

kakao

Company Presentation

2026년 2월 | Kakao Investor Relations



본 자료의 2025년 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 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

기업 개요



카카오톡은 국내 1위 메신저앱으로
절대적 우위 점유

4.9천만 국내 MAU vs. 5.2천만 국내 인구
(94% 침투율)



플랫폼·콘텐츠 사업 전반에 걸친
다양한 비즈니스 모델 확보

광고, e-커머스,페이 & 은행, 모빌리티,
뮤직 스트리밍, 웹툰 등



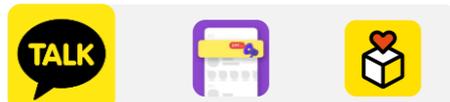
Agentic AI 기반
AI Company로의 도약

일상에 스며드는 생활 밀착형 AI 서비스를 특
내에 확대하여, 사용자 맥락을 이해하고 스스로
계획·실행하는 에이전틱 AI를 구현

플랫폼 비즈니스

카카오톡

카카오톡



광고

커머스

AI



카나나 인
카카오톡

ChatGPT
for Kakao

연계 서비스

(카카오보유지분율*)

kakaomobility

택시 호출 & 기타 모빌리티 서비스

(57.2%)

kakaobank

인터넷 은행

(27.2%)

kakaopay

테크핀

(46.1%)

콘텐츠 비즈니스

선순환 가능한 콘텐츠 생태계 구축

뮤직

kakao
ENTERTAINMENT

(66.0%)

SM
ENTERTAINMENT
GROUP

(41.5%)

스토리

kakao
ENTERTAINMENT

(66.0%)

kakaopiccoma

(91.1%)

미디어

kakao
ENTERTAINMENT

(66.0%)

게임

kakaogames

(37.6%)

참고: (1) 종속회사 지분율: 연결종속회사가 보유하는 지분율의 단순합산 (카카오가 직접 보유한 카카오픽코마의 지분율은 72.9%, 에스엠엔터테인먼트 지분율은 21.6%)
(2) 카카오뱅크 외 모든 종속회사는 연결 종속 대상 법인 (카카오뱅크는 지분법 대상 법인)

투자 하이라이트

4Q25 및 2025년 연간 실적 하이라이트

- 특 중심의 플랫폼 사업 성장 회복과 전사 비용 효율화가 맞물리며, 연간 매출 8.1조원, 영업이익 7,320억원으로 역대 최고 수준 달성
- 특을 중심으로 재편한 핵심 사업의 실적 개선이 본격화되며 4분기 역대 최대 분기 매출 기록, 영업이익 두 분기 연속 2천억원 상회
- 플랫폼 비즈니스 (+17% YoY, +16% QoQ) : 특비즈 광고(+16% YoY)와 플랫폼 기타(+30% YoY) 고성장이 매출을 견인
페이는 결제, 금융, 플랫폼 전 사업 부문 견조한 성장 기반 이익개선으로 역대 최고 분기 영업이익 기록
- 콘텐츠 비즈니스 (Flat YoY, -11% QoQ) : 뮤직은 MD 및 라이선싱을 포함한 IP 2차 사업 매출 확대로 전년 동기 대비 +12% 성장
픽코마는 연간 기준 일본 앱 마켓 전체 매출 1위 유지, 마케팅 효율화로 연간 영업이익 100억엔 최초 돌파

핵심사업 : 카카오톡 개편과 B2C AI 서비스 성과

- 카카오톡 : 슈퍼앱 전환을 목표로 서비스 개편과 기능 고도화를 추진, 트래픽의 질적 변화로 카카오톡 일 평균 체류시간 25분대까지 확대
- 온디바이스 AI : '카나나 인 카카오톡(CBT)' 70%에 달하는 높은 서비스 리텐션 확인. 1분기 안드로이드와 iOS 정식 출시 예정
- ChatGPT for Kakao : 누적 이용자 규모 800만 명으로 대폭 확대, 특 내 검색과 탐색 형태의 트래픽 패턴 형성
- 상반기 내 Agentic AI 생태계 구축 과정에서 핵심적인 역할을 할 수 있는 최소 3개 이상의 플레이어 합류 예정
- 특 개편과 신규 AI 서비스 출시 통한 이용자 인게이지먼트 강화로 이용자 체류시간 20% 증가 목표

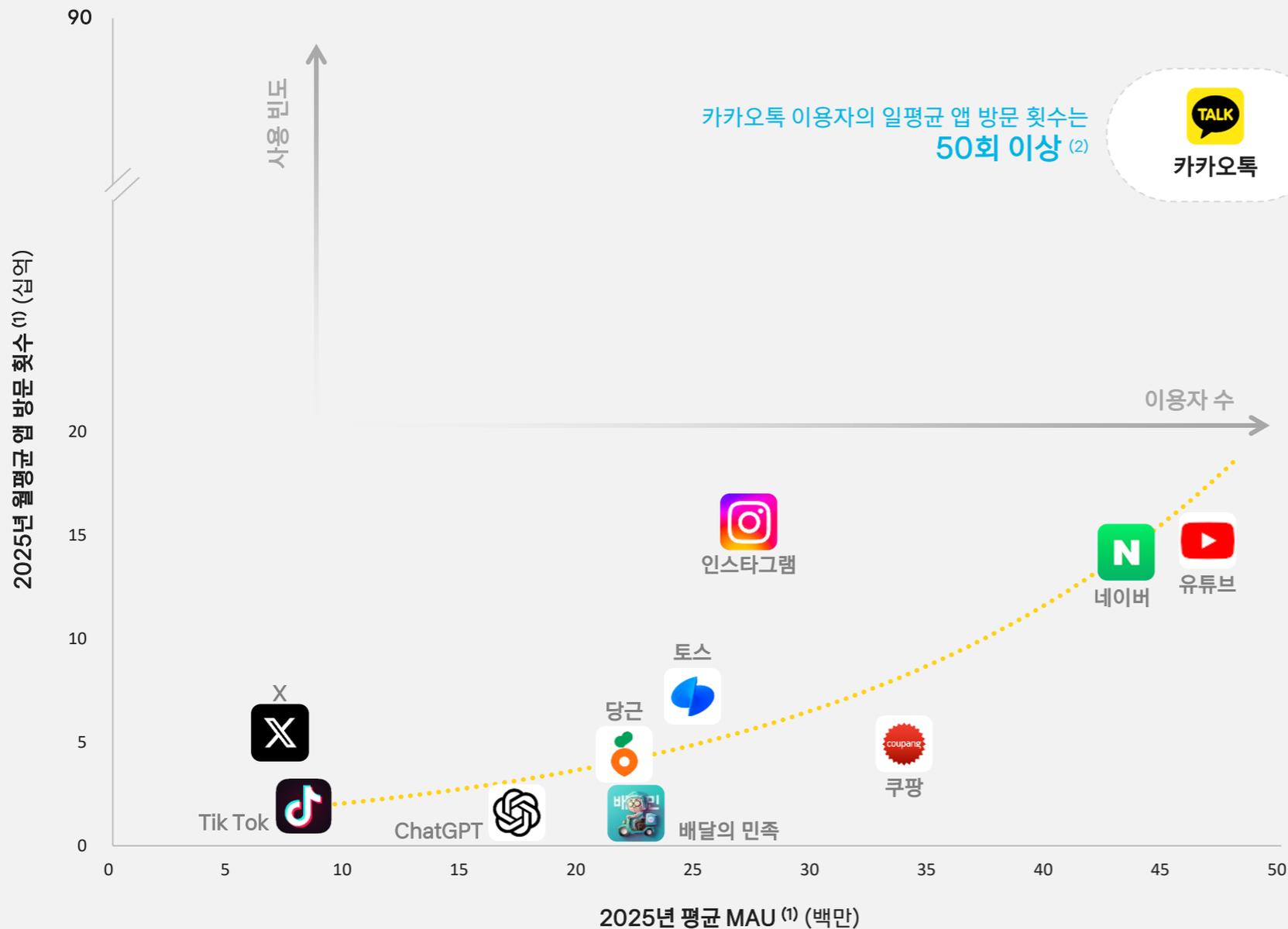
주요 전략 및 가이드선스

- 2026년 연간 연결 매출 전년 동기 대비 10% 이상 성장, 영업이익률 10% 달성 목표. 특비즈 광고 두 자릿수 성장 전망
- 안정적 재무구조 기반 핵심사업의 매출 성장 가속화로 이익개선 본격화 전망
- 전략적 기어를 '성장'으로 전환하는 동시에, 그룹 거버넌스 효율화와 사업 포트폴리오 정비를 통해 구조적 이익 개선에 지속 집중

국내 모바일 시장을 선도하는 독보적인 어플리케이션

카카오톡: 국내 No. 1 모바일 앱

2025년 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



글로벌 No. 1 웹툰 플랫폼

2025년 인앱 구매 매출

출처: 카카오, 와이즈앱 리테일, 데이터닷컴아이, 센서타워

참고: (1) 와이즈앱 리테일 데이터 기준 (2) 와이즈앱 리테일 데이터를 기반으로 [월평균 앱 실행 횟수] / [월평균 MAU] / 30일 기준으로 산출

(3) 2025년 4분기 기준 MAU 및 한국의 총 인구 수를 기준으로 함

카카오가 만든 더 나은 세상

일상생활 전반에 스며든 카카오서비스



패션아이템 쇼핑

비즈니스 특채널

광고하기

비행티켓예약

목적지 길찾기

카카오톡 중심 핵심사업

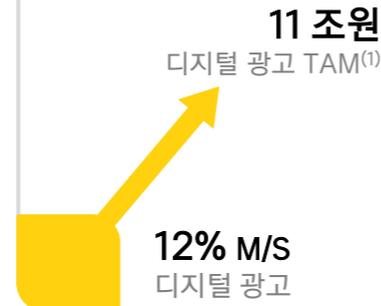
차별적인 경쟁적 해자를 바탕으로 한 견고한 성장과 수익성

광고



국내 No.1 메신저 앱이 보유한 압도적 트래픽 기반 광고 비즈니스

국내 디지털 광고 시장

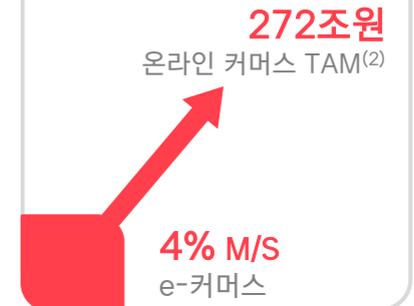


e-커머스



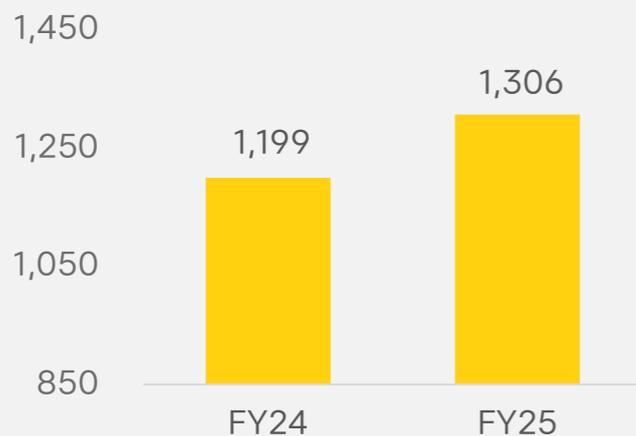
카카오만의 특별한 선물하기 BM을 기반으로 한 e-커머스 플랫폼

국내 e-커머스 시장



카카오톡 광고 매출 (단위 : 십억원)

