

kakao

Company Presentation

2026년 8월 | 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.

기업 개요



카카오톡은 국내 1위 메신저앱으로 절대적 우위 점유

5천만 국내 MAU vs. 5.1천만 국내 인구
(97% 침투율)



플랫폼·콘텐츠 사업 전반에 걸친 다양한 비즈니스 모델 확보

광고, e-커머스,페이 & 뱅크, 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

특비즈



광고



커머스

AI



카나나 인
카카오톡



ChatGPT
for Kakao

연계 서비스

(카카오보유지분율*)

kakaomobility

택시 호출&기타모빌리티서비스

(57.2%)

kakaopay

테크핀

(46.1%)

kakaobank

인터넷 은행

(27.2%)

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%)

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

2Q26 실적 하이라이트

- 톡비즈 성장 재가속을 중심으로 플랫폼이 견조한 성장세를 이어가며 연결 매출 2.1조원(+9% YoY), 역대 최대 분기 매출 달성
- 고마진 핵심 사업 성장과 사업 구조 효율화로 수익성이 개선되며, 역대 최대 영업이익 2,770억원(+36% YoY), 영업이익률 13% 달성
- 플랫폼 비즈니스(+17% YoY) : 톡비즈 두 자릿수 성장 지속. 비즈니스 메시지(+20%)와 톡 DA(+28%) 호조로 광고 및 구독 +14% 성장
커머스 통합 거래액은 가정의 달 수요와 자기구매 확대(+39%)에 힘입어 +9% 성장. 선물하기(+9%)·톡스토어(+7%)도 견조한 성장 기록
- 콘텐츠 비즈니스(+1% YoY) : 뮤직은 주요 아티스트 활동 확대로 성장세 지속(+8%), 미디어는 제작 작품 수 증가로 매출 확대(+5%)
픽코마는 일본 전체 앱 마켓 매출 1위를 지속하며 시장 선두 지위 유지

핵심사업 : 카카오톡 및 B2C AI 서비스 성과

- 카카오톡 : 톡 개편 이후 이용 패턴 정착과 계절성 콘텐츠 증가로 피드형 콘텐츠 소비 확대
- 카나나 인 카카오톡 : 선택·답변 반응률과 리텐션 등 활동성 지표 지속 개선, 대화 맥락 기반 추천·실행 기능 고도화
- ChatGPT for Kakao : 누적 가입자 1,300만 명 확보, 인당 발신 메시지·체류시간 등 활동성 지표 개선, 대화방·PC 등 이용 점점 확대
- 쿠팡이츠와 첫 A2A 파트너십 공개, 다양한 외부 서비스와 연계하는 Agentic AI 생태계 확장 본격화

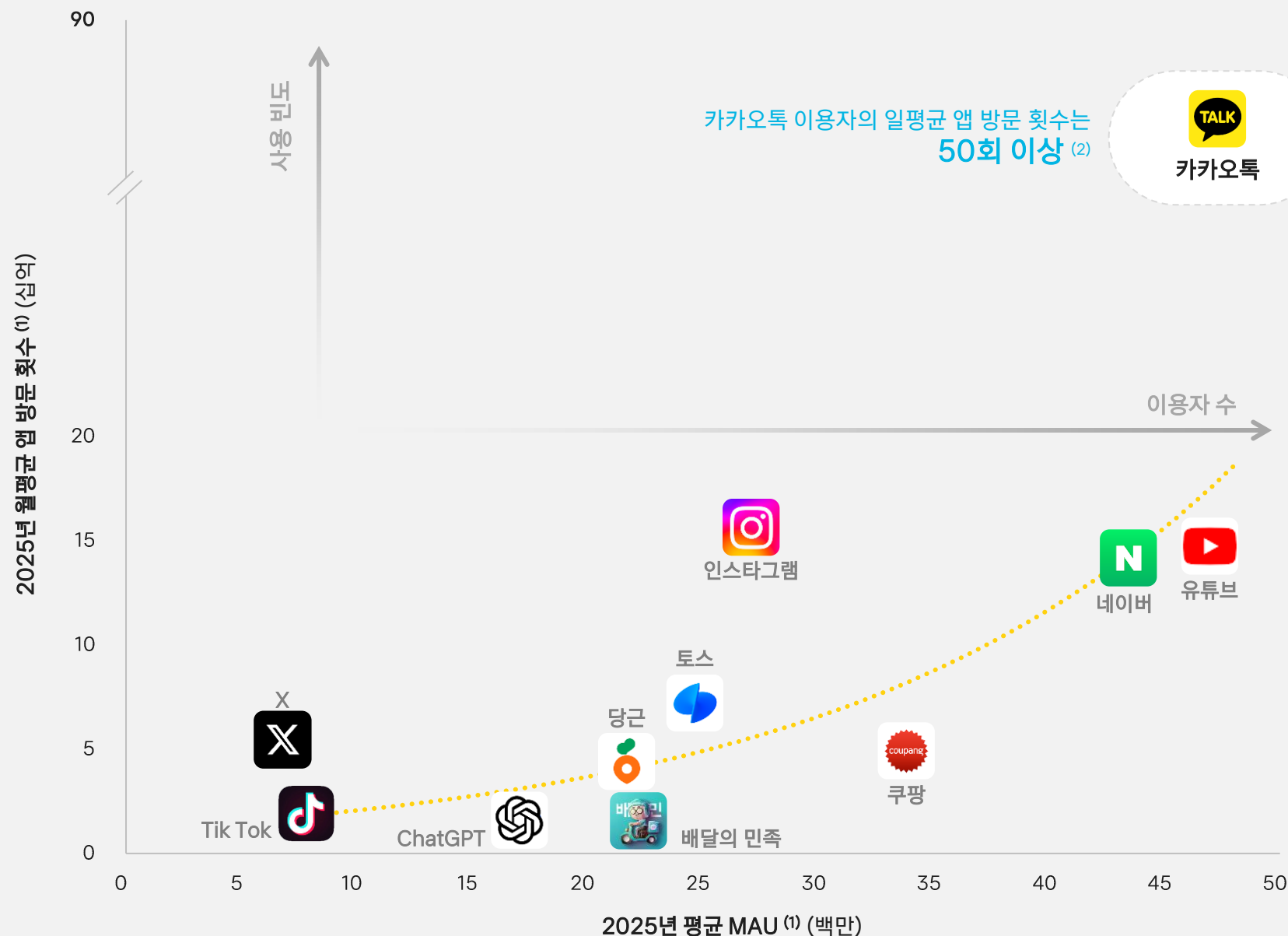
주요 전략 및 가이드نس

- 플랫폼 성장과 지배구조 개편 효과로 연간 연결 매출 10% 이상 성장, 영업이익률 10% 목표 달성 가시성 확대
- 고마진 톡비즈 성장과 효율적인 인프라 비용 관리, CapEx-light한 AI 전략을 통해 AI 투자 부담을 상쇄하며 수익성 개선 지속
- Agentic AI 서비스·파트너 생태계 확장 기반 연말 MAU 천만 명 달성→'27년 수익화 본격화→'28년 톡비즈 내 AI 매출 비중 두 자릿수 목표

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

일상 서비스에서 Agentic AI로



- 패션아이템 쇼핑
- 비즈니스 톡채널
- 광고하기
- 비행티켓예약
- 목적지 길찾기

차별적인 경쟁적 해자를 바탕으로 한 견고한 성장과 수익성

광고



국내 No.1 메신저 앱이 보유한
압도적 트래픽 기반 광고 비즈니스

국내 디지털 광고 시장

11 조원

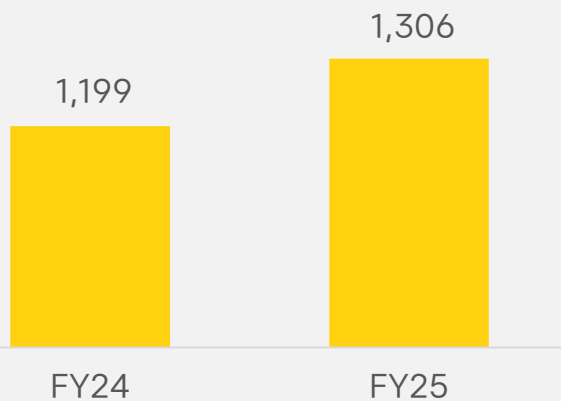
디지털 광고 TAM⁽¹⁾

12% M/S
디지털 광고



카카오톡 광고 매출
(단위 : 십억원)

