

kakao

2026년 2분기 실적발표

2026. 8. 6 | Kakao Investor Relations



유의사항

본 자료의 2026년 2분기 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.

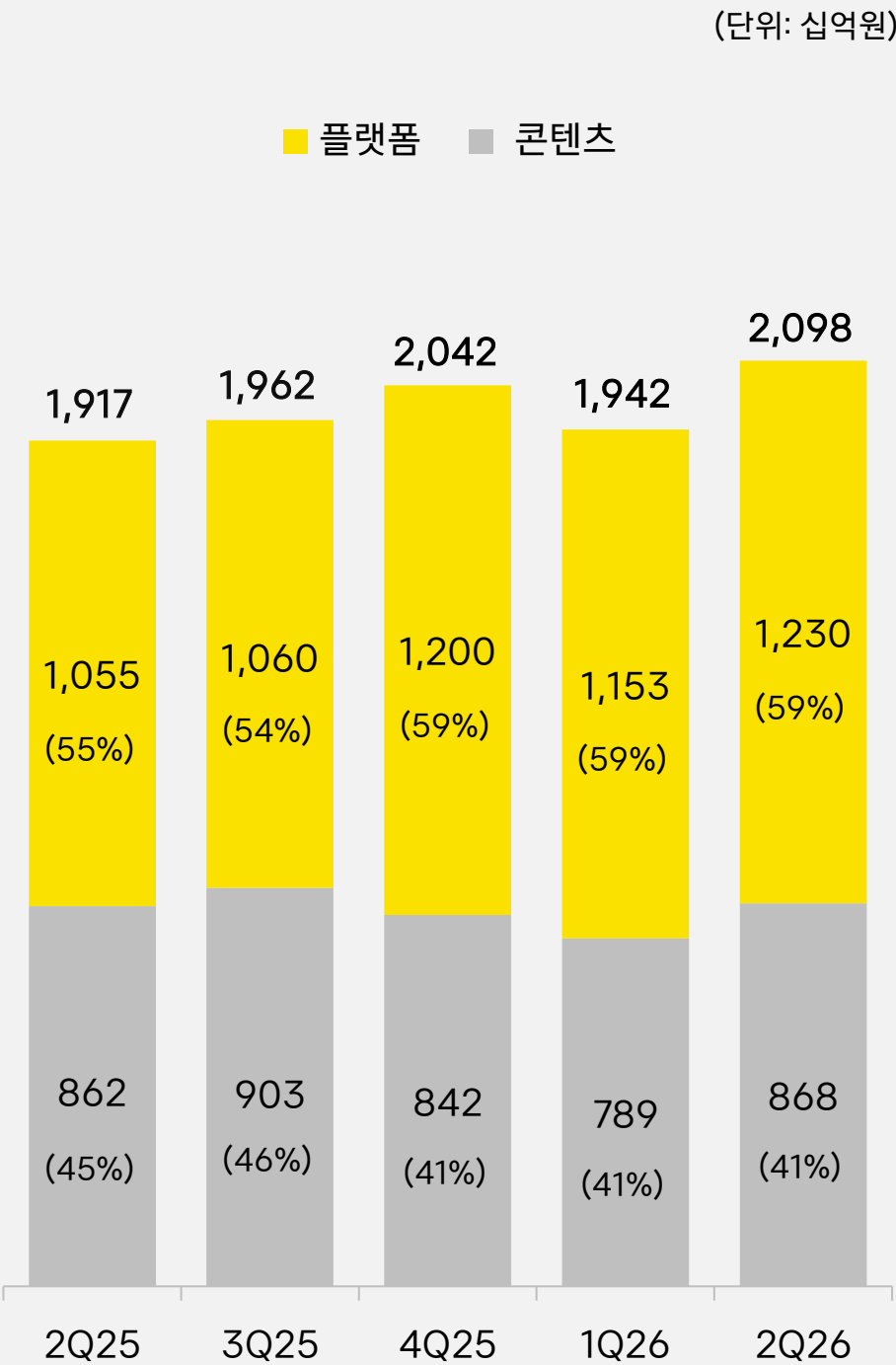
또한, 본 자료 상에, 회사가 예상한 결과 또는 사항이 실현되거나, 회사가 당초에 예상한 영향이 발생한다는 확신을 제공할 수 없습니다.

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 +9% YoY / +8% QoQ
2분기 매출 비중 : 플랫폼 59%, 콘텐츠 41%