+9% YoY



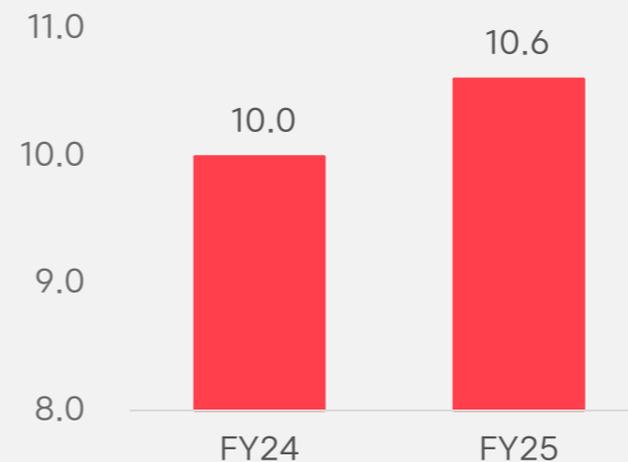
주요 성장 동력

- 특 인게이지먼트 강화 집중
- 차별적 상품과 높은 ROAS 기반 성장 지속
- 광고, 커머스 외 SI를 통한 신규 BM 발굴 노력 중



카카오 e-커머스 거래액 (단위 : 조원)

+6% 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) 2025년 국내 디지털 광고 시장 매출 기준. (2) 2025년 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



픽커업 & 카오너 플랫폼으로 확장

스토리

kakao ENTERTAINMENT
kakaopiccoma

No. 1

FY 2023 - FY 2025,
3년 연속 일본 소비자 지출 플랫폼

1,050 억엔
픽코마 FY 2025 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



IP포트폴리오 강화



북미 & 일본 시장 글로벌 활동 본격화

게임

kakaogames

Top 5

게임 퍼블리셔

PC/콘솔

FY 2026 라인업 확장



글로벌 흥행 잠재력을 가진 게임 IP 확보



콘솔게임 장르 확장 & 글로벌 허브 확보

뱅크

kakaobank
kakaopay

No. 1

인터넷 은행

186 조원

FY 2025 페이 TPV



전 연령층 침투율 강화 & 저원가성 예금 비중 확대



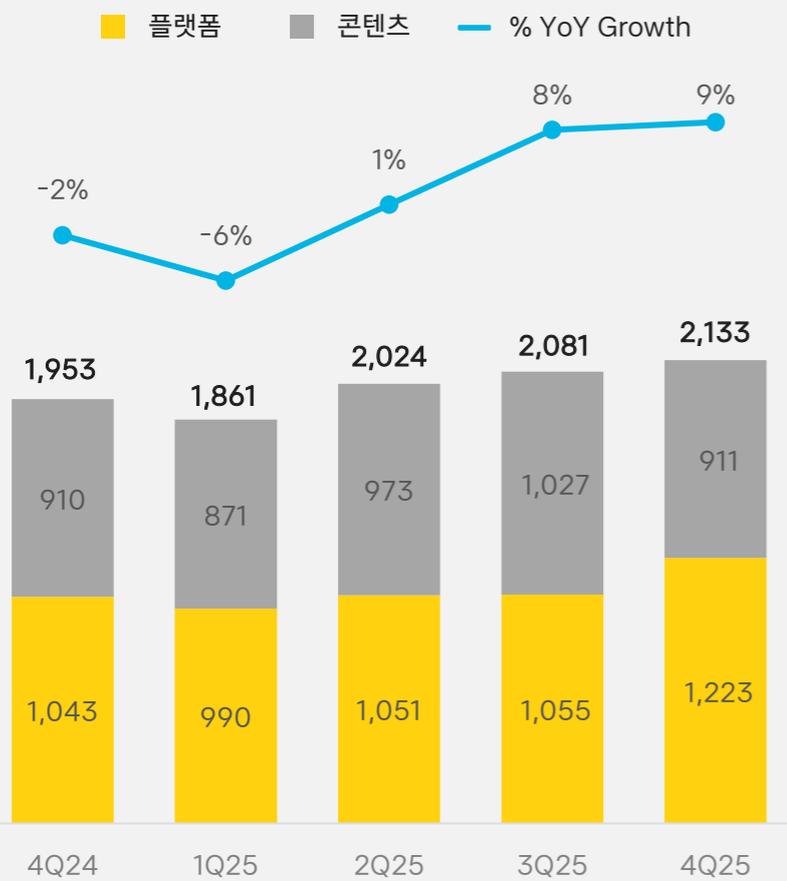
크로스 셀링 극대화 & 보험, 증권 수익성 개선

주요 재무 성과

특비즈 광고 성장 본격화와 플랫폼 전반의 견조한 성장을 기반으로 역대 최대 분기 매출 달성

매출

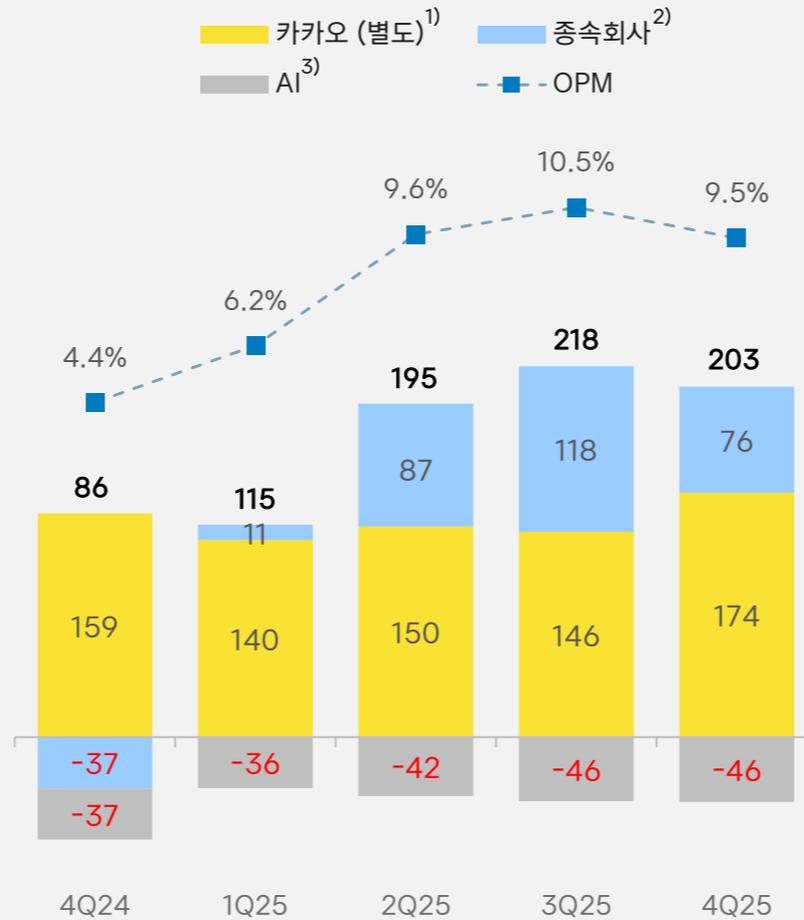
(단위 : 십억원)



- 특비즈 포함 플랫폼 부문 전반 견조한 성장세를 기록하며 **역대 최대 분기 매출 달성**
- 특비즈 광고의 구조적 고성장과 모빌리티, 페이 고성장 기반 플랫폼 사업 중심 성장 지속을 통해 **2026년 연간 매출 10%+ 성장 목표**

영업이익(률)

(단위 : 십억원)



- 탑라인 성장과 전사적 운영 효율성 제고를 통한 비용구조 최적화로 2개 분기 연속 영업이익 2,000억원 상회하며 OPM 10% 달성
- 고마진 핵심사업 중심의 매출 성장과 비용효율화를 통해 구조적 이익 개선, OPM 10% 목표

4Q25 실적 요약



특비즈 광고

(4Q25 +16% YoY, +15% QoQ)
 비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+19% YoY)
 특 개편 효과 반영에 따른 DA 성장 (+18% YoY)



특비즈 커머스

(4Q25 +8% YoY, +21% QoQ)
 추석 이연 효과 및 연말 프로모션 확대에 따른 성수기 효과로 선물하기 거래액 +14% YoY



역대 최대 연간 매출 및 영업이익

(2025년 연간 매출 8.1조원, 영업이익률 9%)
 플랫폼 부문 견조한 성장과 비용구조 효율화 성과에 힘입어 역대 최대 실적 달성

1) 카카오(별도) : AI 서비스 손익을 제외한 별도 영업이익
 2) 종속회사: 카카오(별도)와 AI를 제외한 모든 사업, 내부거래 조정 포함
 3) AI : 카카오(별도) 내 AI 서비스 부문