+9% YoY



주요 성장 동력



특 인게이지먼트 강화
발견·탐색 맥락 확대



차별적 상품과
높은 ROAS 기반 성장 지속



광고, 커머스 외 AI를 통한
신규 성장동력 강화

e-커머스



카카오만의 특별한 선물하기 BM을
기반으로 한 e-커머스 플랫폼

국내 e-커머스 시장

272조원

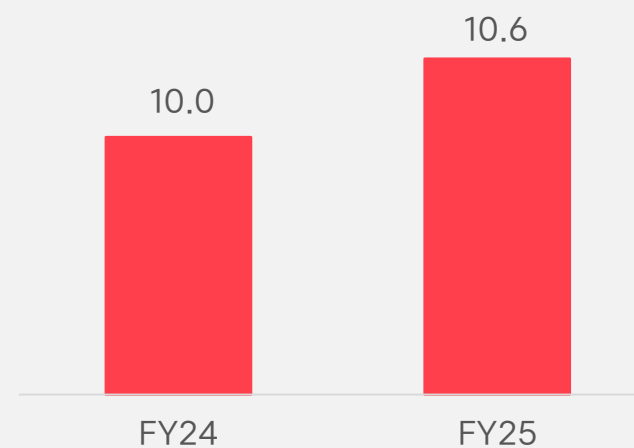
온라인 커머스 TAM⁽²⁾

4% M/S
e-커머스



카카오 e-커머스 거래액
(단위 : 조원)

+6% YoY



주요 성장 동력



럭셔리 / 하이엔드 브랜드
상품라인업 확장



선물하기에서 자기구매
맥락으로의 확장



생필품/신선식품 확장을 통한
에브리데이 스토어 기반 강화

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 플랫폼과 콘텐츠 사업 전반 리더십 확보

시장 포지셔닝

성장 전략

모빌리티

kakaomobility

국내 No 1. 모빌리티 플랫폼



전국 브랜드
택시 수 확대



주차 & 라스트마일 물류
플랫폼으로 확장

핀테크

kakaobank
kakaopay

국내 대표
금융 플랫폼

186 조원
FY 2025 페이 TPV



전 연령층 침투율 강화
& 저원가성 예금 비중 확대



데이터·AI 기반 금융 고도화
& 보험, 증권 수익성 개선

미디어

kakao
ENTERTAINMENT
SM
ENTERTAINMENT
GROUP

Top 2
국내 엔터테인먼트 그룹

30%+
K-pop 유통사업 M/S



IP포트폴리오 강화



북미 & 일본 시장
글로벌 활동 본격화

콘텐츠

kakao
ENTERTAINMENT
kakaopiccoma

No. 1
3년 연속 일본 앱 마켓
매출 1위

1,050 억엔
픽코마 FY 2025 GMV



수익성 강화
& IP 장르 다각화



자체 IP 경쟁력 강화
& IP 2차 사업 확대

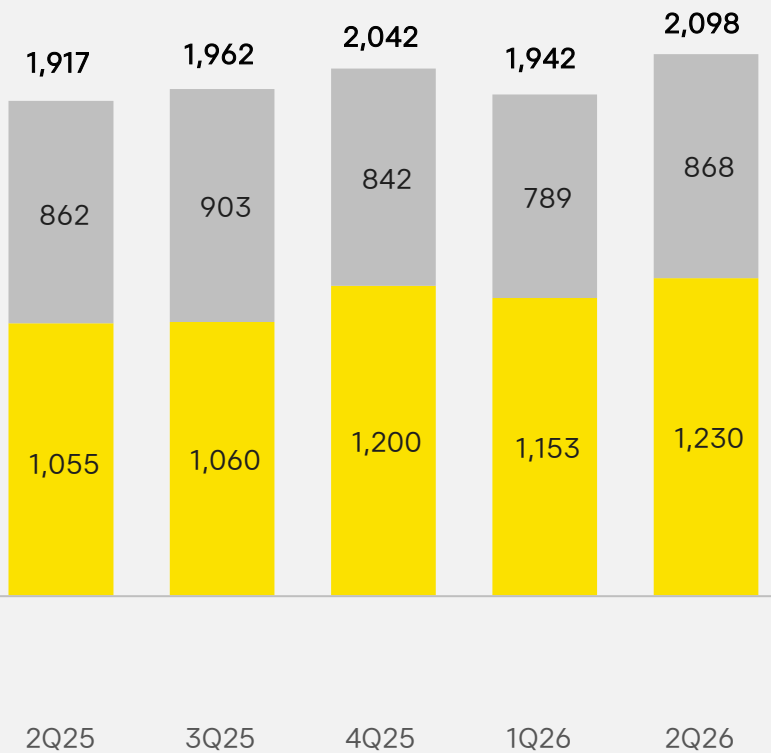
주요 재무 성과

플랫폼 중심 성장으로 최대 매출 및 영업이익 기록

매출

(단위 : 십억원)

■ 플랫폼 ■ 콘텐츠

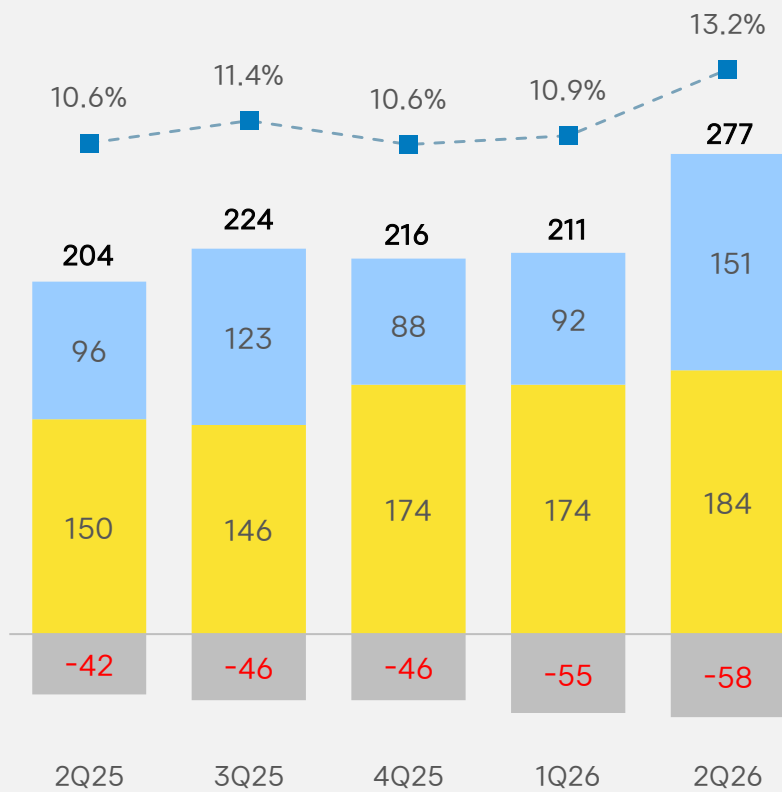


- 특비즈 광고와 커머스를 중심으로 플랫폼 부문의 성장 기여가 확대되며 **연결 분기 매출 최고치 경신**
- 지배구조 개편과 사업 구조 단순화를 통해 **핵심 플랫폼 중심의 수익 구조 강화**