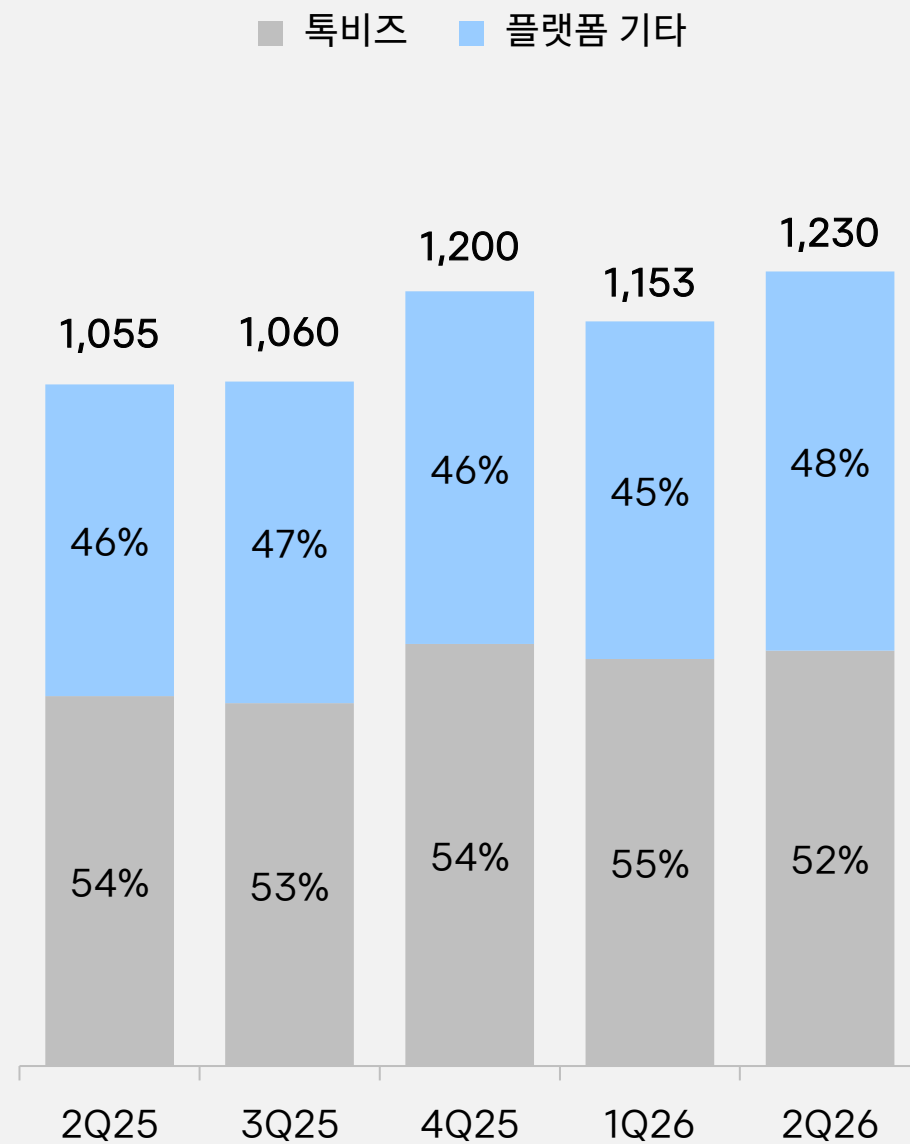
매출 구성		
플랫폼	특비즈	광고 및 구독 : 톡DA (비즈보드 / 비즈보드 외), 비즈니스 메시지, 네트워크 광고, 구독 및 기타
		거래형 : 선물하기, 톡스토어, 카카오프렌즈 온라인
콘텐츠	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 기타연결종속회사
	스토리	픽코마
		엔터테인먼트
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	미디어	영상제작 매니지먼트

부문별 매출

플랫폼 부문

2Q26 +17% YoY, +7% QoQ

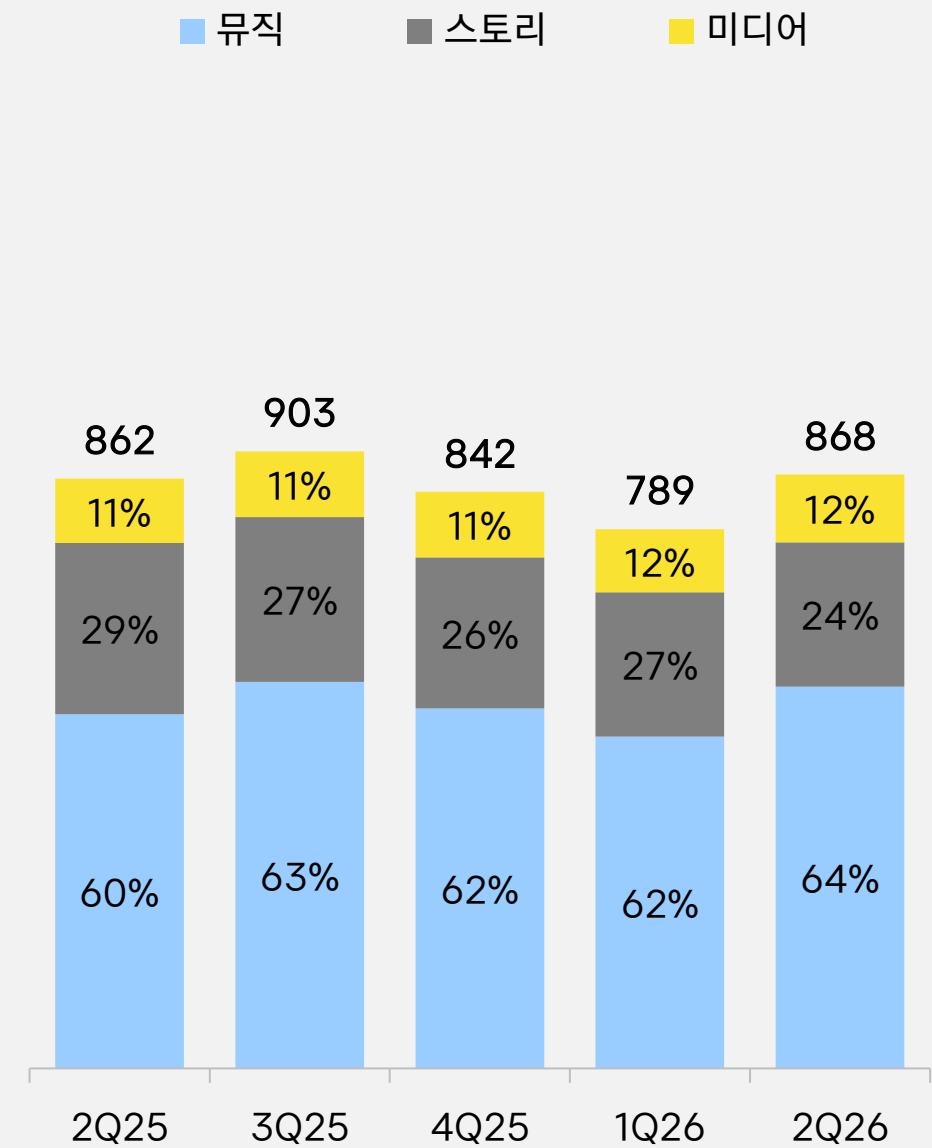
(단위: 십억원)