Appendix

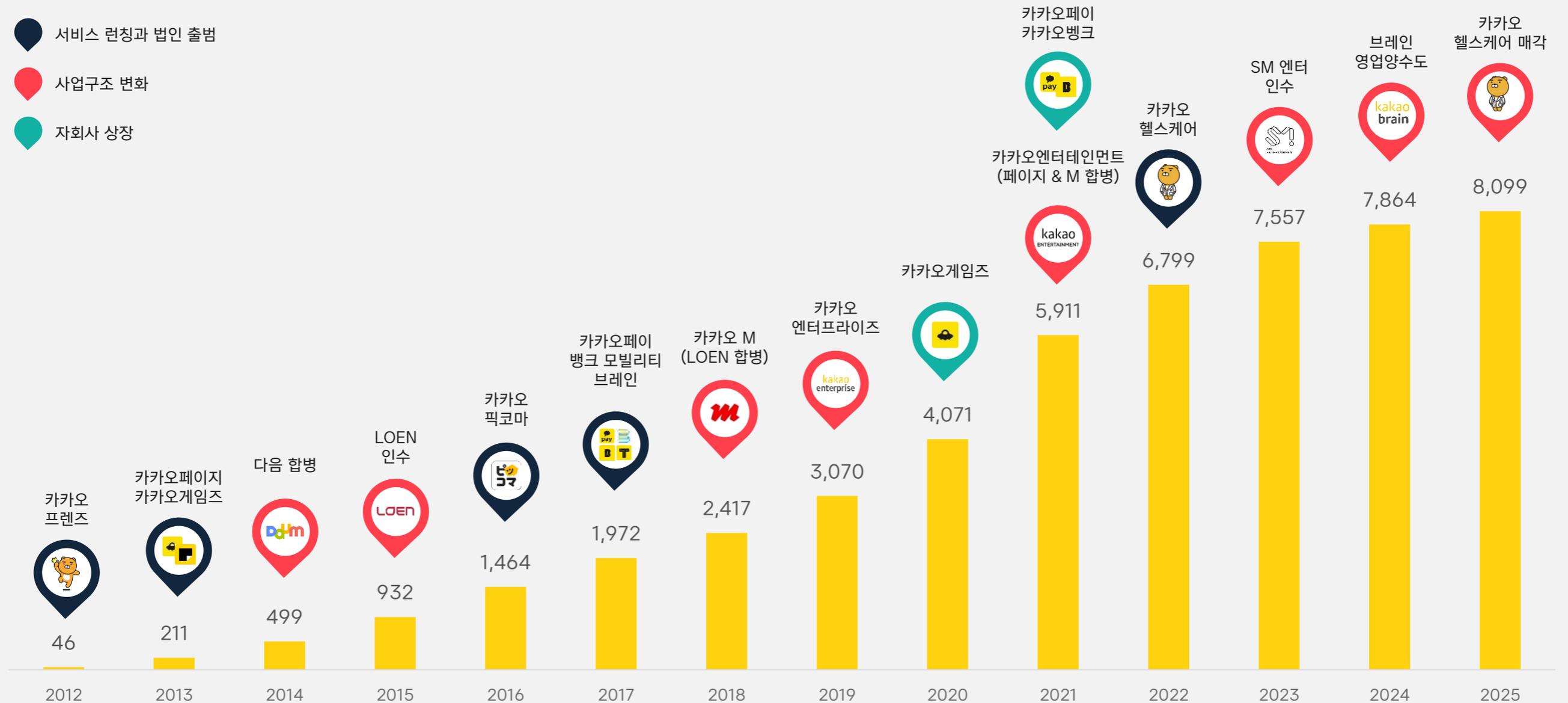
Appendix 1. 연혁

혁신적 서비스 런칭과 법인 출범으로 비즈니스 생태계 확장

주요 마일스톤

카카오 매출 (연결) (십억원)

- 서비스 런칭과 법인 출범
- 사업구조 변화
- 자회사 상장



참고: 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 (2025)
From MSCI ESG ratings



Grade A (2025)
From KCGS ESG ratings



Top 1% (2025)
From S&P Global for
sustainability distinction



Member (2024)
Member of DJSI World,
Asia Pacific, and Korea



**Leadership A-
(2025)**
From CDP Climate Change

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

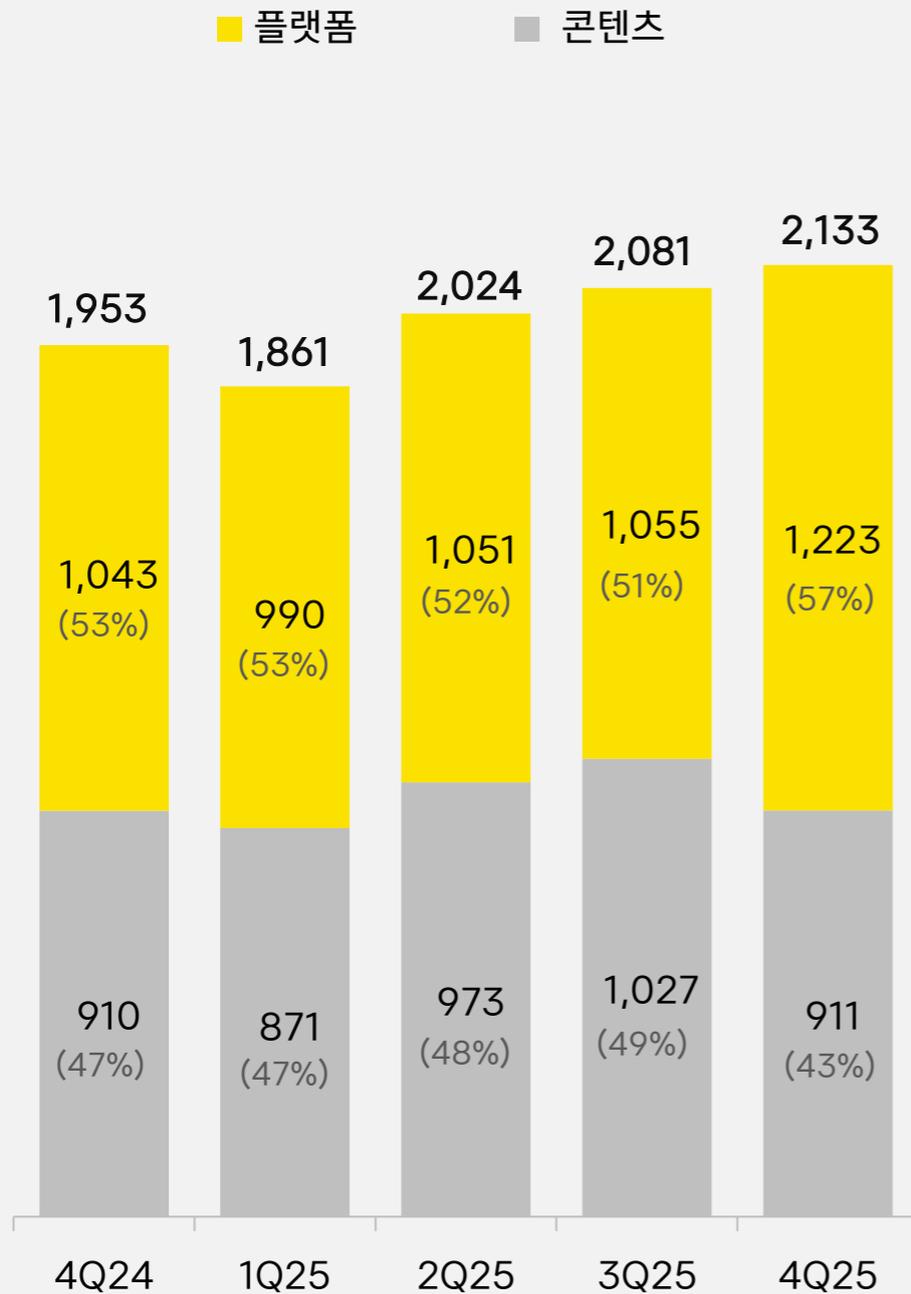
2025년 4분기 및 연간 실적발표

매출 구성

총 매출 +9% YoY / +3% QoQ

4분기 매출 비중 : 플랫폼 57%, 콘텐츠 43%

(단위: 십억원)