영업이익(률)

(단위 : 십억원)

■ 카카오편도¹⁾ ■ 종속회사²⁾
■ AI³⁾ --- OPM



- AI 투자 지속에도 본업 수익성이 개선되며 **OPM 전년 동기 대비 2.6%pt 개선된 13.2% 달성**
- 2분기 이익 수준을 새로운 기준점으로, **핵심사업 성장과 사업구조 개선에 따른 수익성 상향 지속**

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

2Q26 실적 요약



특비즈 광고 및 구독

(2Q26 +14% YoY, +11% QoQ)
비즈니스 메시지 중심 고성장 지속 (+20% YoY)
피드형 지면 확대에 따른 DA 성장 (+28% YoY)



특비즈 커머스

(2Q26 +10% YoY, -10% QoQ)
가정의 달 수요와 프로모션 효과로 성장세 지속,
통합 거래액 +9% YoY, 선물하기 거래액 +9% YoY



연간 가이드런스 달성 가시성 확대

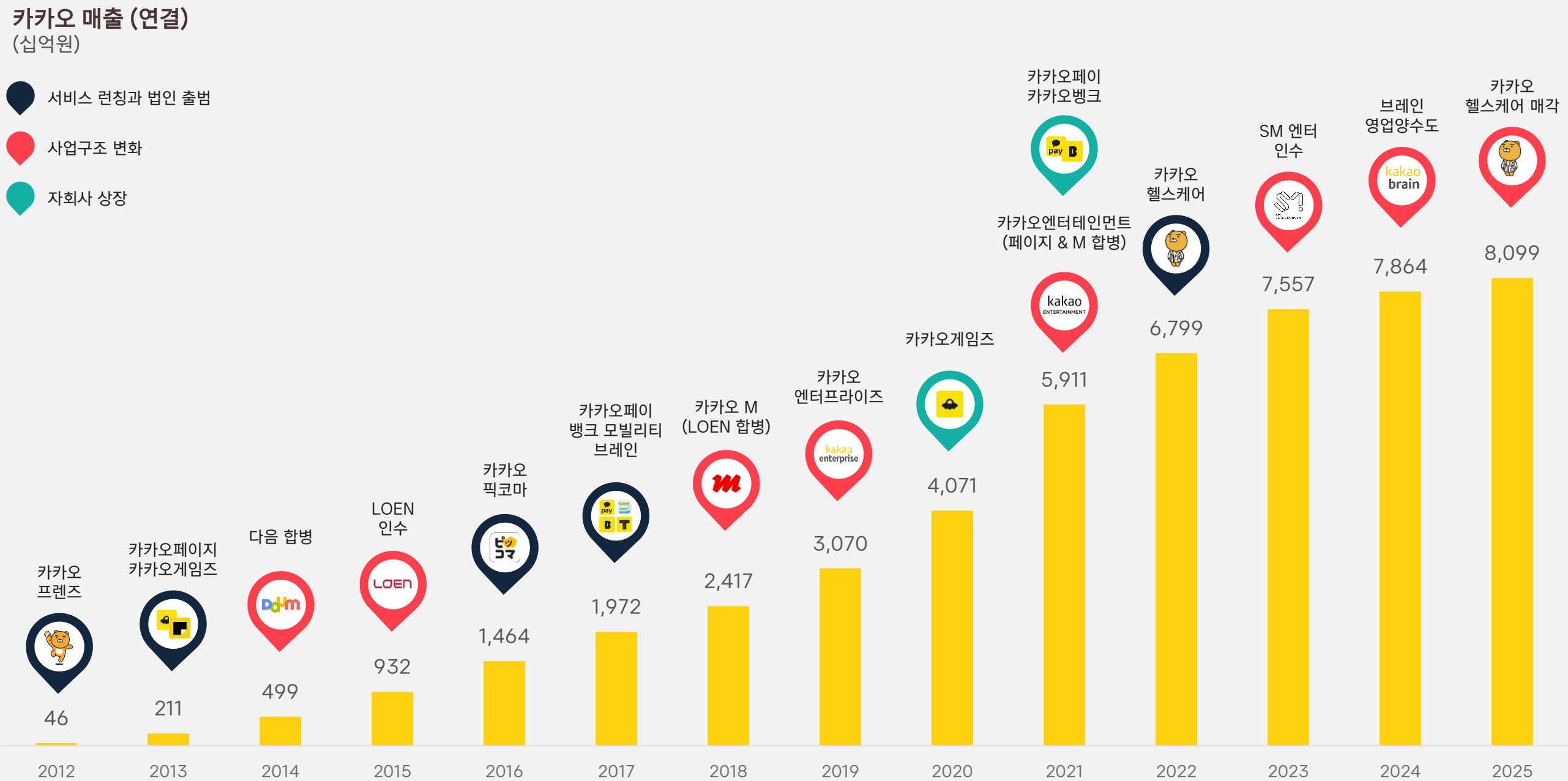
핵심 사업의 성장과 수익성 개선을 바탕으로,
연간 연결매출 10% 이상 성장 & 영업이익률 10% 목표

Appendix

Appendix 1. 연혁

혁신적 서비스 런칭과 법인 출범으로 비즈니스 생태계 확장

주요 마일스톤



참고: 매출은 회계 정책 변경에 따른 재작성 후의 수치 기준

Appendix 2. ESG

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 (2025)
Member of DJSI World,
Asia Pacific, and Korea



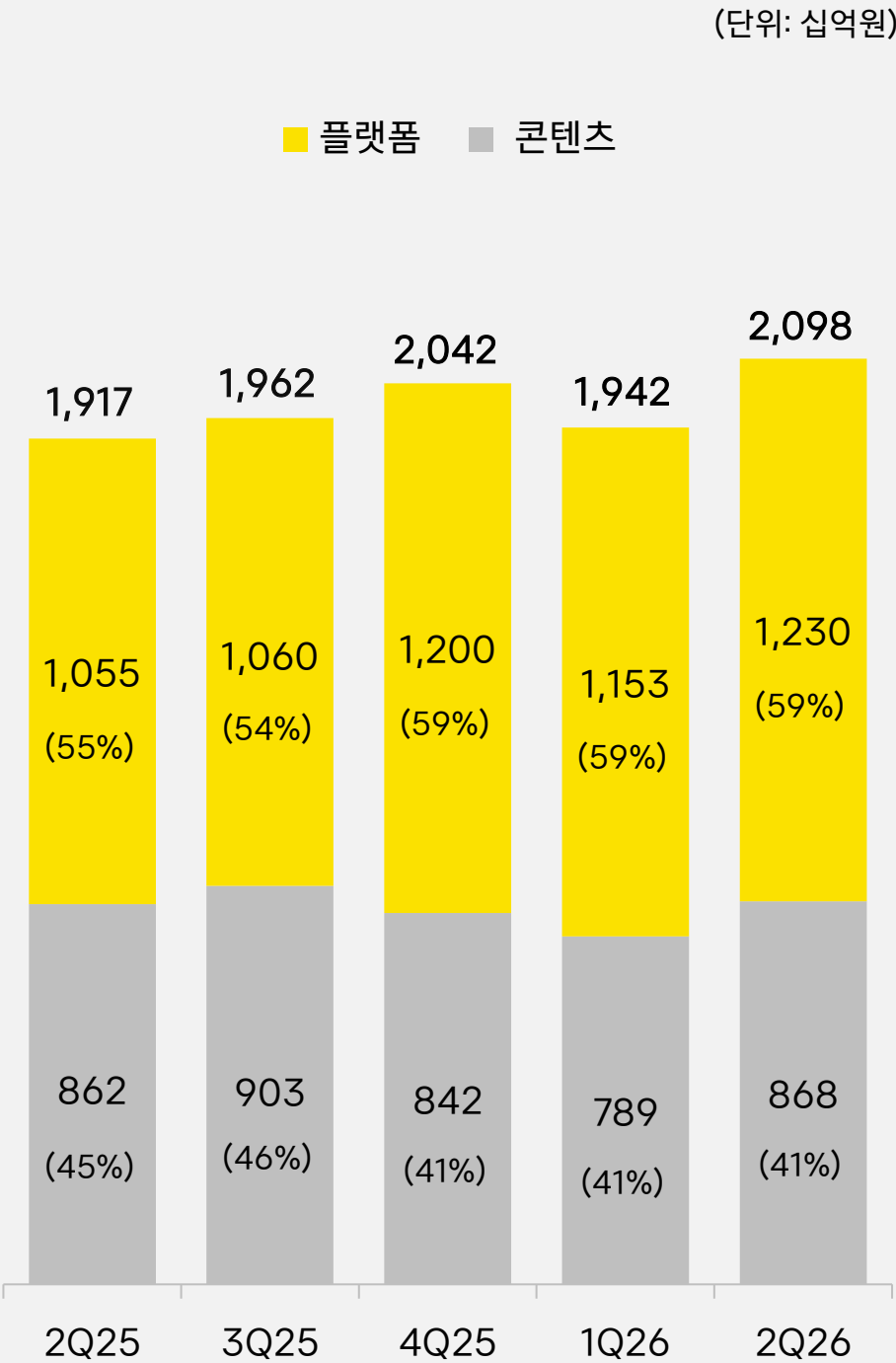
**Leadership A-
(2025)**
From CDP Climate Change