콘텐츠 부문

2Q26 +1% YoY, +10% QoQ

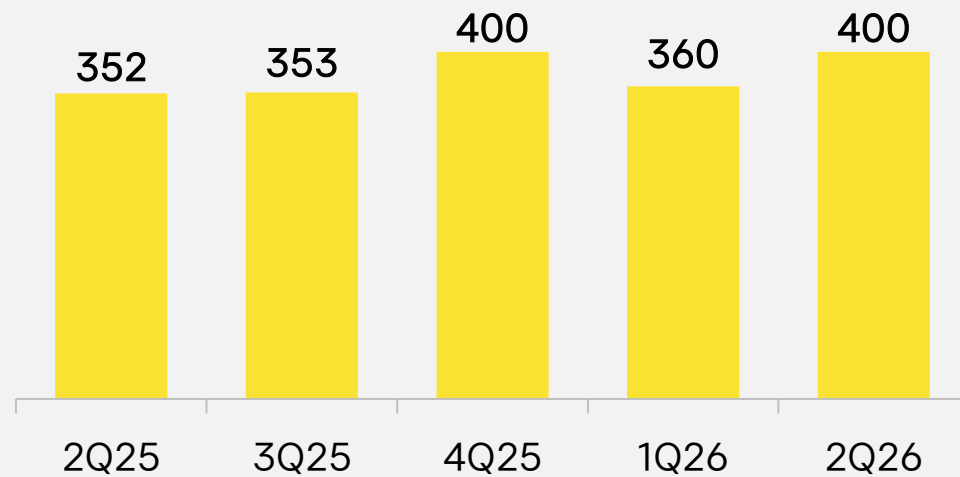
(단위: 십억원)



플랫폼 부문 | 특비즈

광고 및 구독

(단위: 십억원)

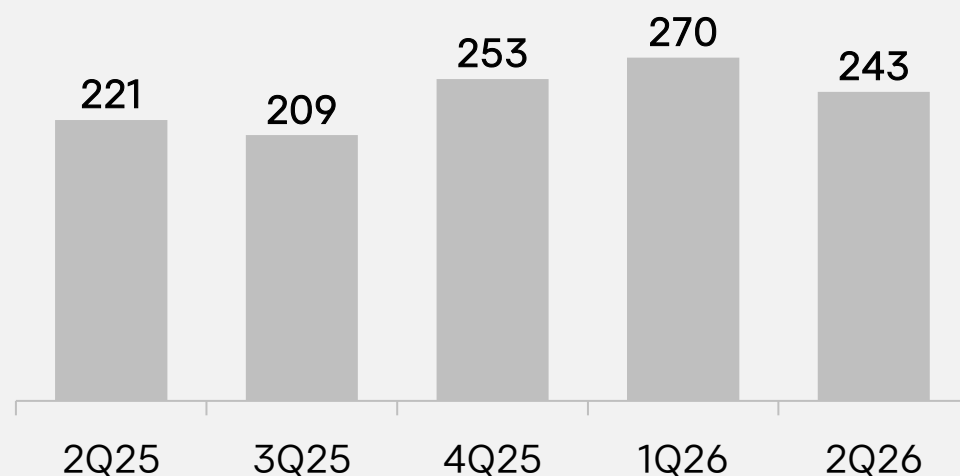


2Q26 +14% YoY, +11% QoQ

- (YoY/QoQ) ① 비즈니스 메시지 +20% YoY, +12% QoQ, 금융 업종 광고주 중심 견조한 수요 증가 및 메시지 활용도 확대
- ② 특 DA +28% YoY, +21% QoQ 피드형 서비스 기반 광고상품 출시로 신규 광고주 유입 및 기존 광고주 집행 확대

커머스

(단위: 십억원)



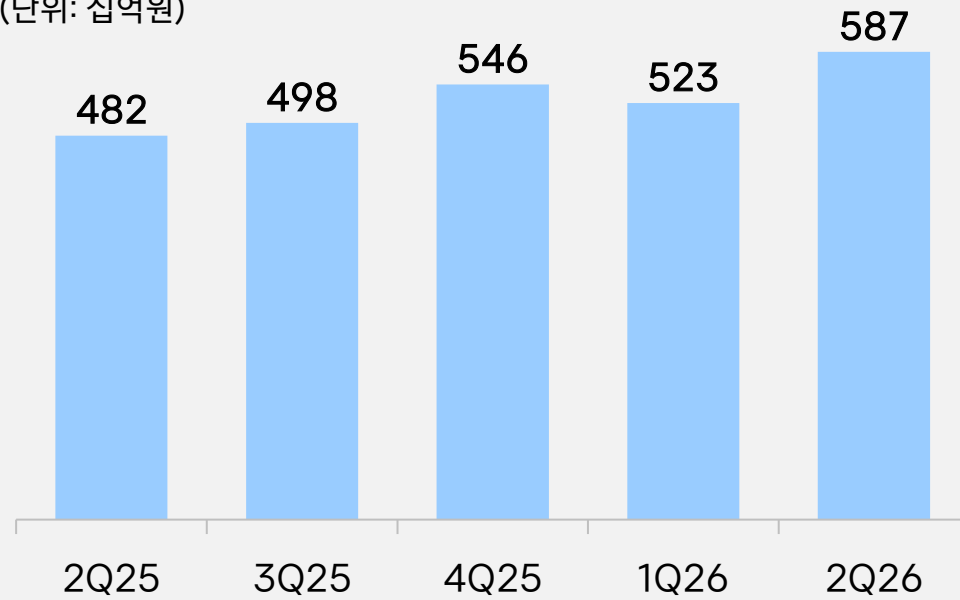
2Q26 +10% YoY, -10% QoQ

- 통합 거래액 : 2.7조원, +9% YoY, -5% QoQ
- 선물하기 거래액 : +9% YoY, -10% QoQ
- 톡스토어 거래액 : +7% YoY, -8% QoQ
- (YoY) 가정의 달 수요에 맞춘 카테고리 강화 및 프로모션 확대로 견조한 성장세 유지, 선물하기 역대 최고 5월 거래액 기록
- (QoQ) 설 명절 수요에 따른 높은 기저 영향

