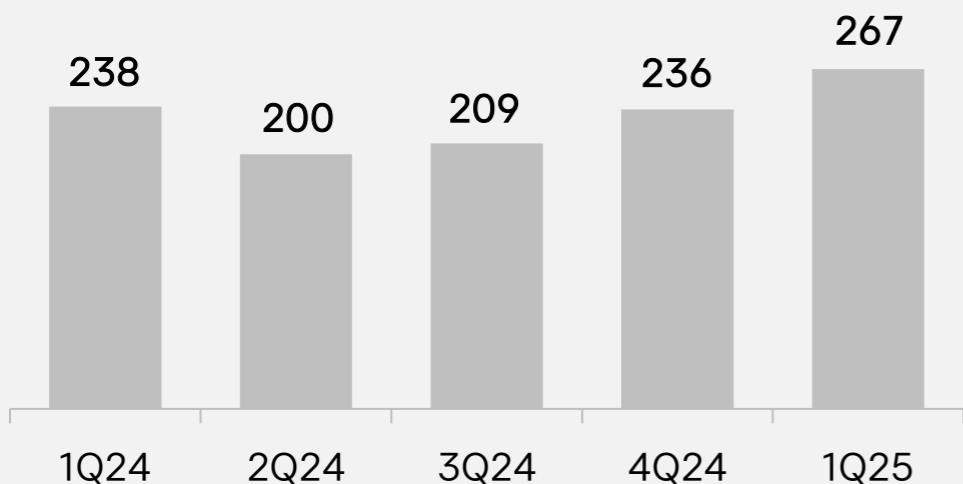


1Q25 +3% YoY, -11% QoQ

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

### 커머스

(단위: 십억원)



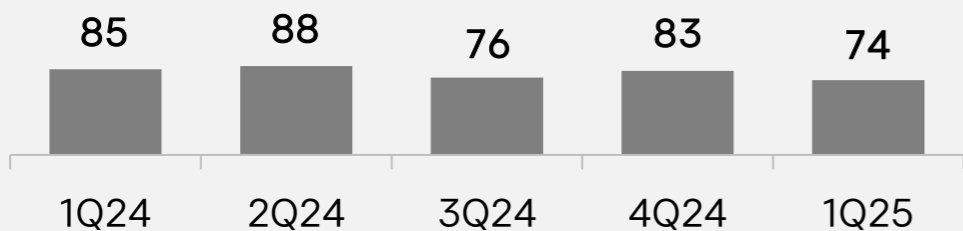
1Q25 +12% YoY, +13% QoQ

- 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)