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

2026년 2분기 실적발표

매출 구성

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



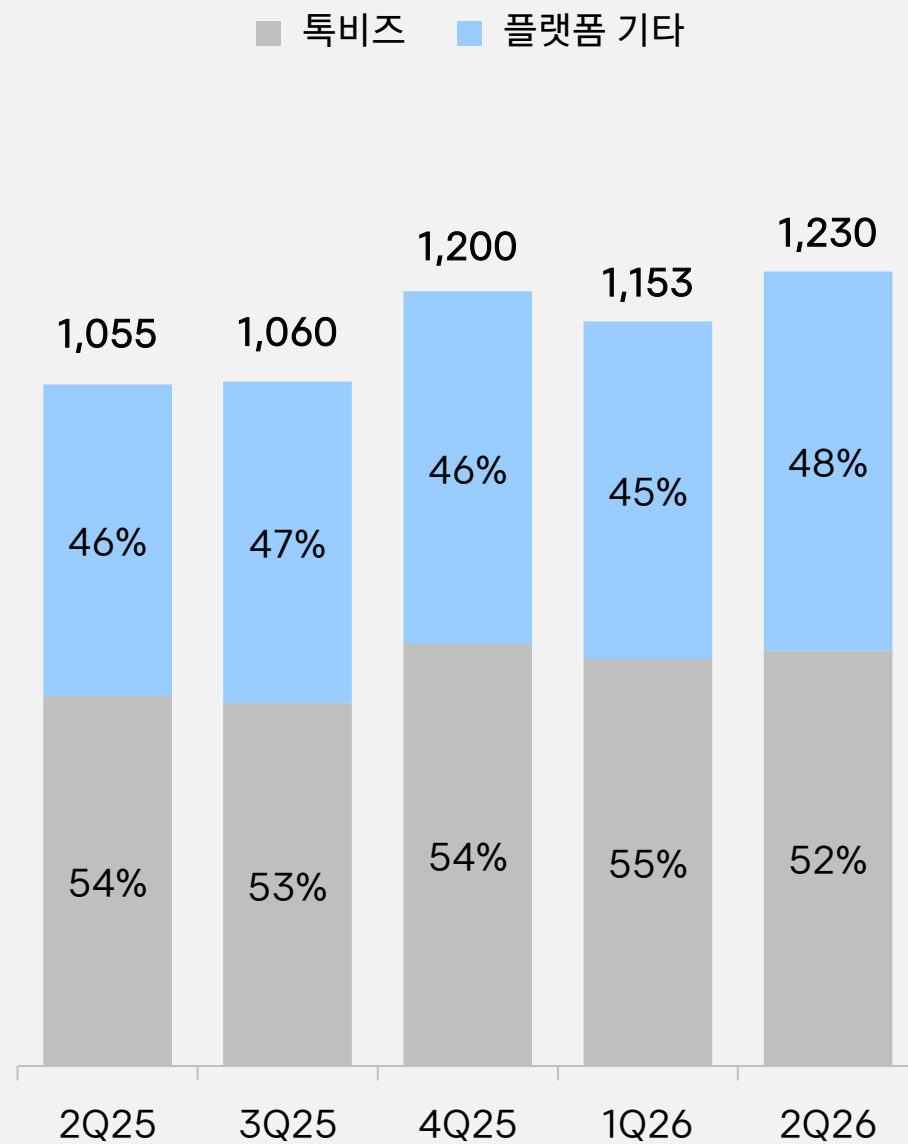
매출 구성		
플랫폼	특비즈	광고 및 구독 : 톡DA (비즈보드 / 비즈보드 외), 비즈니스 메시지, 네트워크 광고, 구독 및 기타
		거래형 : 선물하기, 톡스토어, 카카오프렌즈 온라인
콘텐츠	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 기타연결종속회사
	스토리	픽코마
		엔터테인먼트
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	미디어	영상제작 매니지먼트

부문별 매출

플랫폼 부문

2Q26 +17% YoY, +7% QoQ

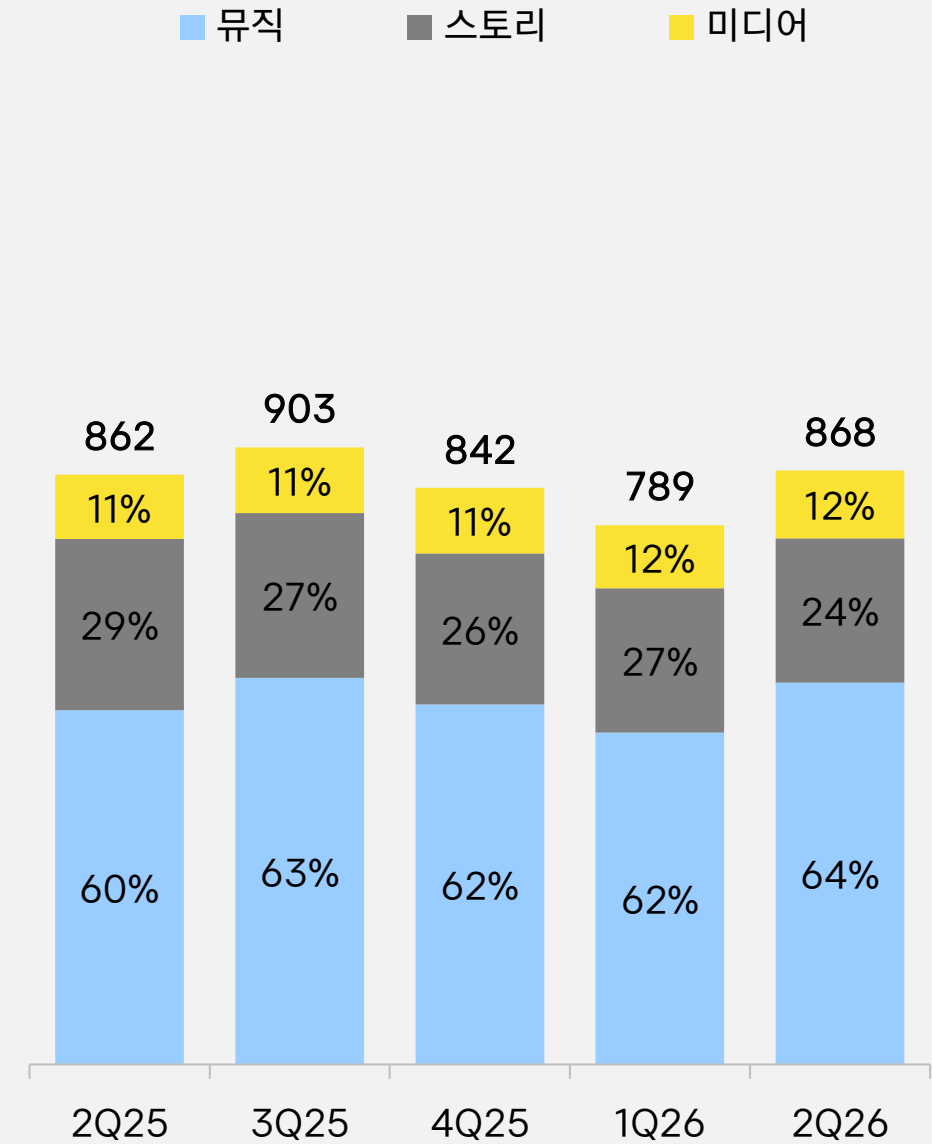
(단위: 십억원)