플랫폼 부문 | 플랫폼 기타

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



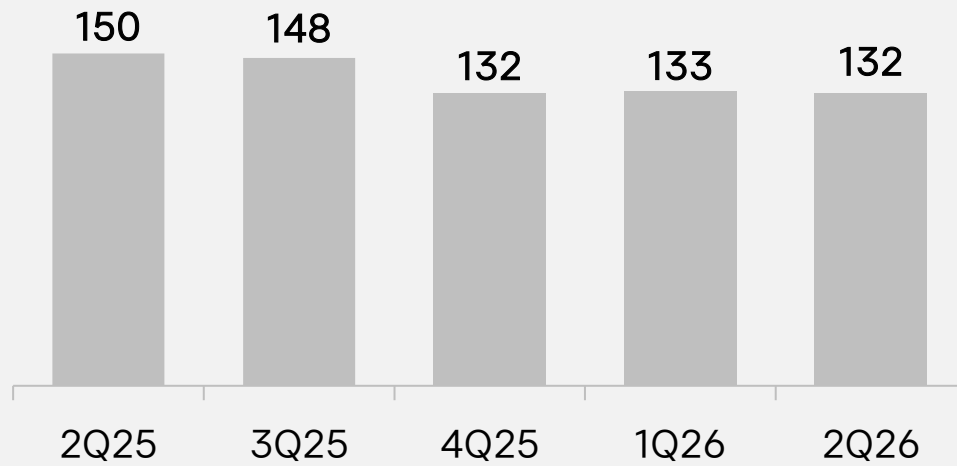
2Q26 +22% YoY, +12% QoQ

- 모빌리티 : 안정적인 기존 사업에 더해 라스트마일 물류 호조
- 페이 : 금융 매출 고성장에 힘입어 역대 최대 분기 매출과 영업이익 달성

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

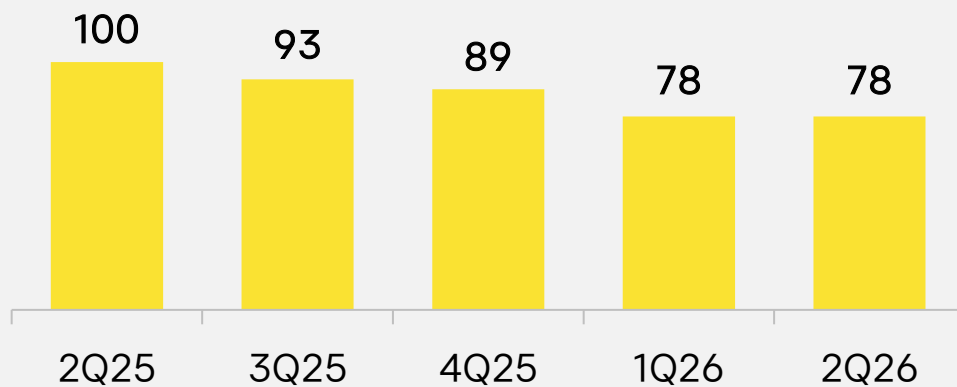


2Q26 -12% YoY, Flat QoQ

- (엔화 기준) 거래액 -1% YoY, Flat QoQ
- (엔화 기준) 매출액 -9% YoY, -3% QoQ
- 일본 전체 앱마켓 매출 1위 유지

엔터테인먼트

(단위: 십억원)



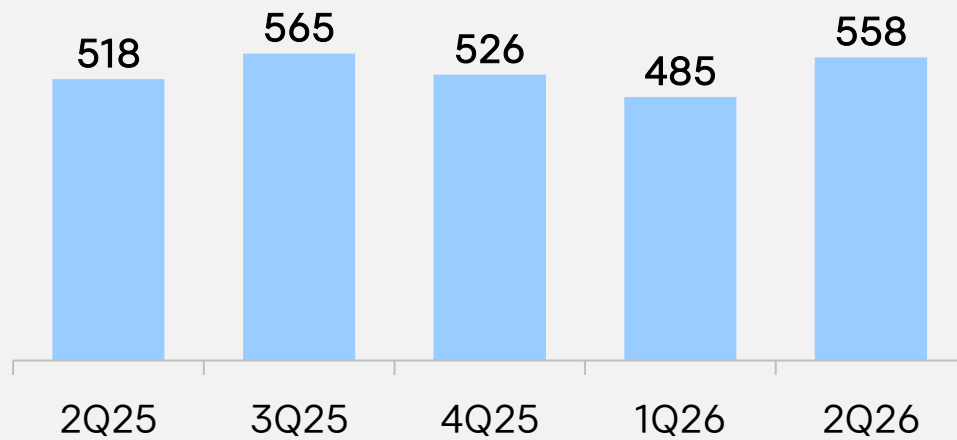
2Q26 -22% YoY, Flat QoQ

- (YoY) 이용자 트래픽 둔화로 거래액 감소
- (QoQ) 인기 웹소설 IP의 웹툰 확장으로 전분기 수준 유지

콘텐츠 부문 | 뮤직, 미디어

뮤직

(단위: 십억원)

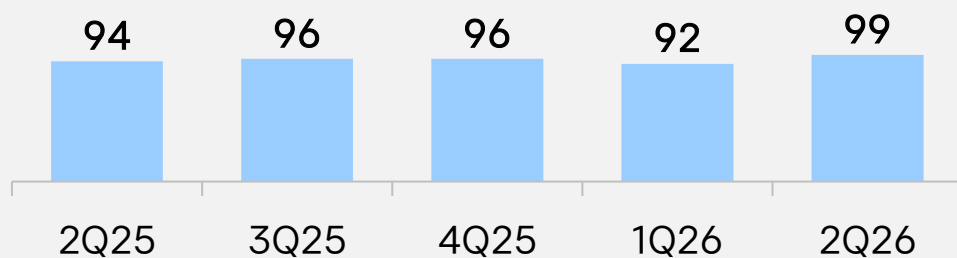


2Q26 +8% YoY, +15% QoQ

- (YoY) 앵커 IP 공연 증가, MD 및 라이선싱 매출 확대
- (QoQ) 주요 아티스트 컴백에 따른 음반, MD 매출 증가

미디어

(단위: 십억원)