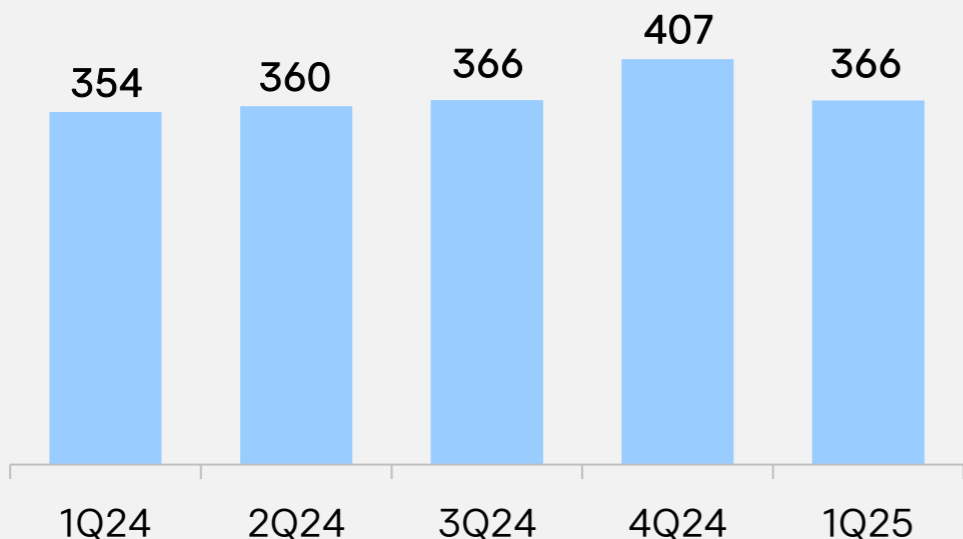


1Q25 -12% YoY, -11% QoQ

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

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



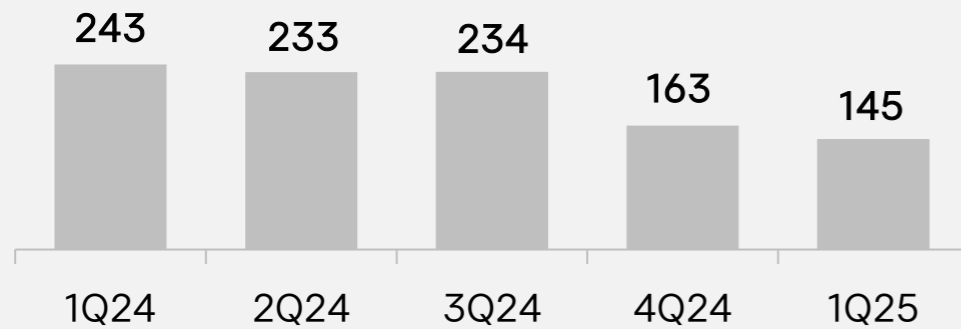
1Q25 +3% YoY, -10% QoQ

- 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)

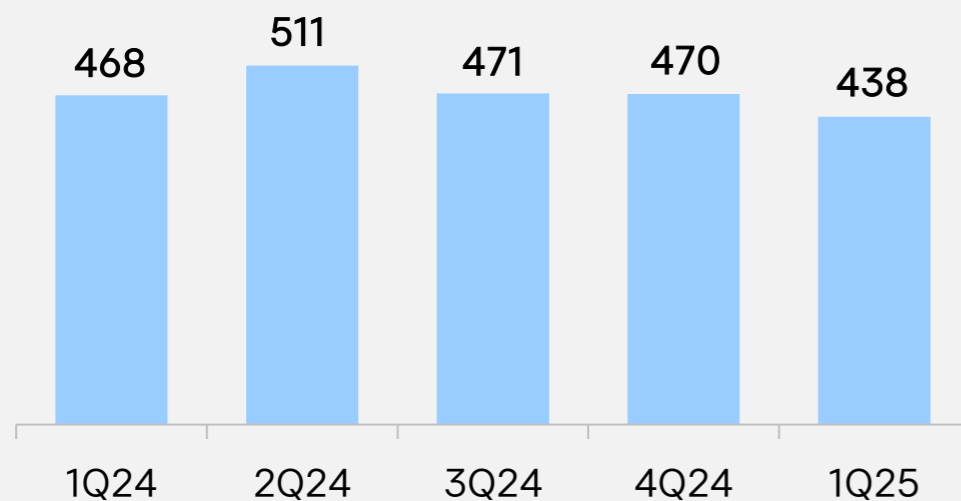


1Q25 -40% YoY, -11% QoQ

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

## 뮤직

(단위: 십억원)



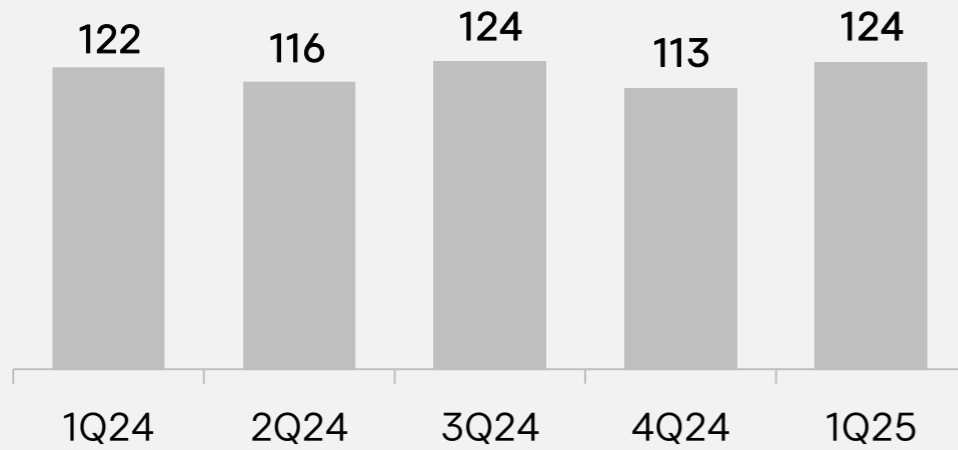
1Q25 -6% YoY, -7% QoQ

- (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)