콘텐츠 부문

2Q26 +1% YoY, +10% QoQ

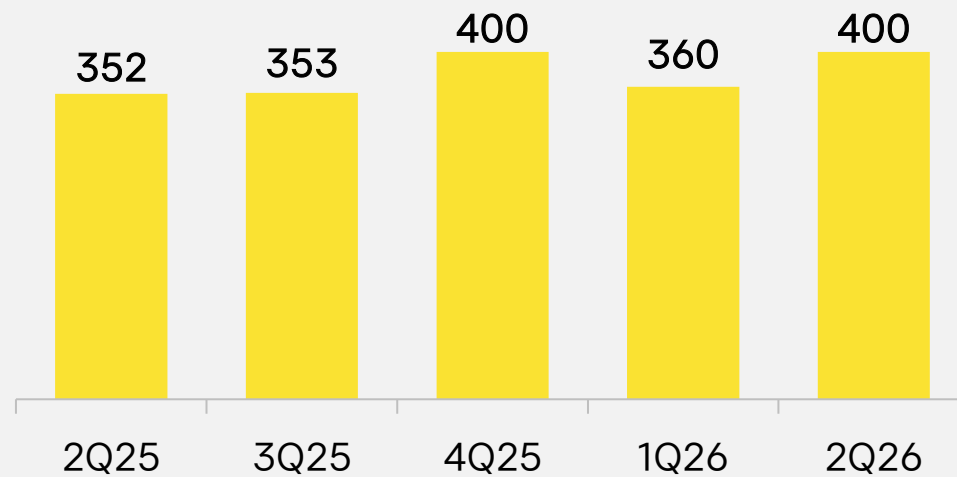
(단위: 십억원)



플랫폼 부문 | 특비즈

광고 및 구독

(단위: 십억원)

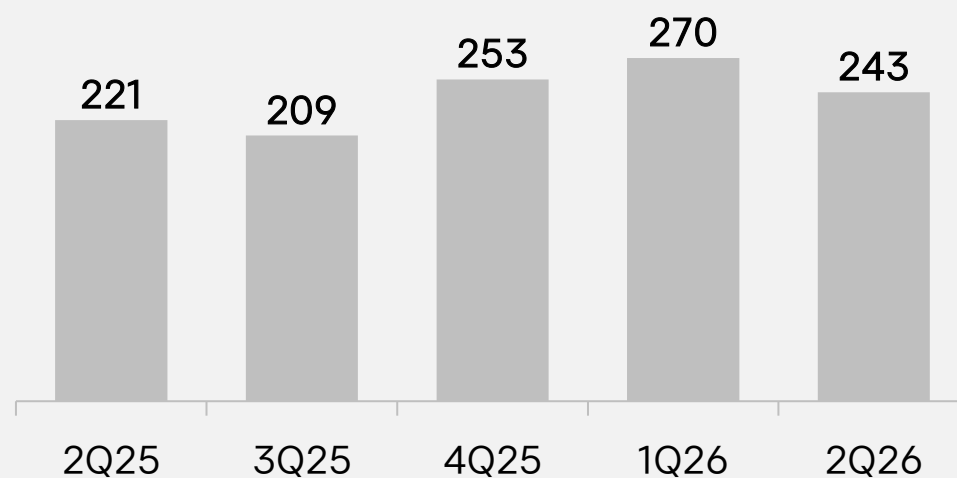


2Q26 +14% YoY, +11% QoQ

- (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)



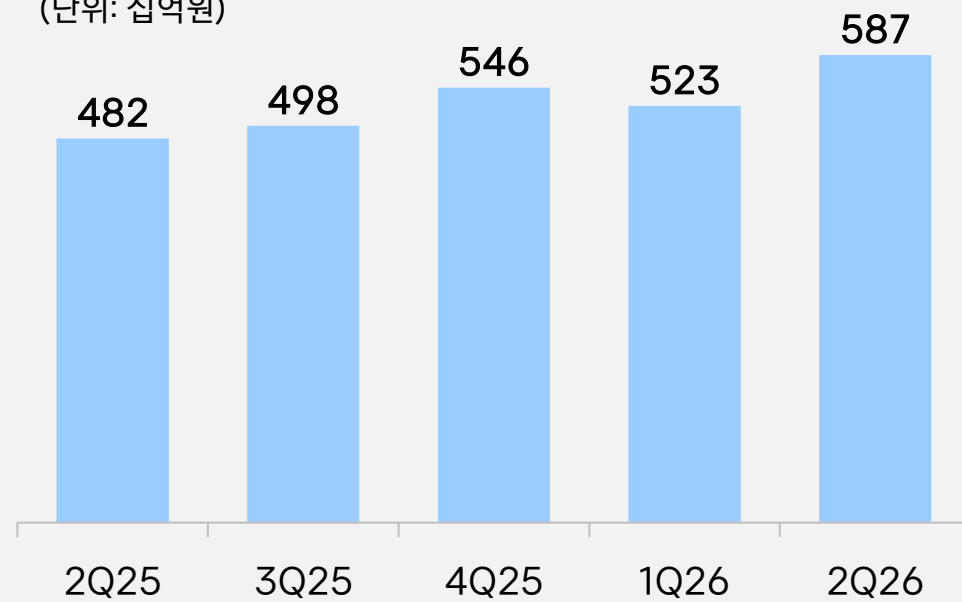
2Q26 +10% YoY, -10% QoQ

- 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 | 포털, 기타

플랫폼 기타

(단위: 십억원)



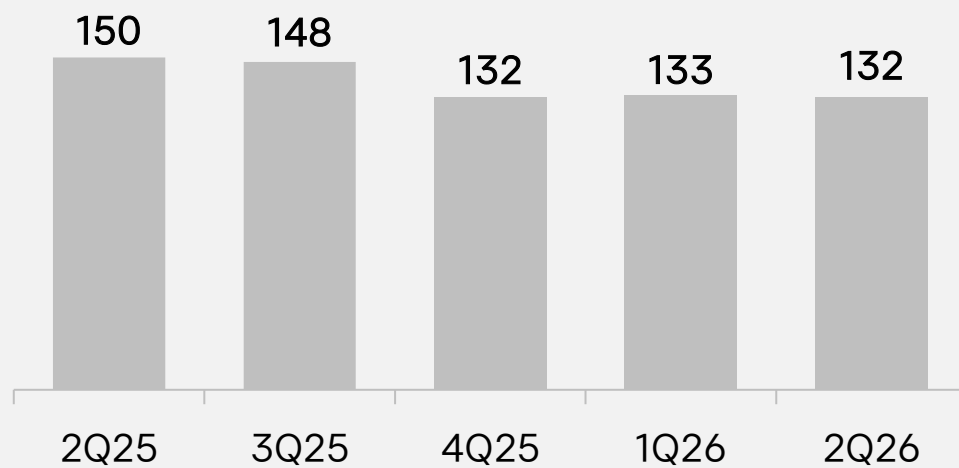
2Q26 +22% YoY, +12% QoQ

- 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)