2Q26 +5% YoY, +7% QoQ

- (YoY) 매출 인식 작품 수 및 제작 진행률 확대

실적요약

(단위: 십억원)	2Q25	1Q26	2Q26	YoY	QoQ
매출	1,917	1,942	2,098	9%	8%
플랫폼 부문	1,055	1,153	1,230	17%	7%
특비즈	573	630	643	12%	2%
플랫폼 기타	482	523	587	22%	12%
콘텐츠 부문	862	789	868	1%	10%
스토리	250	211	211	-16%	-0.2%
뮤직	518	485	558	8%	15%
미디어	94	92	99	5%	7%
영업비용	1,714	1,731	1,821	6%	5%
영업이익	204	211	277	36%	31%
영업이익률	10.6%	10.9%	13.2%	+2.6%pt	+2.3%pt
당기순이익	172	227	18	-90%	-92%
지배지분순이익	161	172	16	-90%	-91%
비지배지분순이익	11	55	2	-84%	-97%
당기순이익률	9.0%	11.7%	0.9%	-8.1%pt	-10.8%pt

영업비용

(단위: 십억원)	2Q25	1Q26	2Q26	YoY	QoQ
영업비용	1,714	1,731	1,821	6%	5%
인건비	439	445	448	2%	1%
매출연동비	679	701	746	10%	6%
외주/인프라비	218	208	223	2%	7%
마케팅비	79	73	97	22%	33%
상각비	209	197	192	-8%	-3%
기타	90	107	116	29%	9%

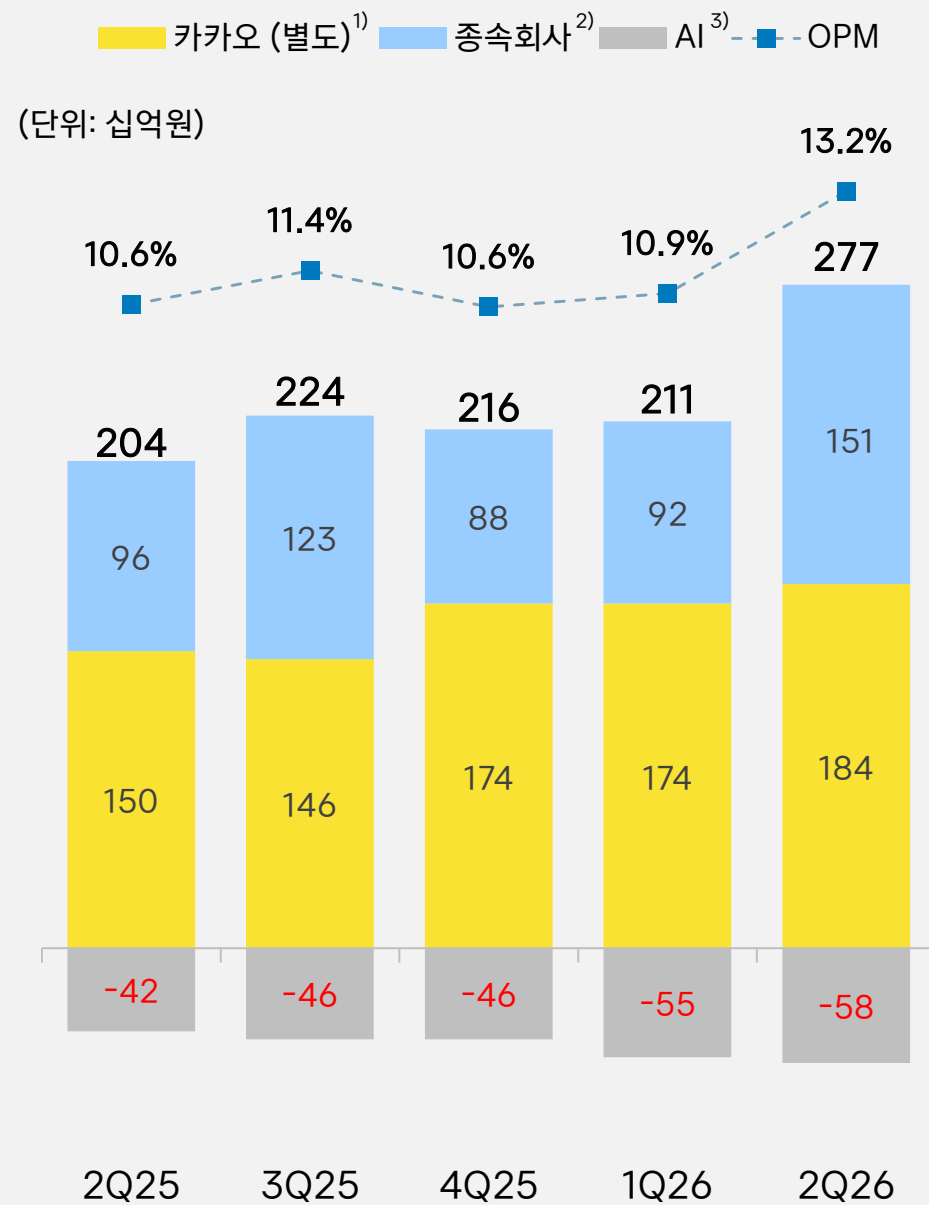
2분기 증감 분석

- 인건비 (YoY/QoQ) 보수적인 채용기조 유지
- 매출연동비 (YoY/QoQ) 뮤직 IP 활동 확대로 정산비용 및 음반·MD 제작원가 증가
- 외주/인프라비 (YoY/QoQ) AI 관련 인프라 수요 증가했으나, 효율적인 투자·운영 통해 제한적 비용 증가
- 마케팅비 (YoY/QoQ) 픽코마, 페이 마케팅 활동 확대
- 상각비 (YoY) 콘텐츠 자회사 일회성 대손상각비 기저효과
(QoQ) 콘텐츠 부문 판권 상각비 기저효과