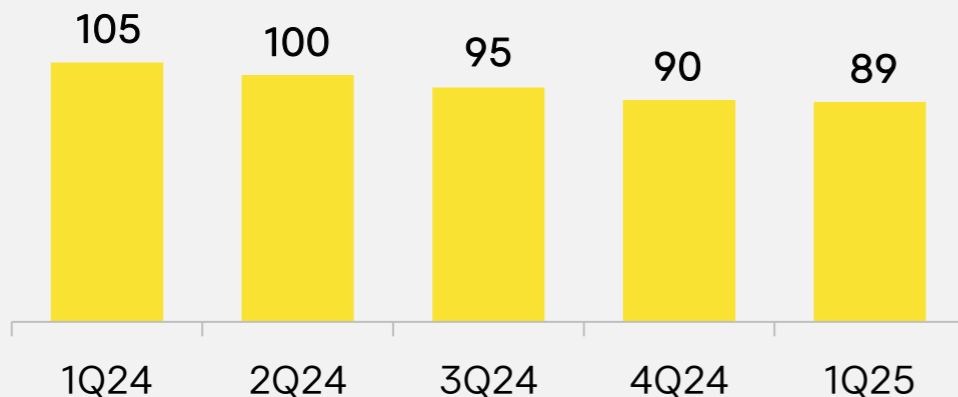


1Q25 +2% YoY, +9% QoQ

- (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)