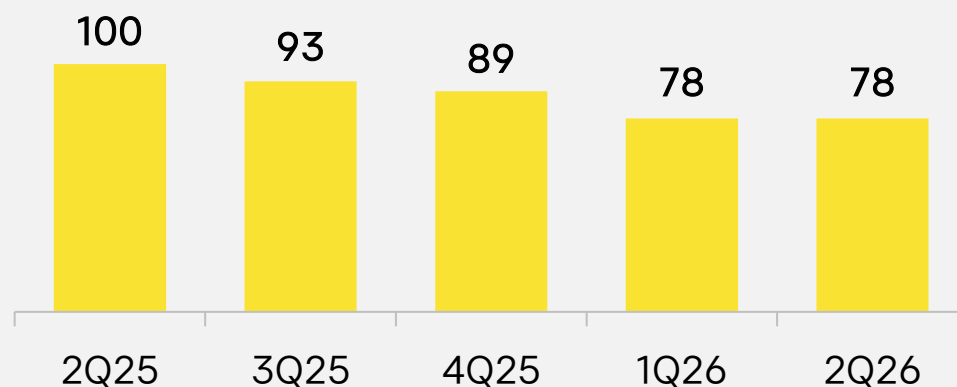


2Q26 -12% YoY, Flat QoQ

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

엔터테인먼트

(단위: 십억원)



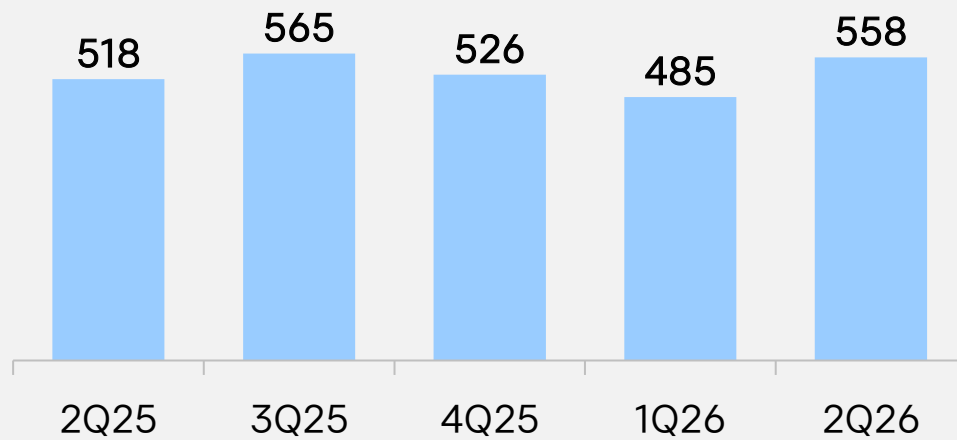
2Q26 -22% YoY, Flat QoQ

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

콘텐츠 부문 | 뮤직, 미디어

뮤직

(단위: 십억원)

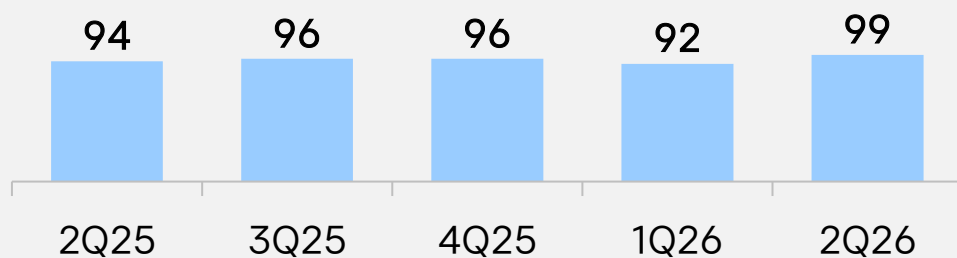


2Q26 +8% YoY, +15% QoQ

- (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%

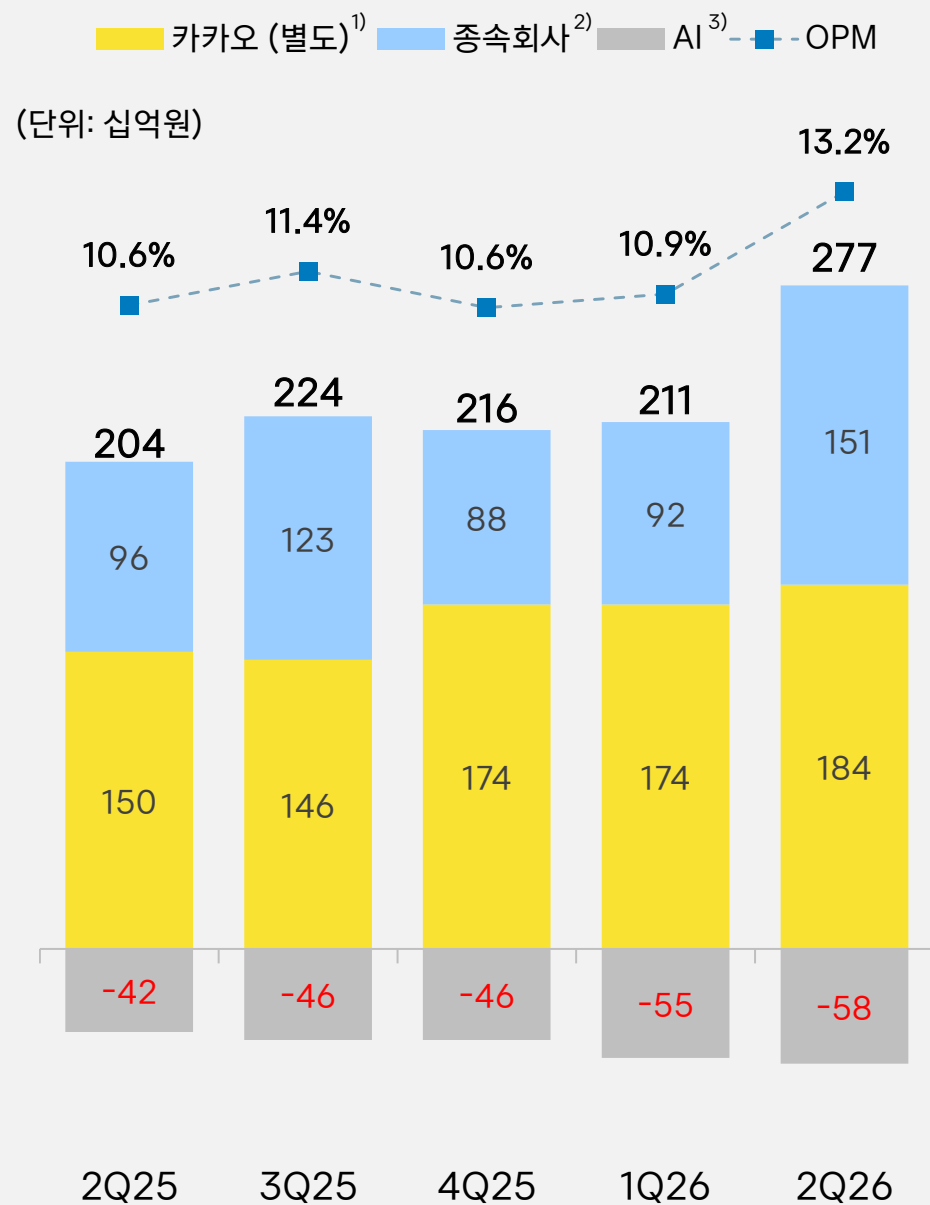
2분기 증감 분석

- 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)