영업이익 / 당기순이익

영업이익(률)

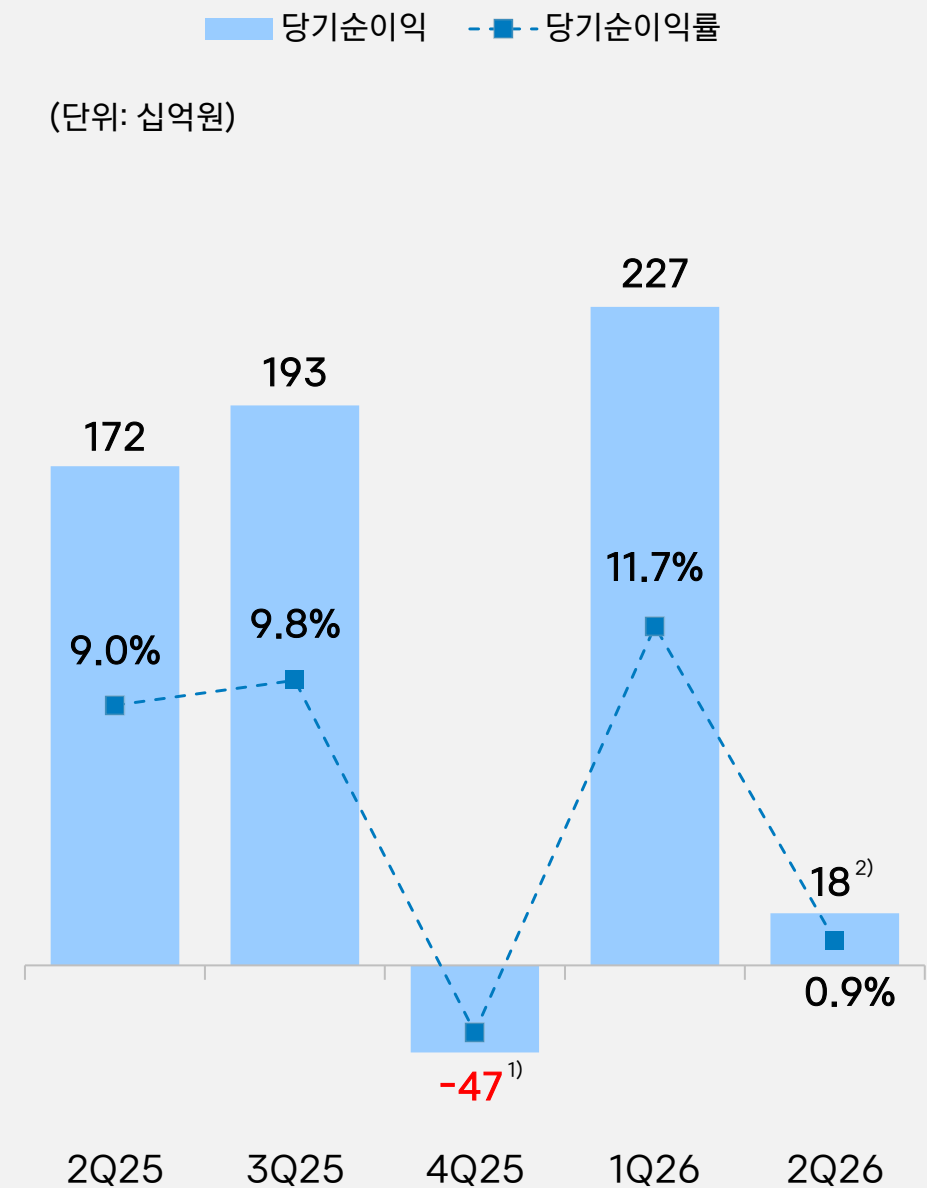
2Q26 +36% YoY, +31% QoQ



- 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

당기순이익(률)

2Q26 -90% YoY, -92% QoQ



- 1) 4Q25: 영업권 및 무형자산 손상차손 각각 1,283억원, 1,049억원 인식
 2) 2Q26: 연결 제외·지분 매각 등에 따른 중단영업손실 1,808억원, 법인세비용 1,651억원 인식

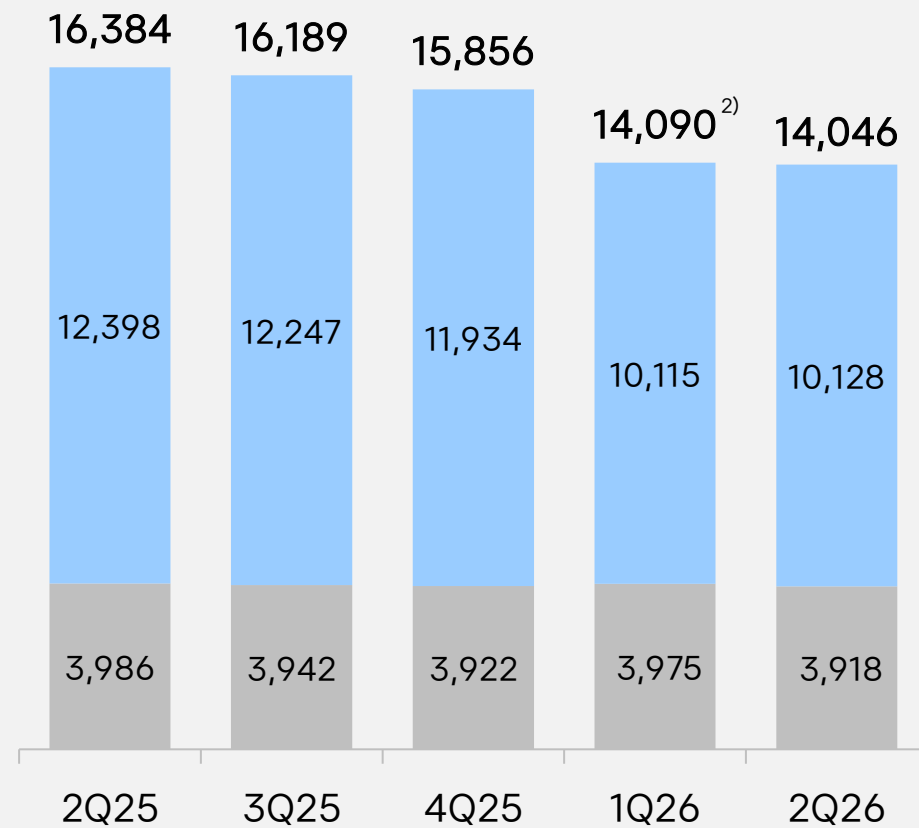
인원 / CapEx

인원 현황 2Q26 -2,338명 YoY, -44명 QoQ

효율적인 인력 운영과 지배구조 단순화

■ 카카오 ■ 종속회사¹⁾

(단위: 명)