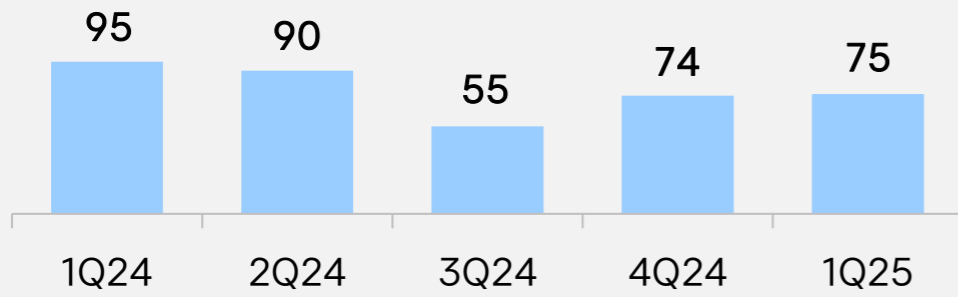
1Q25 -15% YoY, -1% QoQ

- (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



## 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%

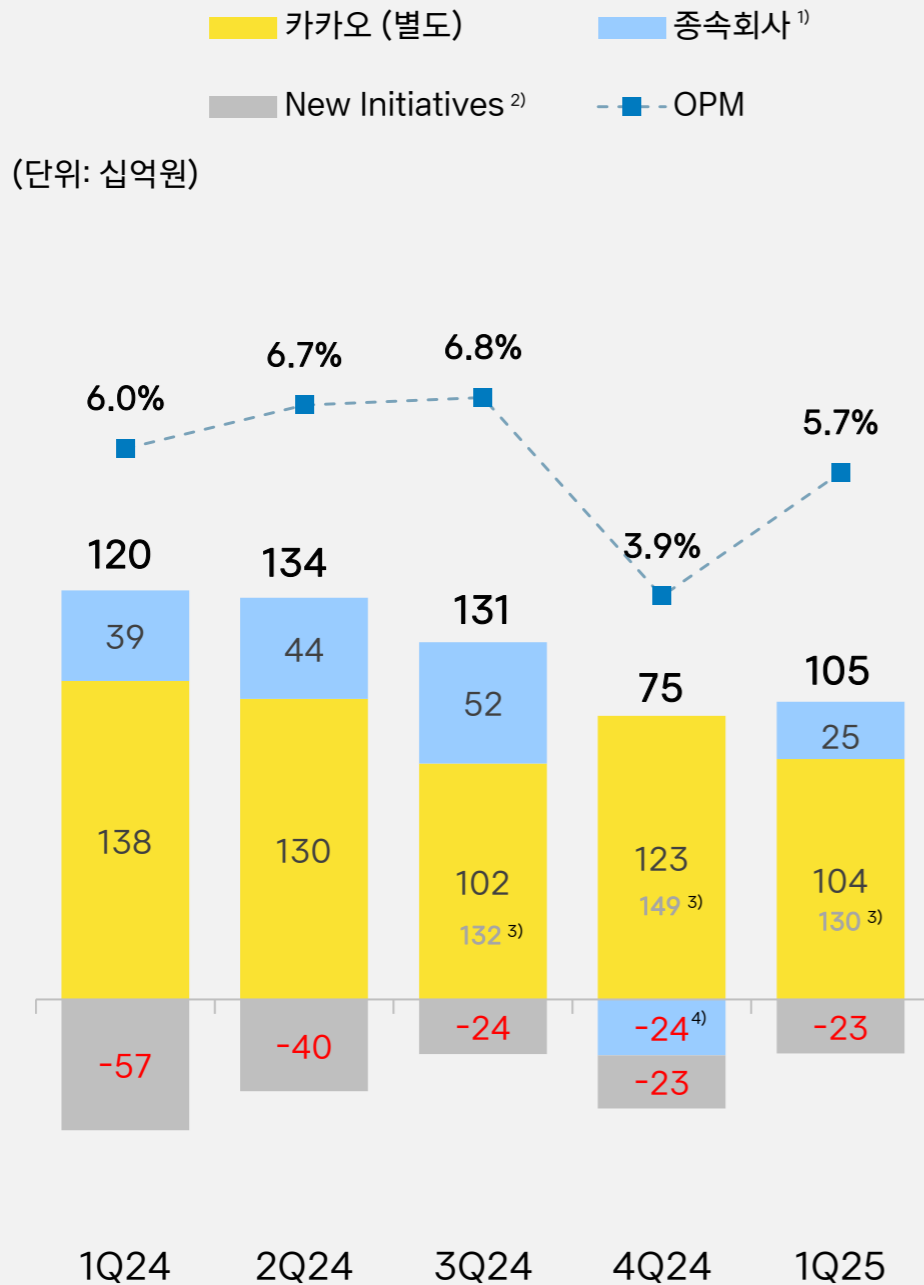
### 1분기 증감 분석

- 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)