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

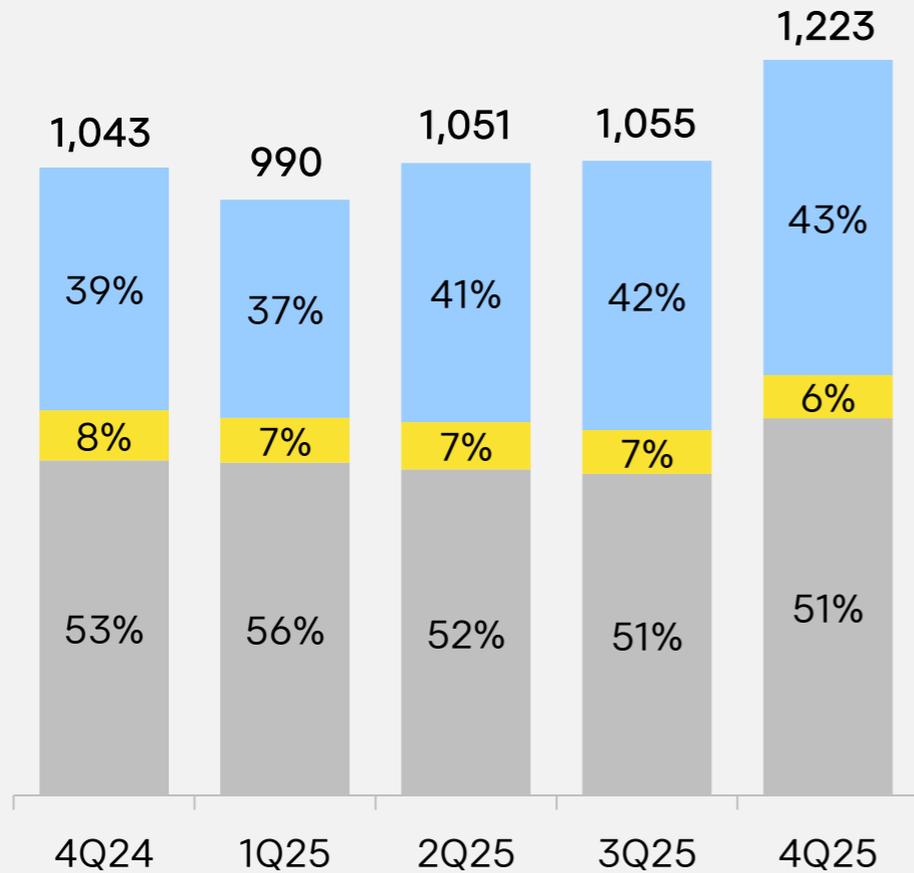
부문별 매출

플랫폼 부문

4Q25 +17% YoY, +16% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

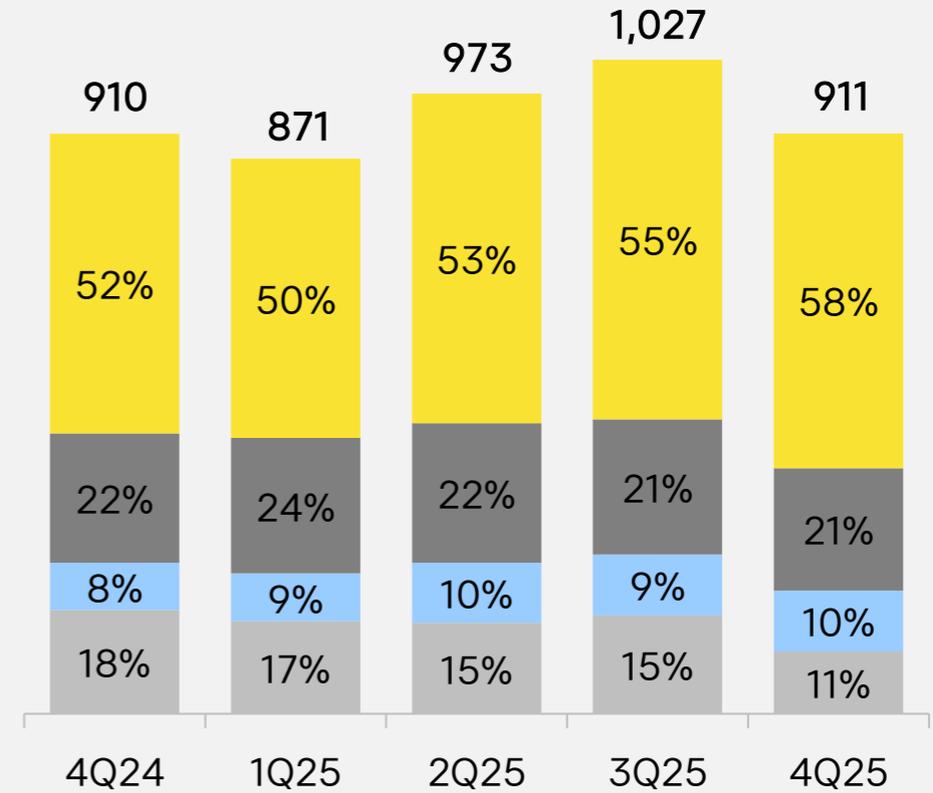


콘텐츠 부문

4Q25 Flat YoY, -11% QoQ

(단위: 십억원)

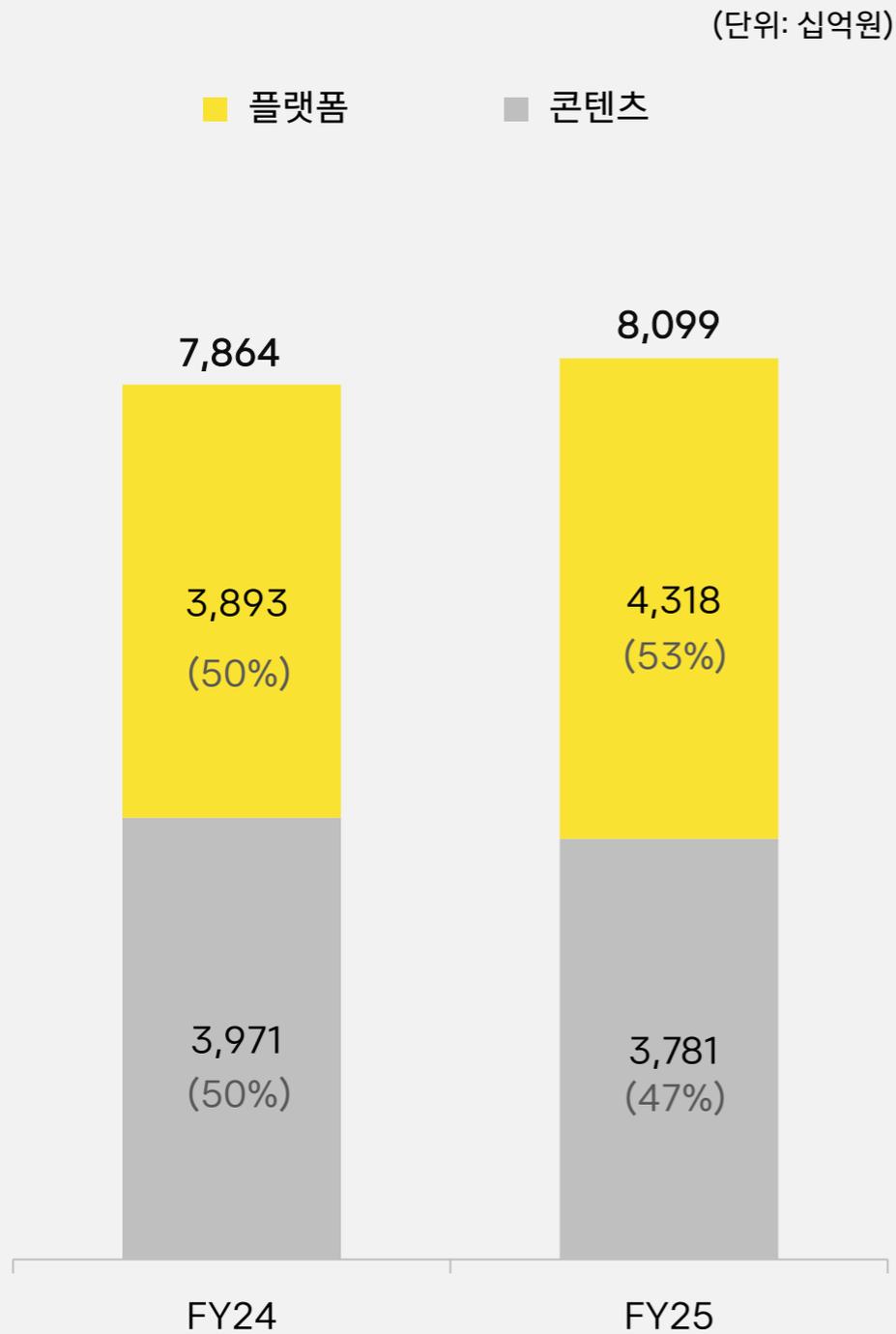
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



부문별 매출 | 2025년 연간

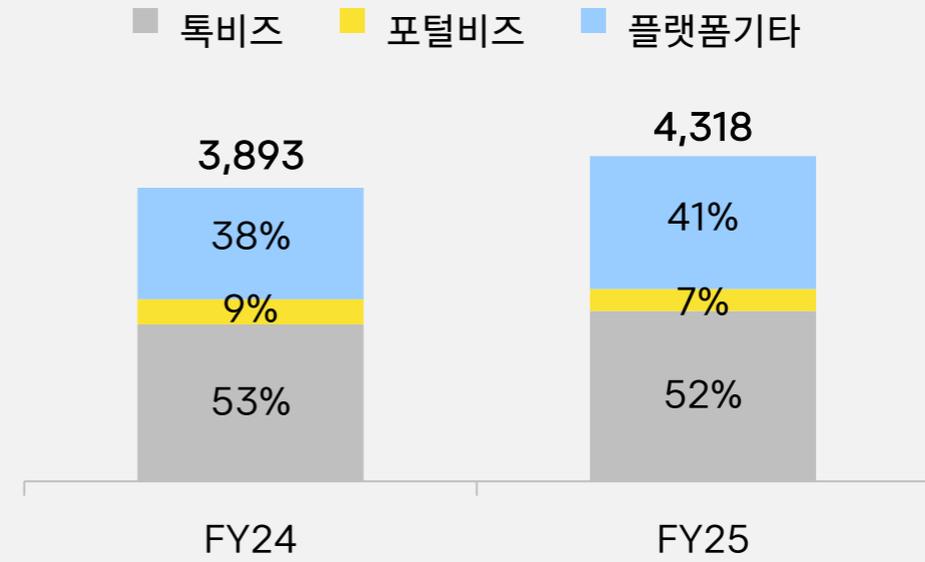
총 매출 +3% YoY

FY25 매출 비중 : 플랫폼 53%, 콘텐츠 47%



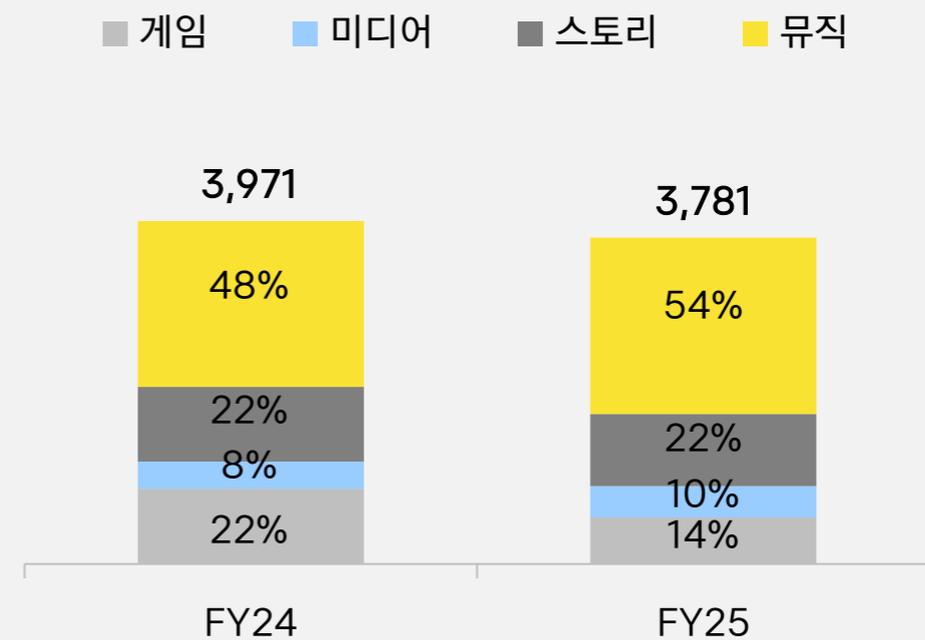
플랫폼 부문 +11% YoY

(단위: 십억원)