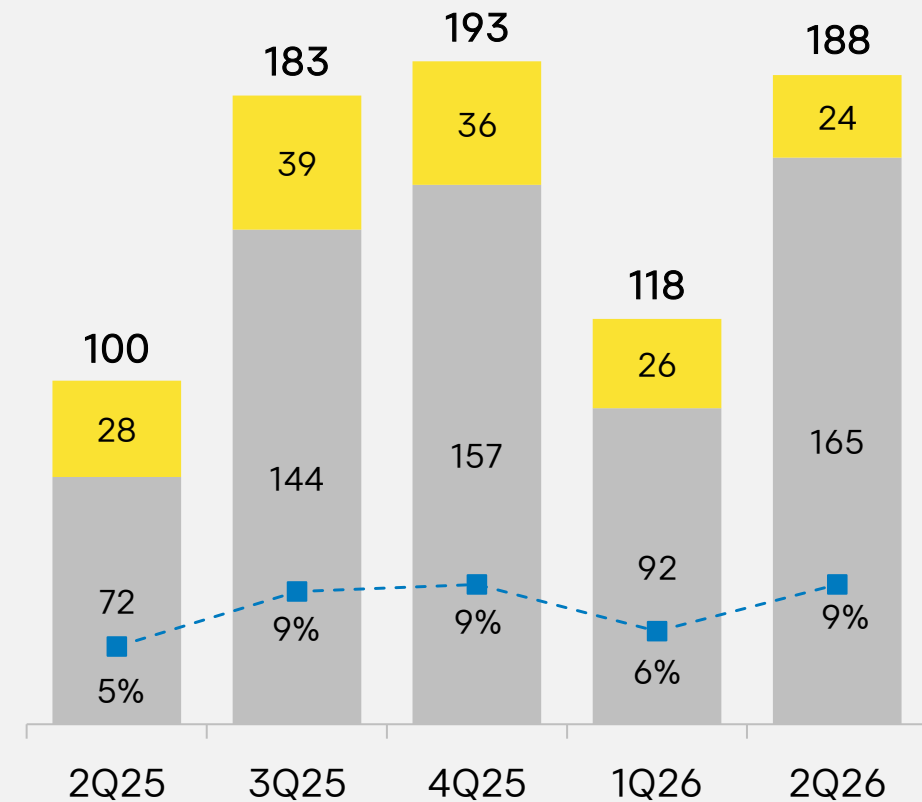
- 1) 주요 연결 종속회사 기준
2) 카카오게임즈 연결 제외

CapEx 2Q26 +885억원 YoY, +704억원 QoQ

2분기 서버 구매 집중

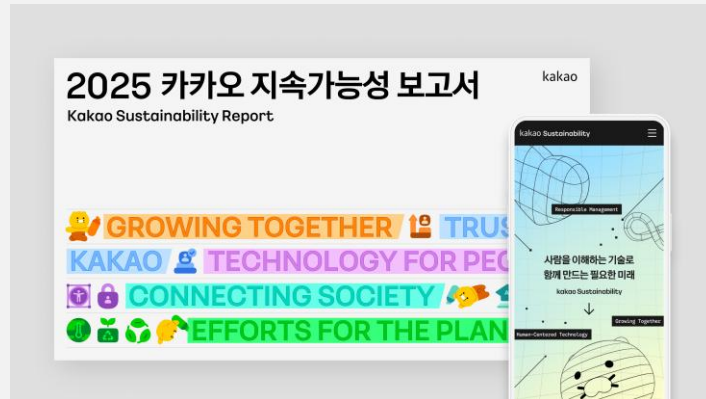
■ 유형자산¹⁾ ■ 무형자산²⁾ - 매출액 대비

(단위: 십억원)



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

ESG 활동성과



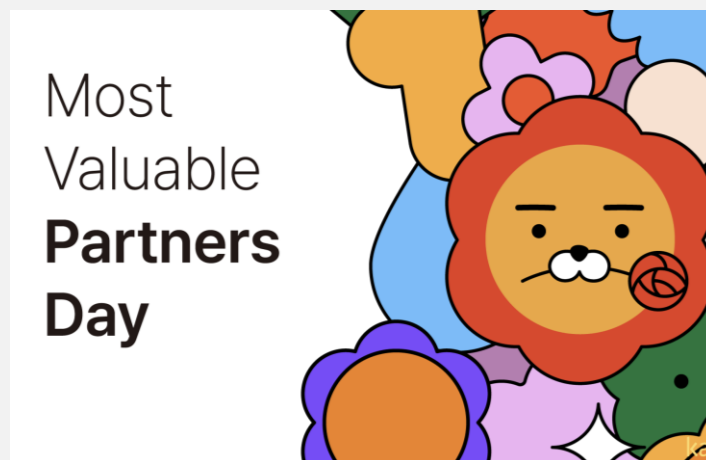
2025년 카카오 지속가능성 보고서 발간

- 글로벌 지속가능성 공시 기준을 반영하여 이용자보호, 정보보안, 기후변화 대응 등 ESG 중대이슈 관련 위험·기회 및 대응 전략 공개
- 국내 최초 오픈소스 AI 가드레일 모델 카나나 세이프가드 출시 등 주요 ESG 성과 공개