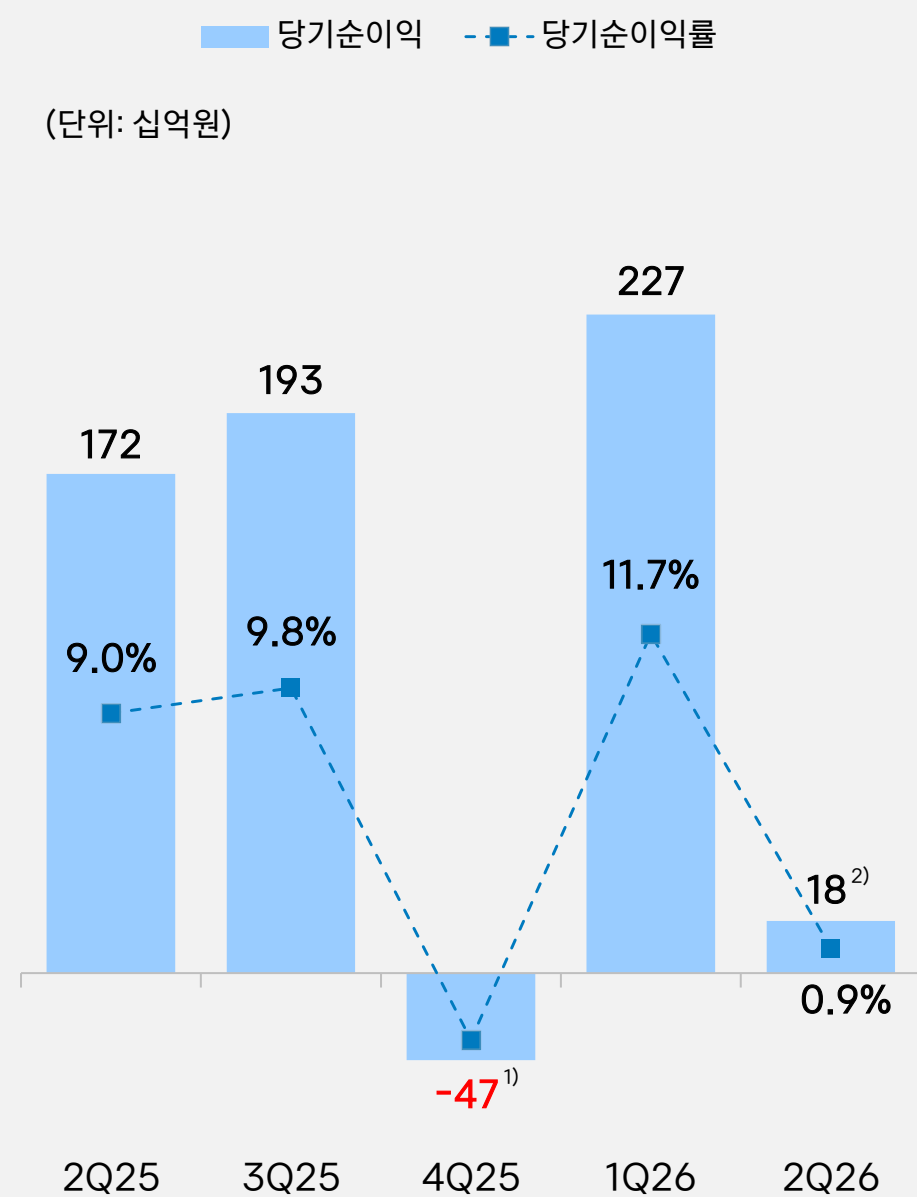
2Q26 +36% YoY, +31% QoQ



- 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

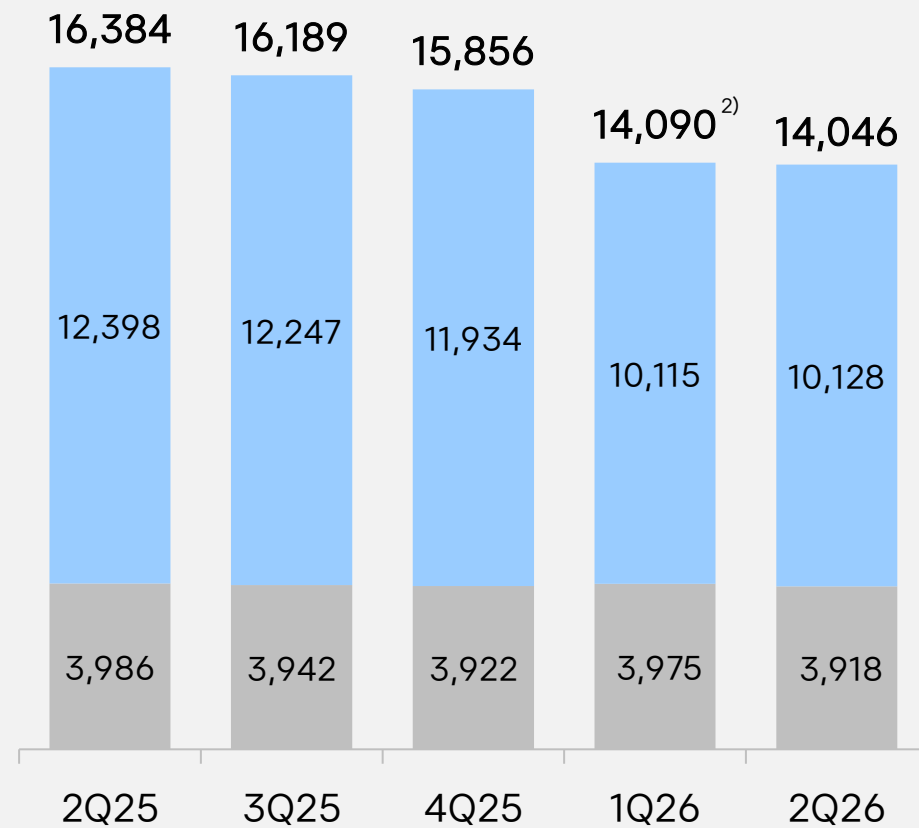
인원 / CapEx

인원 현황 2Q26 -2,338명 YoY, -44명 QoQ

효율적인 인력 운영과 지배구조 단순화

■ 카카오 ■ 종속회사¹⁾

(단위: 명)