콘텐츠 부문 -5% YoY

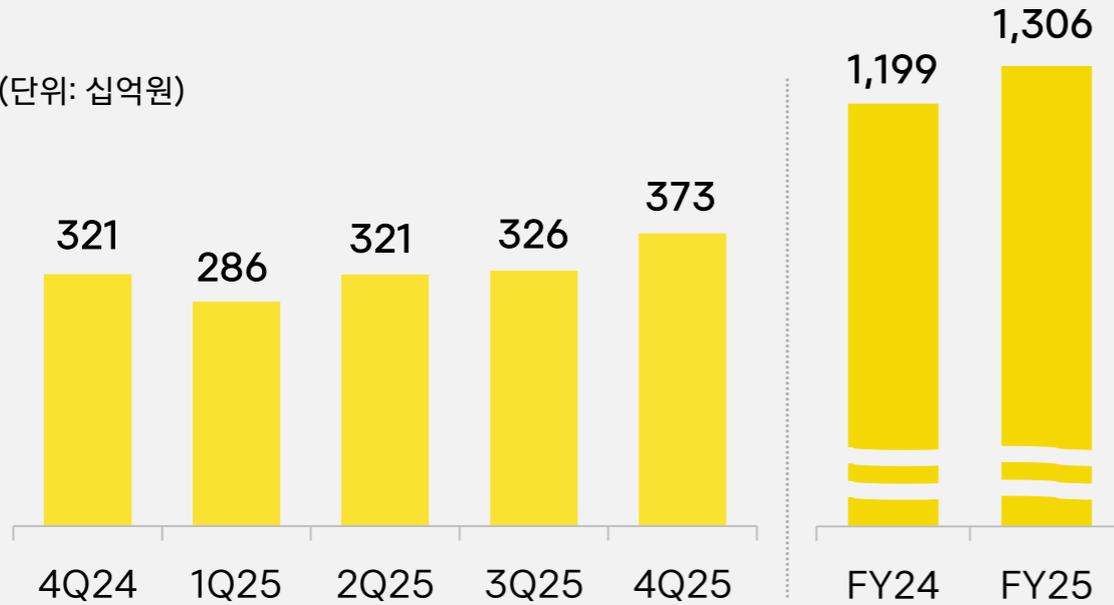
(단위: 십억원)



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

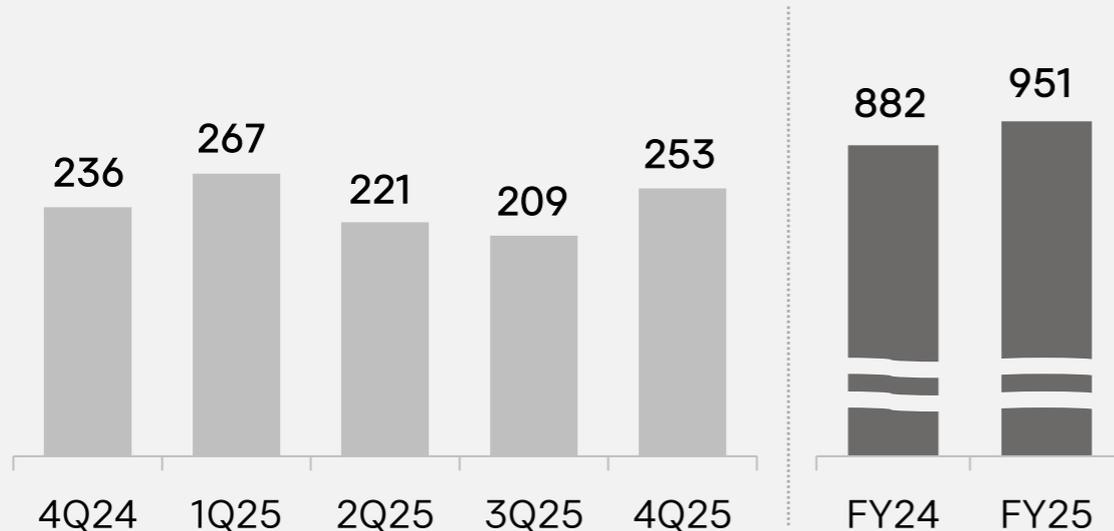


4Q25 +16% YoY, +15% QoQ | FY25 +9% YoY

- (YoY) ① 비즈니스 메시지 +19%, 브랜드 메시지 정식 출시 이후 신규 광고주 유입 및 금융 업종 광고주 메시지 발송량 확대
② 특 DA +18%, 신규지면 확대와 동반한 광고주 수요 확대, 마케팅 효율 개선에 따라 큰 폭으로 성장세 회복
- (QoQ) 계절적 성수기 효과 및 특 개편에 따른 DA광고 성장

커머스

(단위: 십억원)



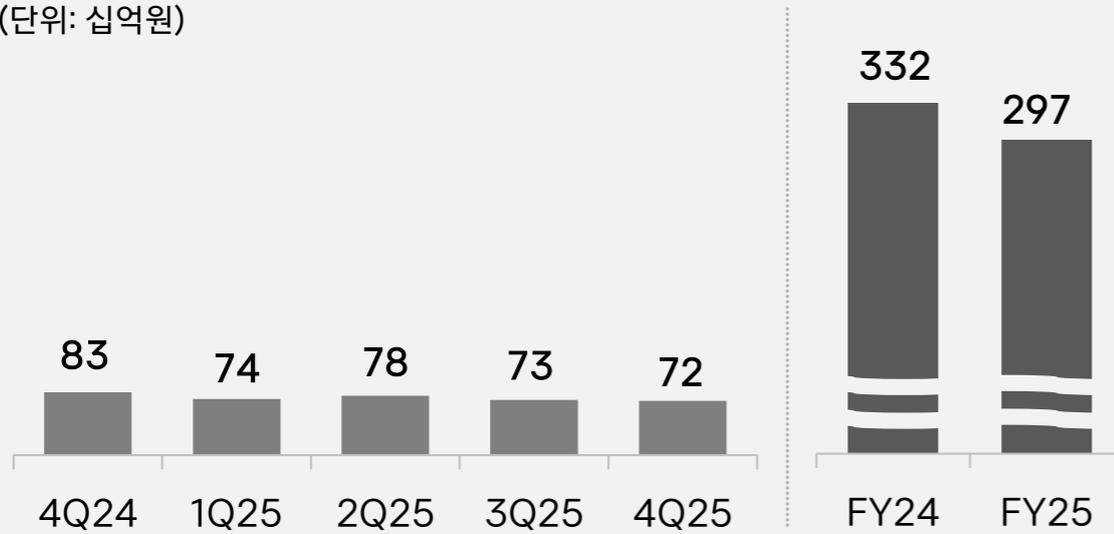
4Q25 +8% YoY, +21% QoQ | FY25 +8% YoY

- 거래액: 4분기 3조 원(+12% YoY), 연간 10.6조 원(+6% YoY)
- (YoY) 자기구매 강화 및 연말 성수기 프로모션 확대 영향, 자기구매 구매자 수 +22%, 거래액 +47% 성장
- (QoQ) 추석 성수기 영향 및 연말 프로모션 효과

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

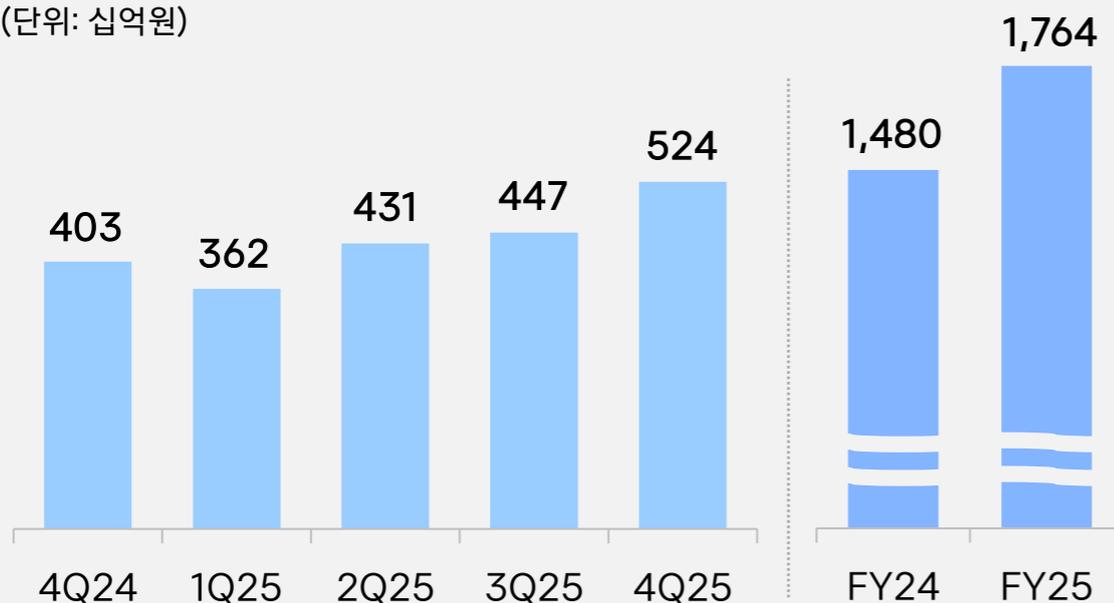


4Q25 -14% YoY, -1% QoQ | FY25 -11% YoY

- (YoY/QoQ) 이용자 지표 감소 영향

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



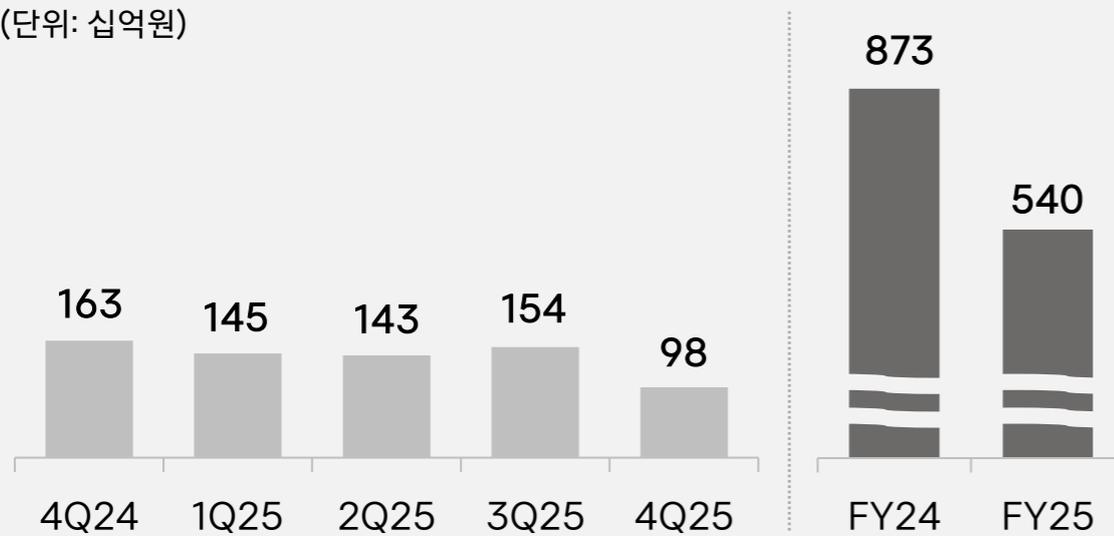
4Q25 +30% YoY, +17% QoQ | FY25 +19% YoY

- 모빌리티 : 택시, 주차, 퀵 중심 견조한 성장
- 페이 : 결제, 금융, 플랫폼 전 사업 부문 고른 성장, 역대 최대 분기 영업이익 달성

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

게임

(단위: 십억원)