구글 딥마인드 파트너십 통한 AI 콘텐츠 투명성, 신뢰성 강화

- 구글 딥마인드와 AI 생성 콘텐츠 투명성 확보를 위한 기술 파트너십 체결
- 자체 AI 모델 Kanana에 디지털 워터마킹·탐지 기술 SynthID 선제적으로 적용하여 안전한 AI 서비스를 위한 기반 마련



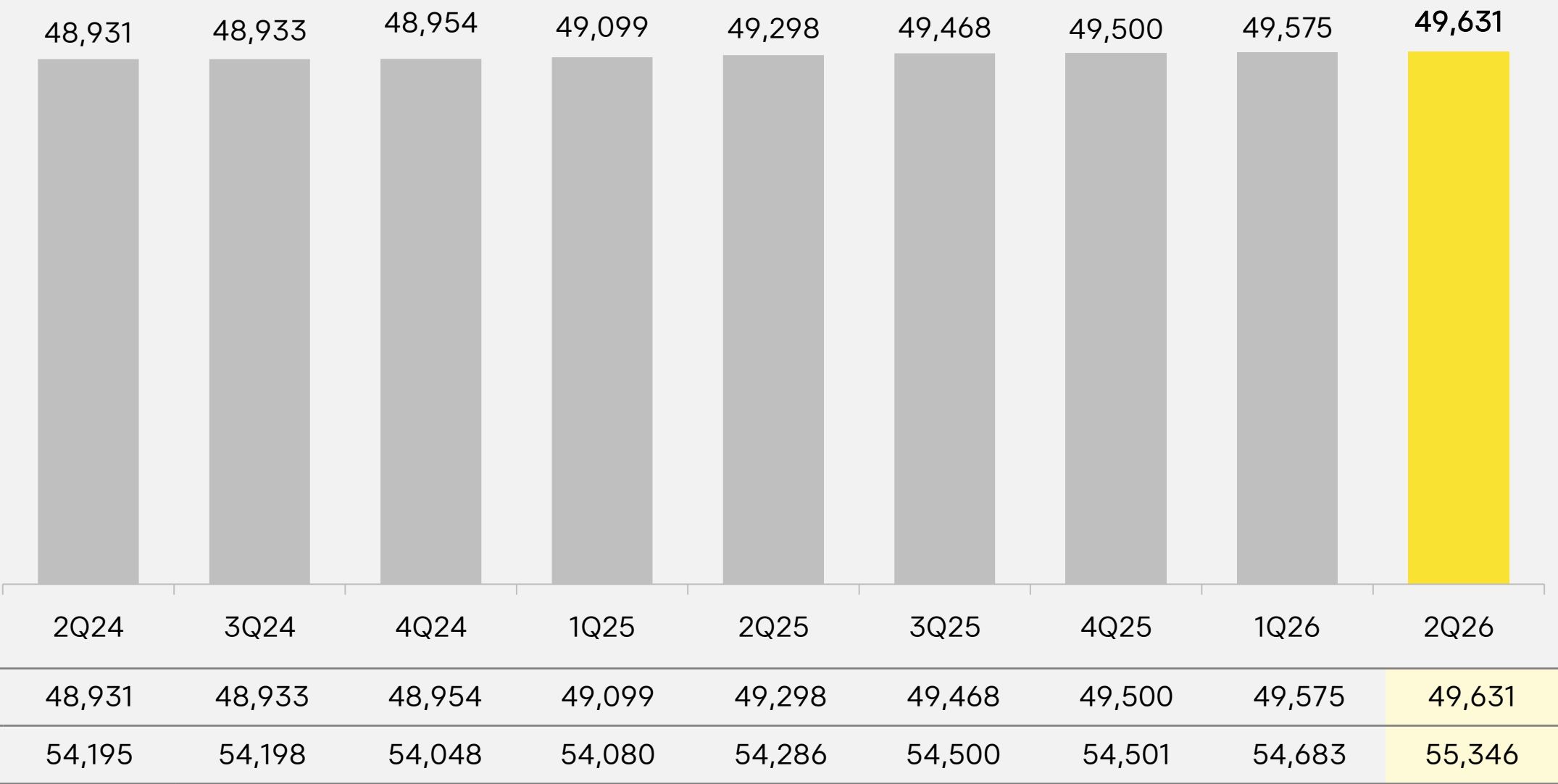
파트너스데이 개최를 통한 협력사 동반성장 강화

- 네트워크, 보안, 커머스 관련 66개 파트너사를 초청하여 동반성장, ESG경영, 구매 정책 및 금융지원 관련 교육 제공
- 18회째 이어온 파트너 상생 프로그램으로 협력사 간 교류를 통해 건강한 협력 생태계 조성 추진

카카오톡 MAU

5천만 명에 육박하는 견조한 국내 월간 활성 이용자(MAU) 유지

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

Appendix. 매출 분류 변경

특비즈 광고 및 구독형에 **네트워크 광고** 신설하고, **포털비즈** 매출 각 사업으로 재분류 후 **폐지**

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

1) Daum PC/Mobile 광고 매출은 [플랫폼 기타]로 재분류. 연결 제외에 따라 2Q26까지 인식.
카카오톡스토리/스타일 광고 매출은 [특비즈>광고], 페이지는 [스토리-엔터테인먼트]로 분류.
기타 자회사광고는 플랫폼 기타(모빌리티), 스토리(픽코마), 뮤직(멜론)으로 재분류

변경 후		
플랫폼	특비즈	광고 및 구독 : 특DA (비즈보드 / 비즈보드 외 ¹⁾), 비즈니스 메시지, 네트워크 광고 ²⁾ 구독 및 기타
		거래형 : 선물하기, 톡스토어, 카카오프렌즈 온라인
콘텐츠	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 기타연결종속회사
	스토리	픽코마
		엔터테인먼트
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	미디어	영상제작 매니지먼트

1) 비즈보드 외: 비즈보드를 제외한 카카오톡 지면 DA

2) 네트워크 광고: 외부 플랫폼 지면 DA

감사합니다