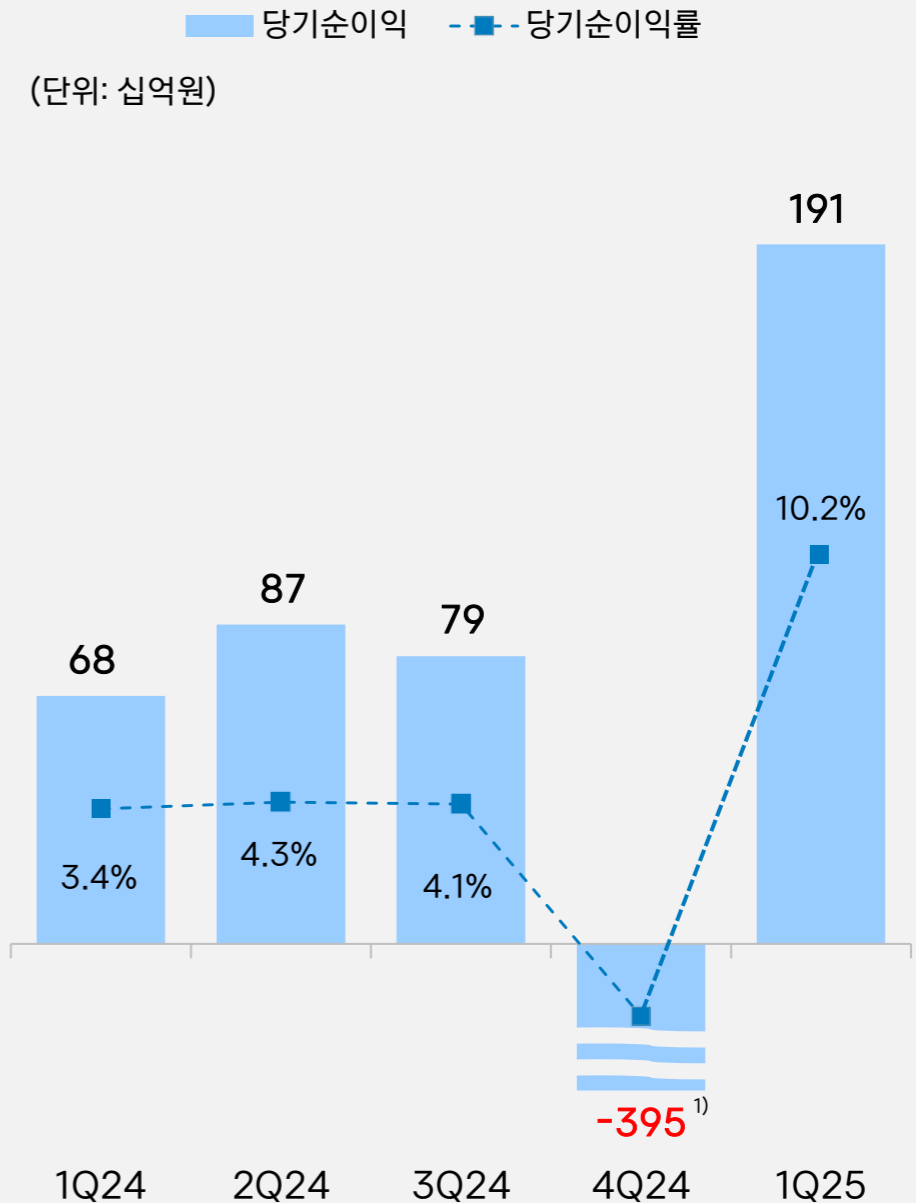
1Q25 -12% YoY, +40% QoQ



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

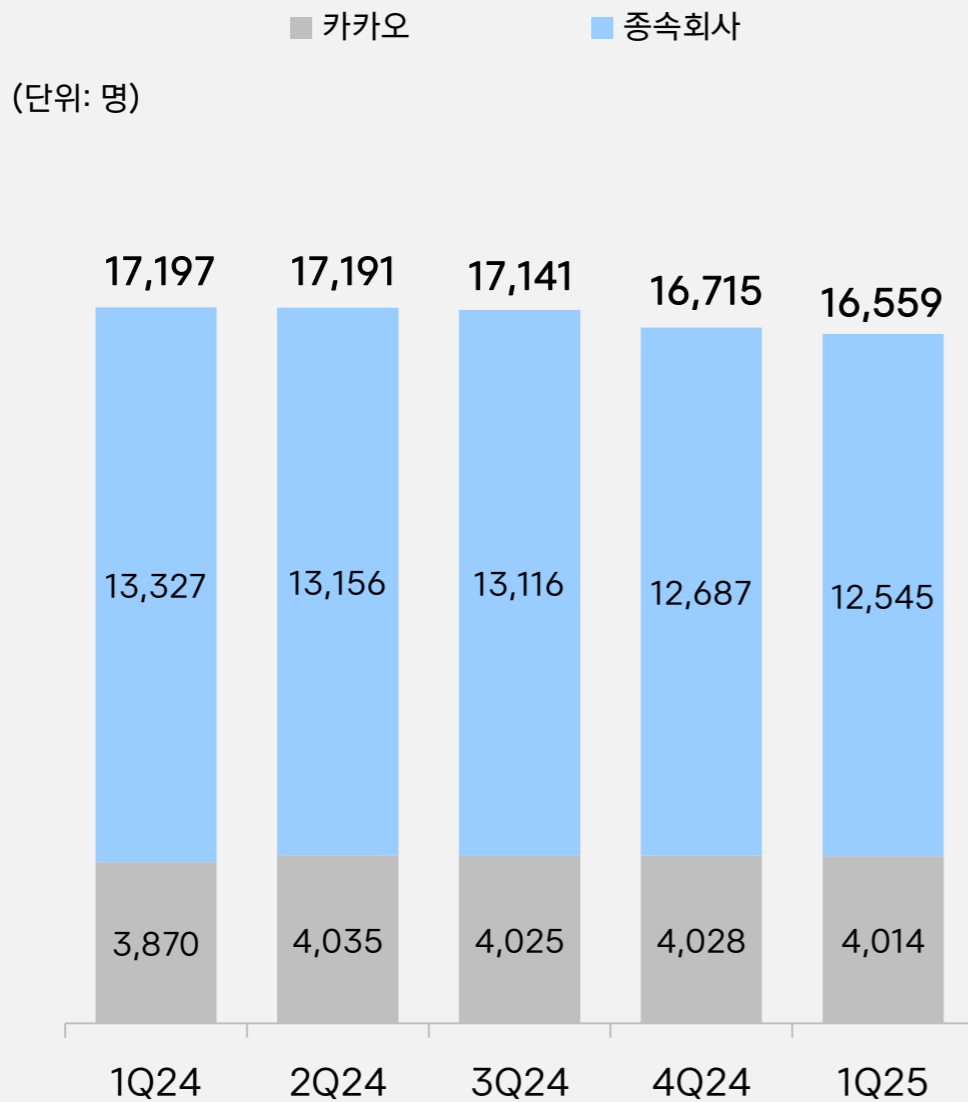


1) 4Q24: 영업권 손상차손 3,177억원과 지분법 주식 손상차손 981억원 인식