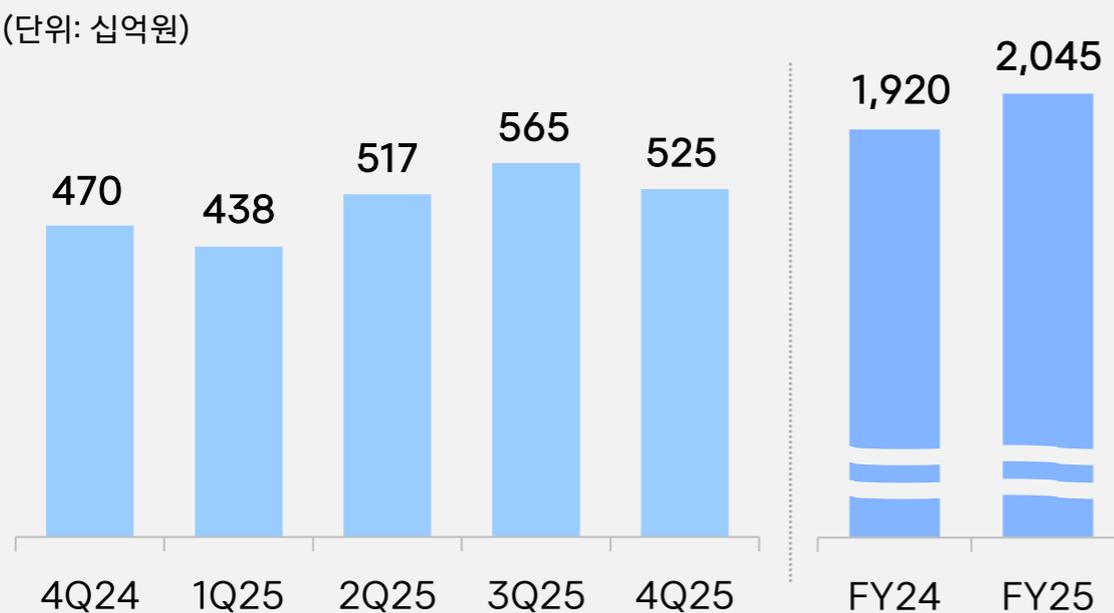


4Q25 -40% YoY, -37% QoQ | FY25 -38% YoY

- (YoY/QoQ) 신작 부재 속 비용 효율화 노력 지속
- '26년 신작 라인업 강화

뮤직

(단위: 십억원)



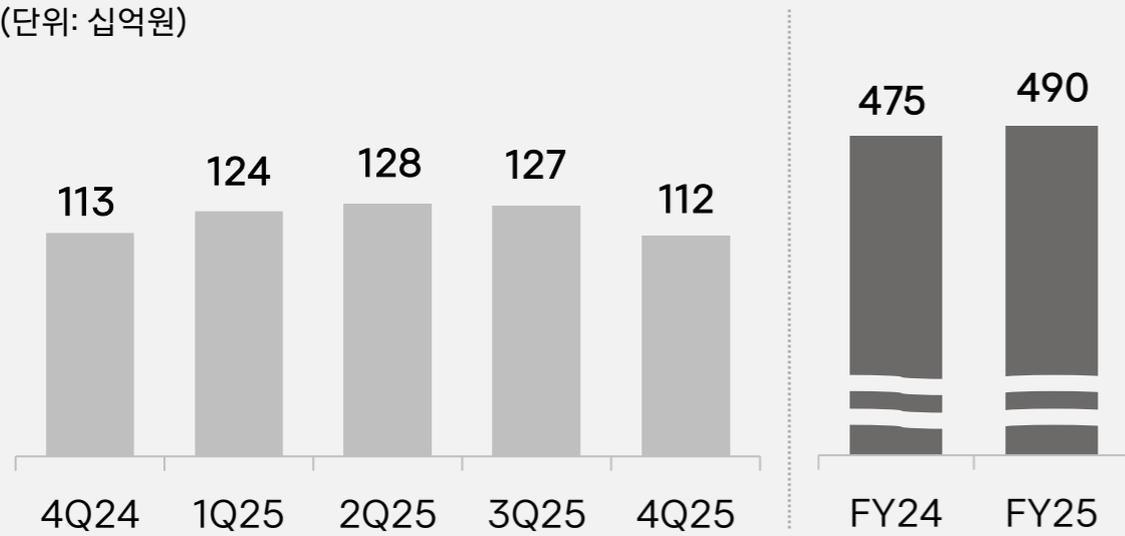
4Q25 +12% YoY, -7% QoQ | FY25 +6% YoY

- (YoY) MD, 라이선싱 포함 IP 2차 사업 확대
- (QoQ) 3분기 주요 아티스트 활동 집중된 영향과 계절적 비수기에 따른 음반매출 둔화

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

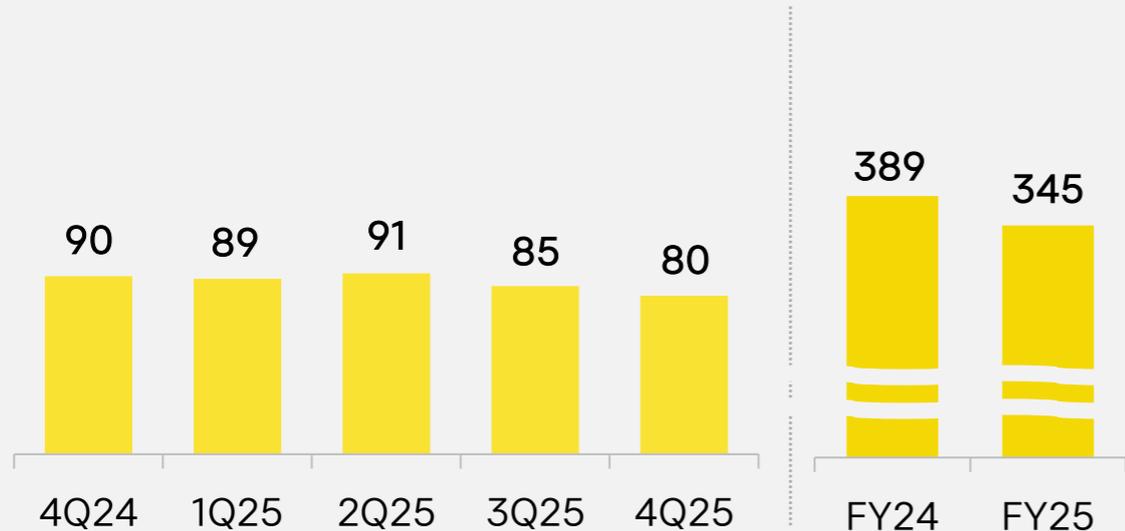


4Q25 -1% YoY, -12% QoQ | FY25 +3% YoY

- (엔화 기준) 거래액 -4% YoY, -8% QoQ, 매출액 -6% YoY, -11% QoQ
- (YoY/QoQ) 신규 대형작 부재로 인한 일본 만화 시장 둔화
- 일본 전체 앱마켓 누적 매출 1위 유지, 연간 영업이익 100억엔 최초 돌파

엔터테인먼트

(단위: 십억원)



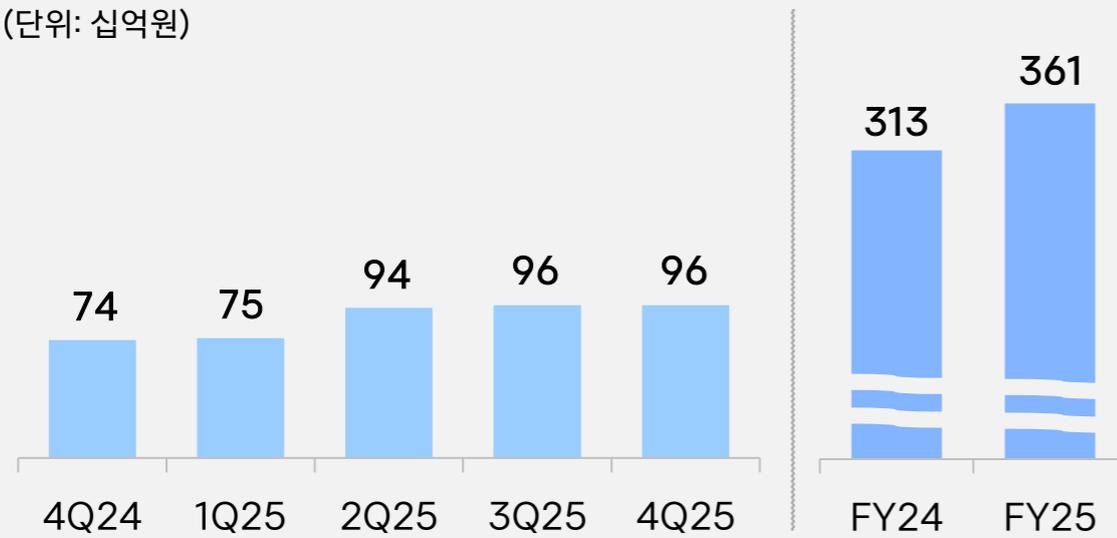
4Q25 -11% YoY, -6% QoQ | FY25 -11% YoY

- (YoY/QoQ) 시장 성장 둔화 영향
- 운영 효율화 기반 수익성 방어에 집중

콘텐츠 부문 | 미디어

미디어

(단위: 십억원)



4Q25 +30% YoY, Flat QoQ | FY25 +15% YoY

- (YoY) 매출 인식 작품 수 확대

실적요약

(단위: 십억원)	4Q24	3Q25	4Q25	YoY	QoQ	2024	2025	YoY
매출	1,953	2,081	2,133	9%	3%	7,864	8,099	3%
플랫폼 부문	1,043	1,055	1,223	17%	16%	3,893	4,318	11%
특비즈	557	534	627	13%	17%	2,082	2,257	8%
포털비즈	83	73	72	-14%	-1%	332	297	-11%
플랫폼 기타	403	447	524	30%	17%	1,480	1,764	19%
콘텐츠 부문	910	1,027	911	0.1%	-11%	3,971	3,781	-5%
게임	163	154	98	-40%	-37%	873	540	-38%
뮤직	470	565	525	12%	-7%	1,920	2,045	6%
스토리	203	212	192	-5%	-9%	864	835	-3%
미디어	74	96	96	30%	-0.1%	313	361	15%
영업비용	1,867	1,863	1,930	3%	4%	7,369	7,367	-0.02%
영업이익	86	218	203	136%	-7%	495	732	48%
영업이익률	4.4%	10.5%	9.5%	+5.1%pt	-1.0%pt	6.3%	9.0%	+2.7%pt
당기순이익	-395	193	-39	적자축소	적자전환	-162	526	흑자전환
지배지분순이익	-226	125	43	흑자전환	-66%	55	501	806%
비지배지분순이익	-170	68	-82	적자축소	적자전환	-217	25	흑자전환
당기순이익률	-	9%	-	-	-	-	6%	-