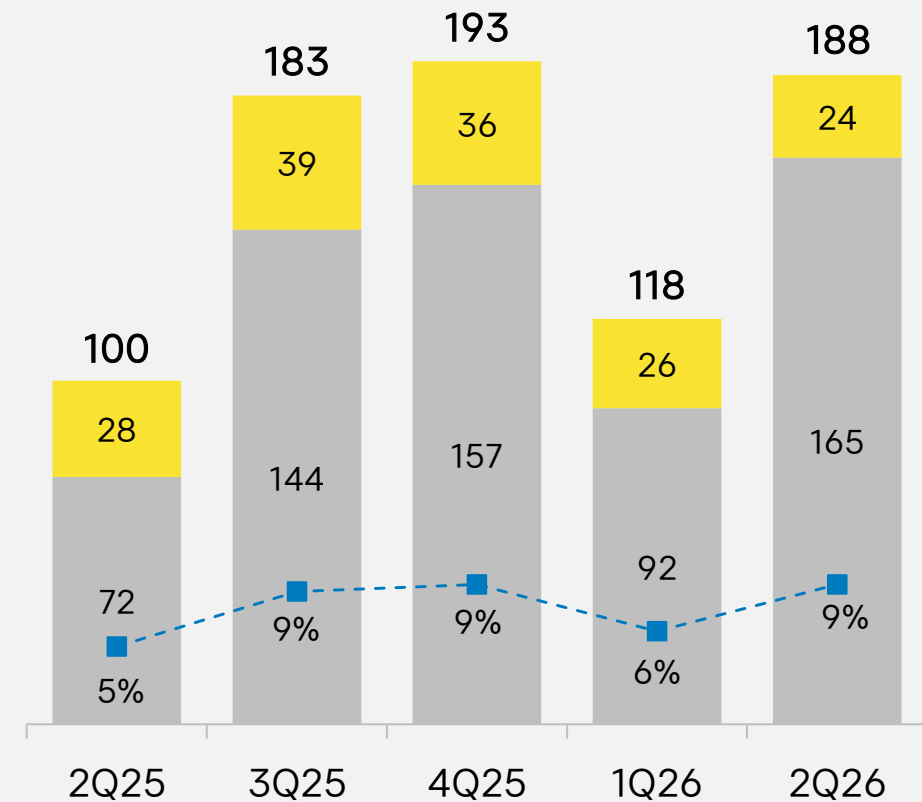
- 1) 주요 연결 종속회사 기준
2) 카카오게임즈 연결 제외

CapEx 2Q26 +885억원 YoY, +704억원 QoQ

2분기 서버 구매 집중

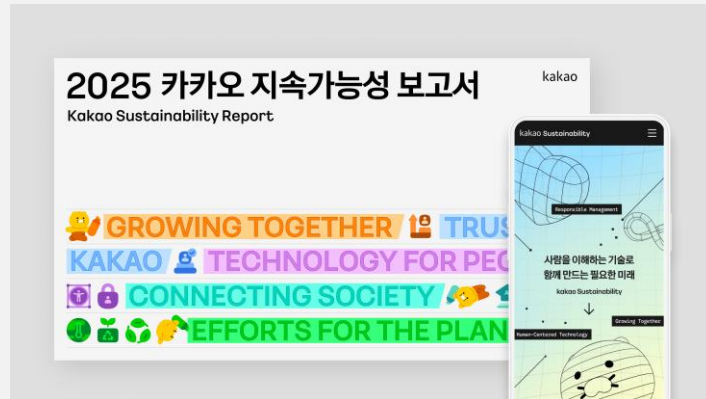
■ 유형자산¹⁾ ■ 무형자산²⁾ - 매출액 대비

(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



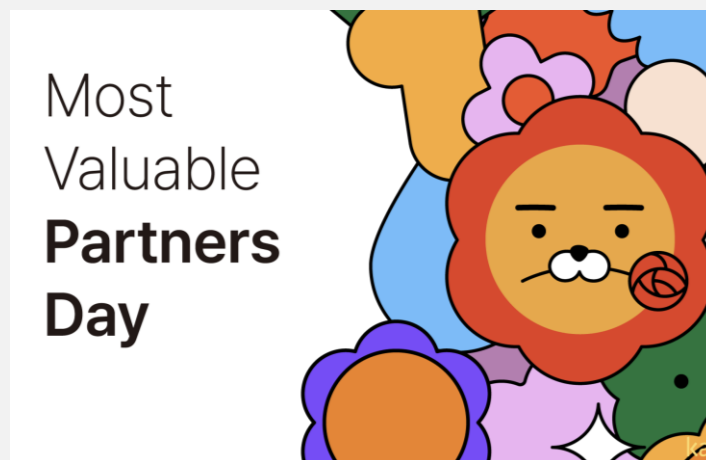
2025년 카카오 지속가능성 보고서 발간

- 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



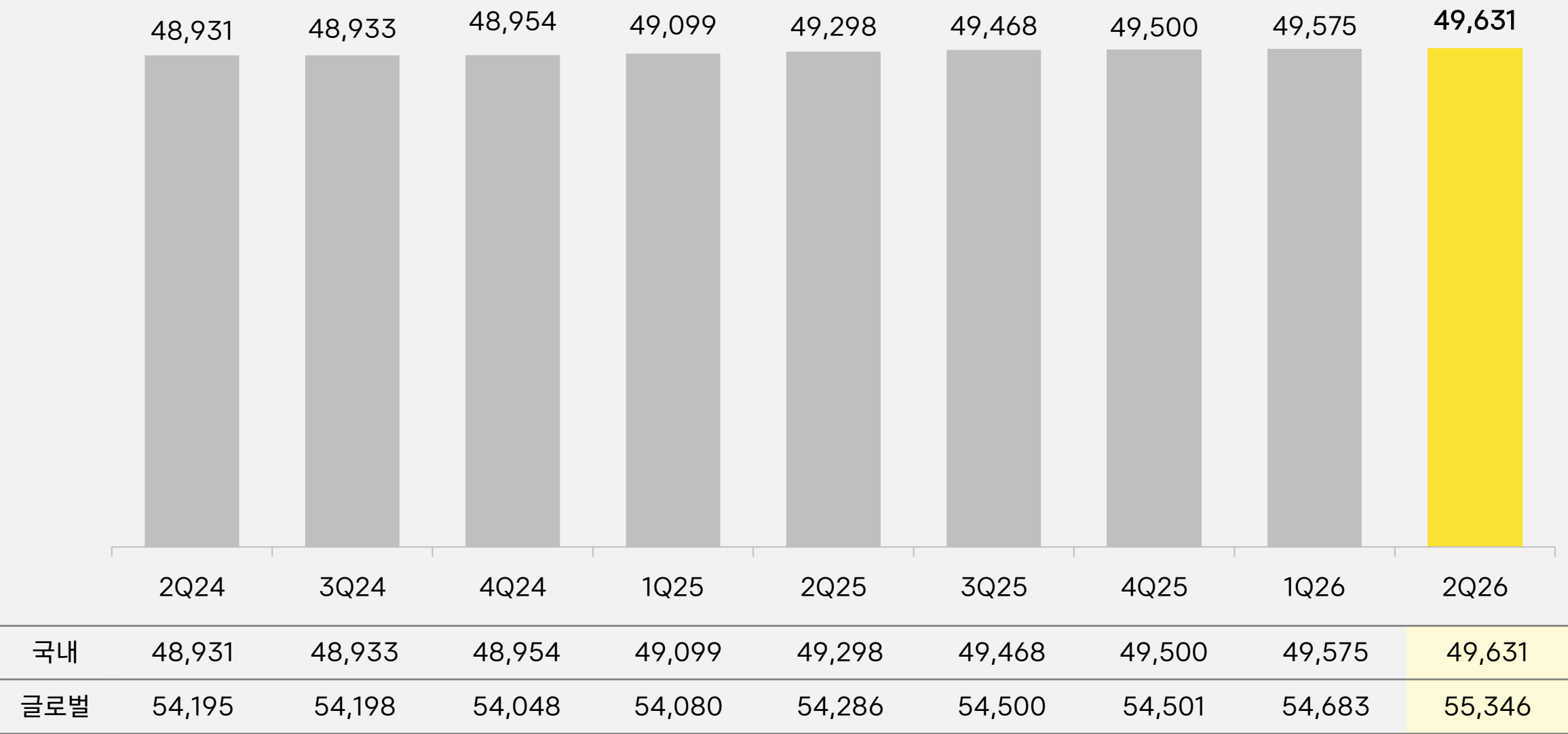
파트너스데이 개최를 통한 협력사 동반성장 강화

- 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 카카오프렌즈 / 스타일 / 페이지 기타 자회사광고
콘텐츠	플랫폼 기타	모빌리티 페이 엔터프라이즈 기타연결종속회사
	스토리	픽코마
		엔터테인먼트
	뮤직	SM엔터테인먼트 멜론 디지털음원/음반유통 음악제작
	미디어	영상제작 매니지먼트

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

1) 비즈보드 외: 비즈보드를 제외한 카카오톡 지면 DA

2) 네트워크 광고: 외부 플랫폼 지면 DA

감사합니다