# 인원 / CapEx

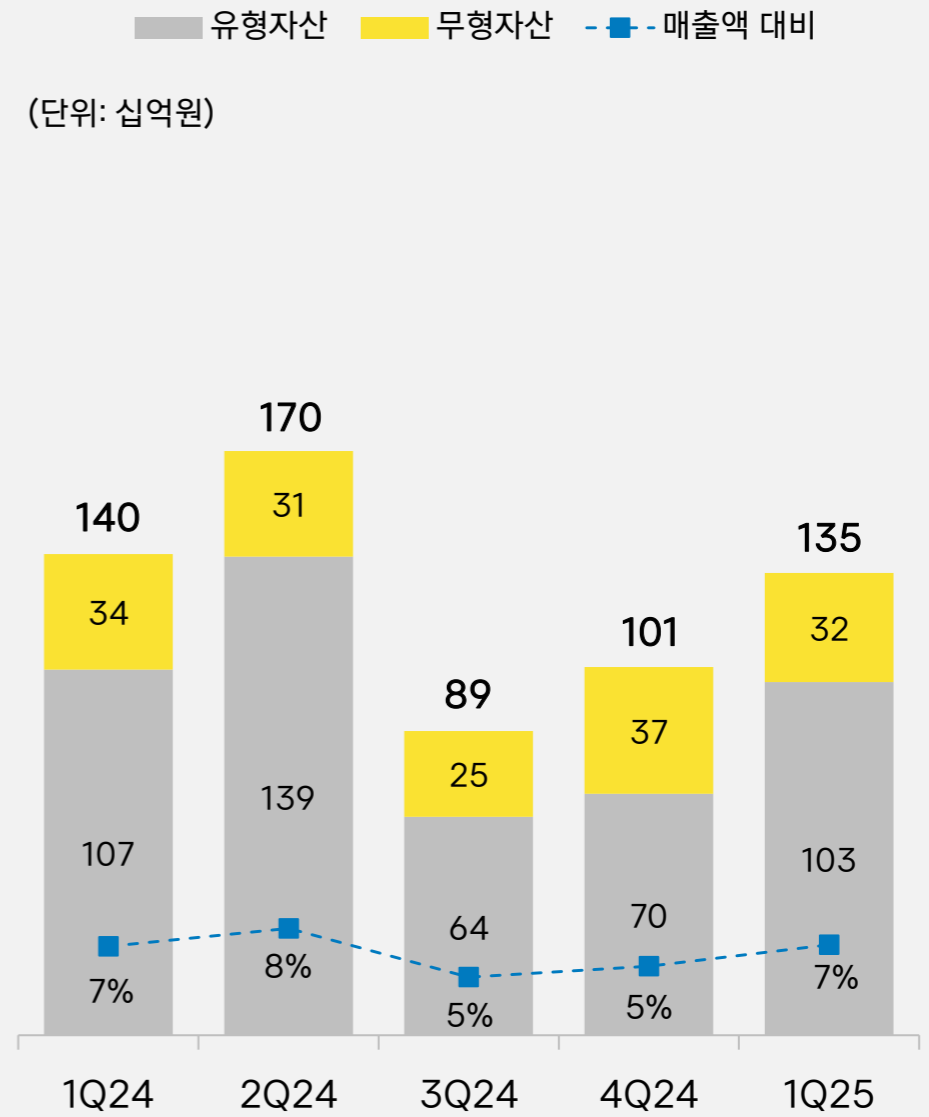
## 인원 현황

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



#산불피해긴급모금

**10,757,451,191원**

직접 기부금 : 10,049,593,491원  
 참여 기부금 : 707,859,200원

👤 1,870,782명 참여

“

[기부하기](#)