영업비용

(단위: 십억원)	4Q24	3Q25	4Q25	YoY	QoQ	2024	2025	YoY
영업비용	1,867	1,863	1,930	3%	4%	7,369	7,367	-0.02%
인건비	490	471	497	1%	6%	1,892	1,923	2%
매출연동비	650	742	768	18%	4%	3,011	2,920	-3%
외주/인프라비	286	259	250	-13%	-4%	875	946	8%
마케팅비	103	101	116	13%	16%	404	391	-3%
상각비	245	208	204	-17%	-2%	859	838	-2%
기타	92	82	94	2%	14%	327	348	6%

4분기 증감 분석

- 인건비** (YoY) 전사 보수적인 채용 기조 유지
 (QoQ) 자회사 상여 확대 및 기타 인건비성 경비 증가
- 매출연동비** (YoY) SM 앨범 제작 관련 비용의 계정 재분류 효과¹⁾
 (QoQ) 뮤직 사업 매출 Mix 변화
- 외주/인프라비** (YoY) SM 앨범 제작 관련 비용의 계정 재분류 효과¹⁾
 (QoQ) 앨범 판매 매출 감소
- 마케팅비** (YoY/QoQ) 픽코마, 페이 마케팅 확대
- 상각비** (YoY) 전년 동기 페이 일회성 대손상각비 반영했던 기저 효과
 (QoQ) 자회사 무형자산 상각비 감소

1) 4Q24 연간 누적 SM엔터 지급수수료를 기존 매출연동비에서 외주비로 계정 변환

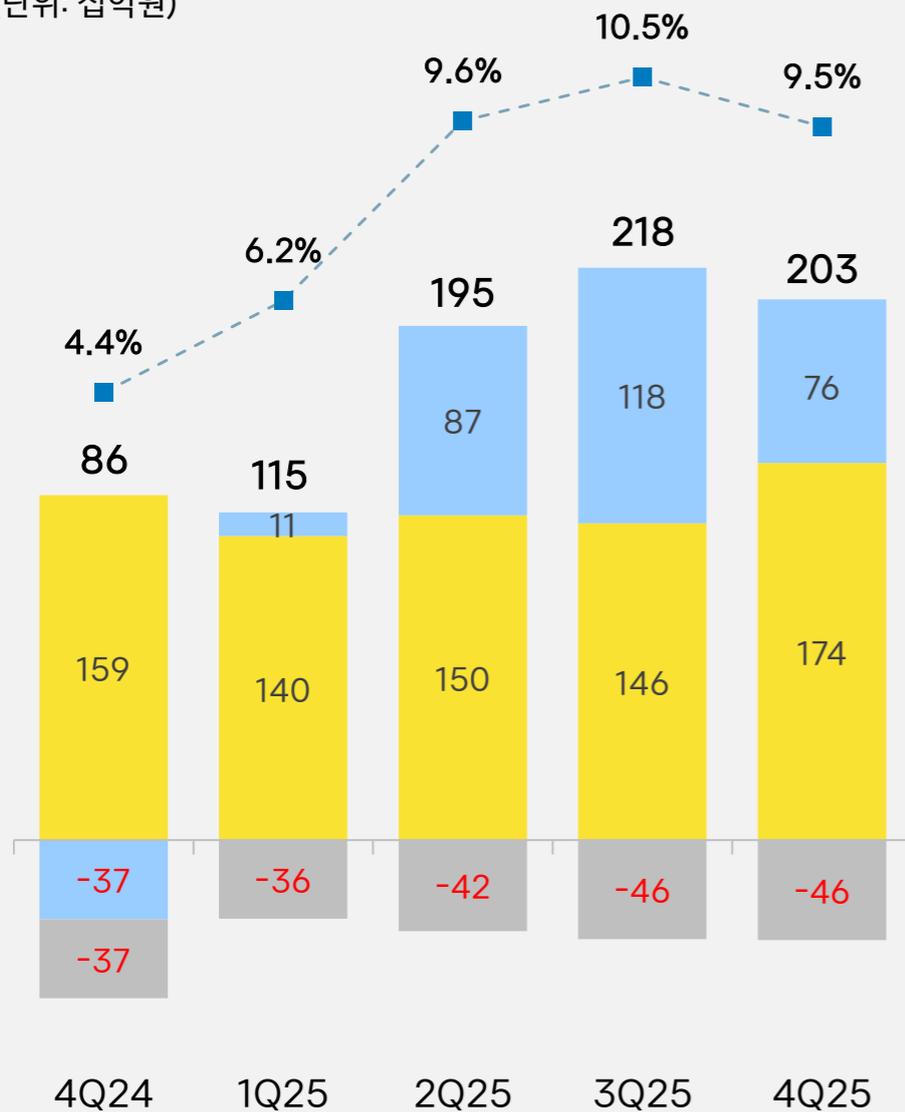
영업이익 / 당기순이익

영업이익(률)

4Q25 +136% YoY, -7% QoQ

카카오 (별도)¹⁾ 종속회사²⁾ AI³⁾ - OPM

(단위: 십억원)

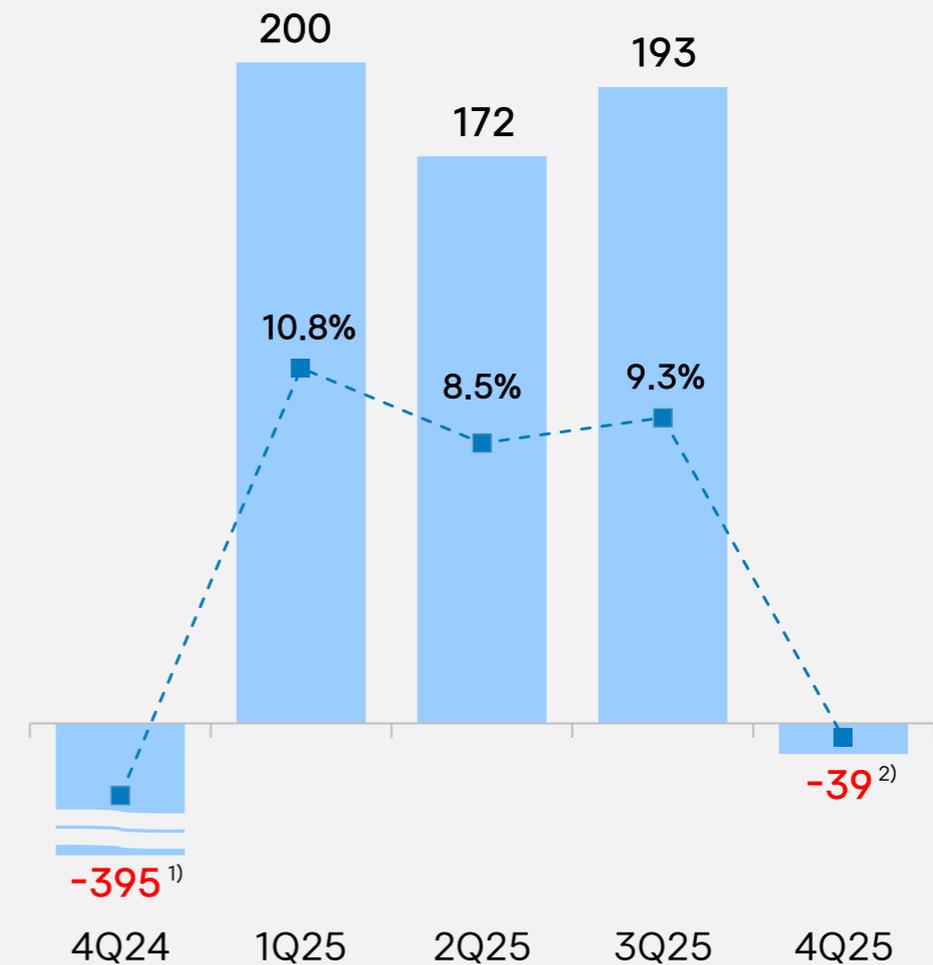


당기순이익(률)

4Q25 YoY 적자 축소, QoQ 적자 전환

당기순이익 - 당기순이익률

(단위: 십억원)



1) 카카오(별도) : AI 서비스 손익을 제외한 별도 영업이익
 2) 종속회사: 카카오(별도)와 AI를 제외한 모든 사업, 내부거래 조정 포함
 3) AI : 카카오(별도) 내 AI 서비스 부문

1) 4Q24: 영업권 및 지분법주식 손상차손 각각 3,177억원, 964억원 인식
 2) 4Q25: 영업권 및 무형자산 손상차손 각각 1,283억원, 1,049억원 인식