## 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

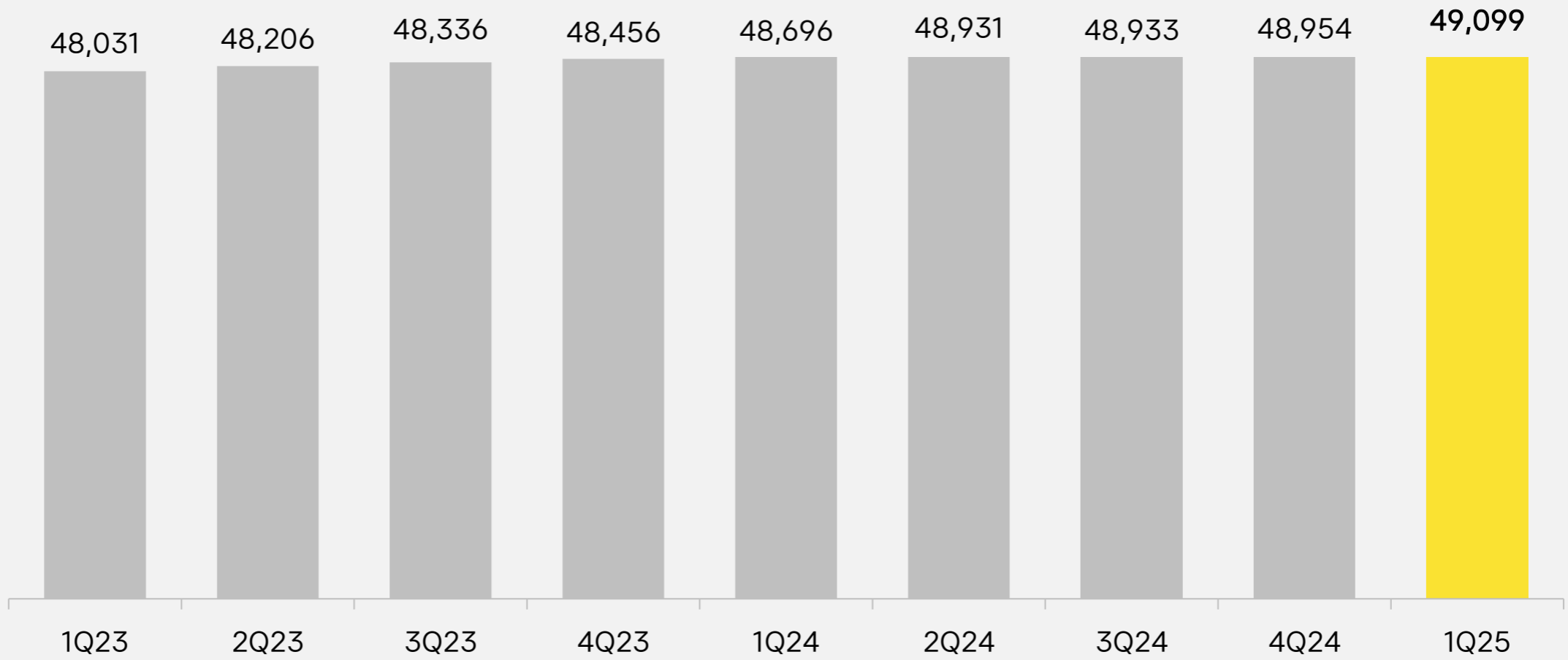
## '카카오같이가치' 산불 피해 복구 지원 모금액 100억 이상 조성

- 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)



	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25
국내	48,031	48,206	48,336	48,456	48,696	48,931	48,933	48,954	49,099
글로벌	53,390	53,453	53,556	53,571	53,760	54,195	54,198	54,048	54,062

평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