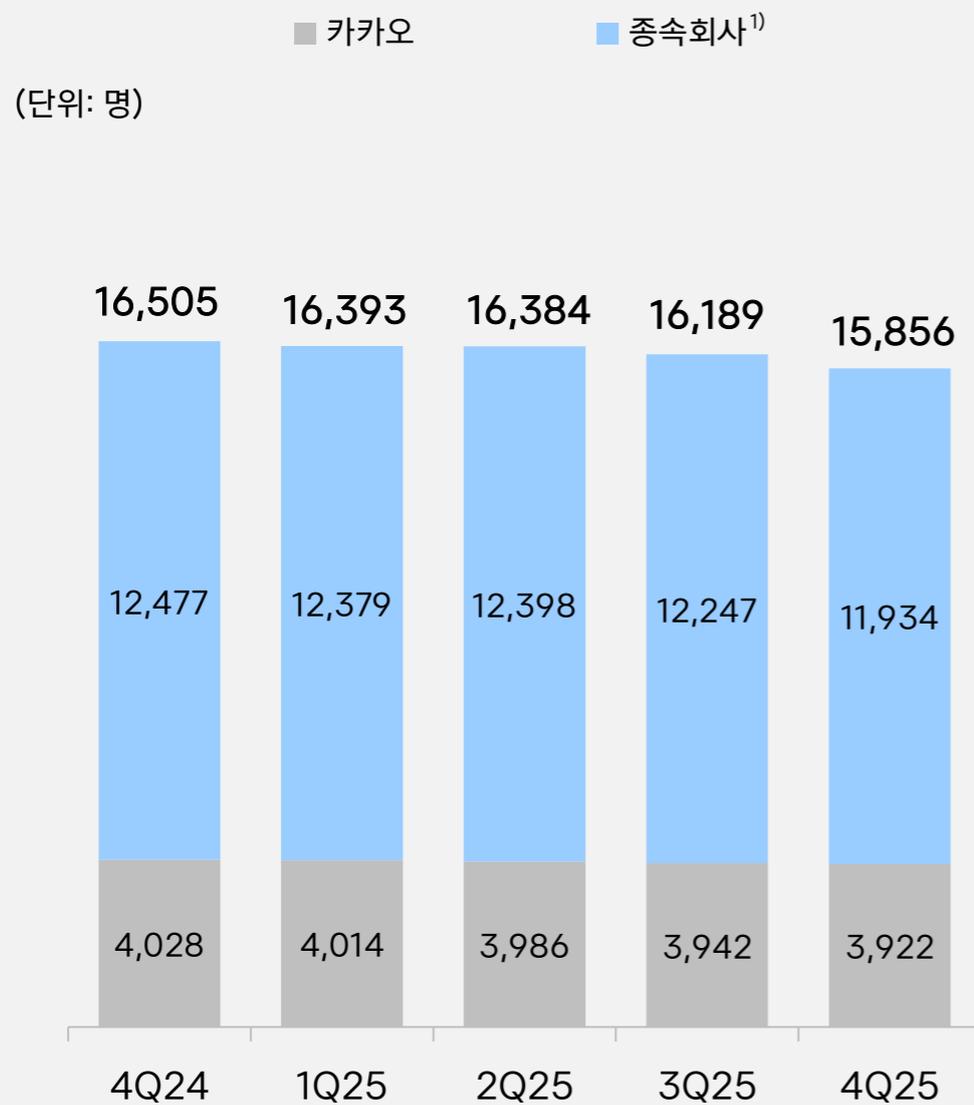
인원 / CapEx

인원 현황 4Q25 -649명 YoY, -333명 QoQ

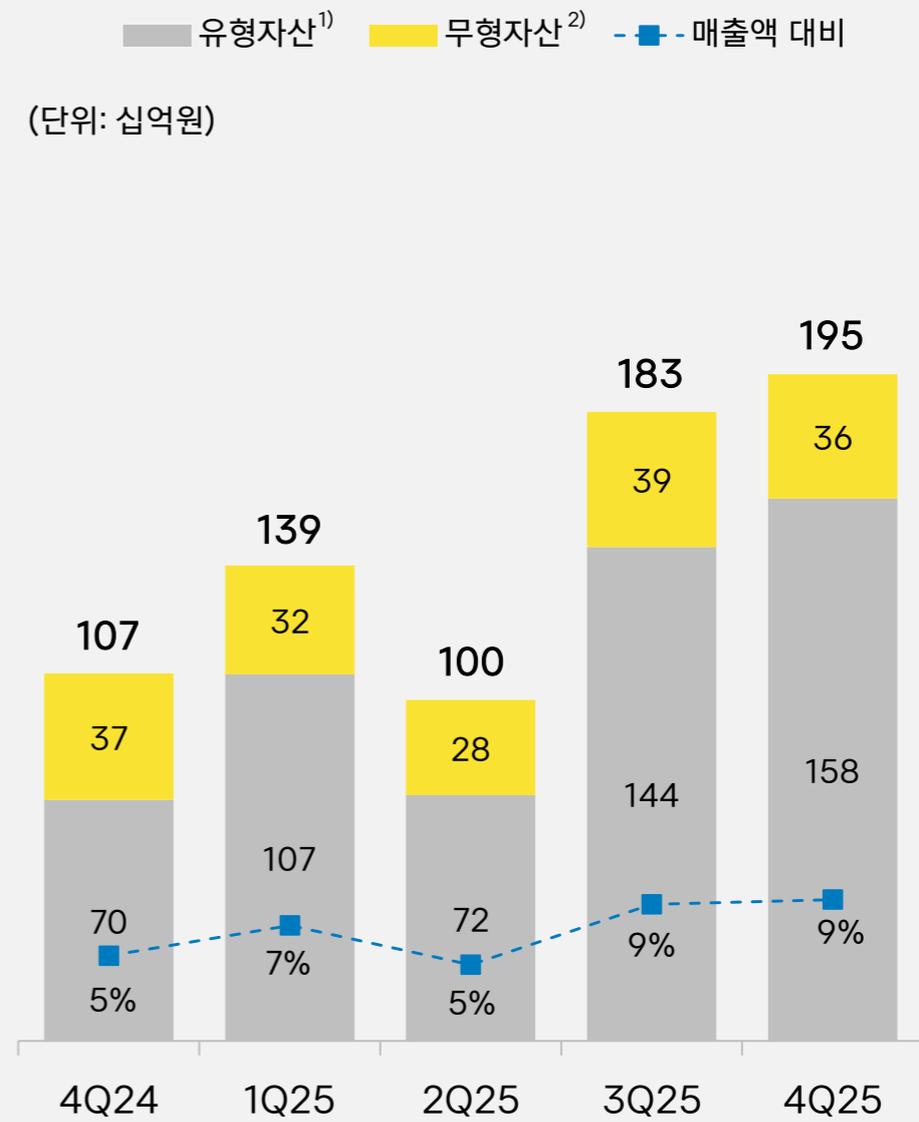
보수적인 채용 기조와 지배구조 효율화로 YoY, QoQ 감소

CapEx 4Q25 +873억원 YoY, +110억원 QoQ

자회사 신규 자산 매입으로 YoY, QoQ 증가



1) 주요 연결 종속회사 기준



1) 유형자산 : 데이터센터 관련 건설중인자산, 기계장치 등
 2) 무형자산 : 산업재산권, 회원권, 기타의 무형자산 등

ESG 활동성과



2025 카카오 그룹 기술윤리 보고서 발간

- 기술의 안전과 신뢰, 개인정보보호 및 보안, 투명성 등 주요 기술윤리 강화를 위한 주요 활동 및 성과 공개
- AI Safety 강화 일환으로 유해 콘텐츠 근절 및 '디지털 아동·청소년 보호 체크리스트' 개발, 임직원 기술윤리 교육 확대



AI 활용한 새로운 문제해결 방식 실험 'AI TOP 100' 경진대회 개최

- 과학기술정보통신부와 협력하여 AI를 활용한 일상적 문제해결 역량의 가능성을 주제로 하는 대규모 경진대회를 개최
- 15~67세 전 세대·전 직군 3,000여 명 참여, AI 잠재 인재 발굴 및 AI 활용 담론 확산을 통해 국내 AI 생태계 조성에 기여



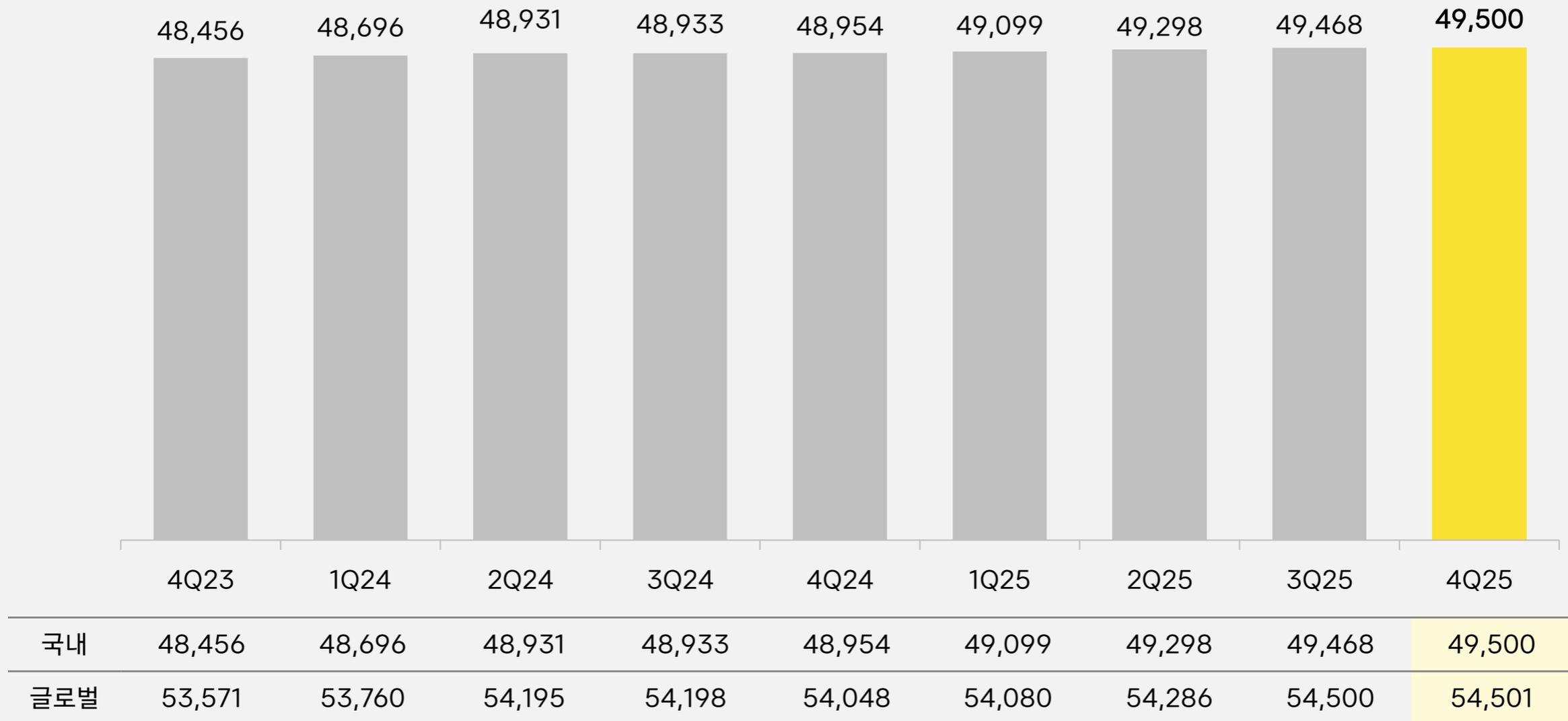
소상공인 AI·디지털 전환 상생 프로그램 공로 장관 표창 수상

- 국내 최대 소상공인 행사 '2025 대한민국 소상공인대회'에서 소상공인 육성 및 상생 협력 공로를 인정받아 중소벤처기업부 장관 표창 수상
- 25년 '프로젝트 단골' 통해 전국 286개 상권과 4,112명 상인을 대상으로 한 맞춤형 디지털 및 AI 교육 지원

카카오톡 MAU

4천9백만 명 규모의 견조한 국내 월간 활성 이용자(MAU) 유지

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

