

kakao

Company Presentation

2024년 8월



본 자료의 2024년 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 손해 또는 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

기업 개요



카카오톡은 한국 메신저 앱의 선두 주자로서 절대적 우위 점유
4.8천만 국내 MAU vs. 5.2천만 국내 인구 (93% 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, 엔터테인먼트, 게임), 이익 강화 단계 (카카오톡 광고, 커머스)

플랫폼 비즈니스

카카오톡

TALK



광고



커머스

85~100%⁽¹⁾

뉴 이니셔티브

kakaobrain AI

kakaoenterprise 클라우드

kakaohealthcare 헬스케어

연계 서비스

57.3%⁽¹⁾

kakaomobility

택시 호출 & 기타 모빌리티 서비스

46.3%⁽¹⁾

kakaopay

테크핀

27.2%⁽¹⁾ (관계기업)

kakaobank

인터넷 은행

콘텐츠 비즈니스

글로벌 성장 동력

66.0%⁽¹⁾

kakao
ENTERTAINMENT

뮤직 (K-pop), 미디어, 웹툰/ 웹소설

91.1%⁽¹⁾

kakaopiccoma

웹툰 (일본)

40.3%⁽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)

2Q24 실적 하이라이트

- 특비즈 광고 & 커머스가 비우호적 매크로 환경에서도 견조한 성장세 지속하며 2Q24 연결 매출 4% YoY 성장한 2조원 기록
- 고수익 사업인 특비즈의 견조한 성장과 계열사 재무구조 효율화 성과로 연결 영업이익 1,340억원 (YoY +18%), 영업이익률6.7% (+0.8%p)

카카오 성장의 핵심을 카카오톡과 AI로 정의

- 중장기 성장을 위해 전사적 리소스를 특비즈 성장 재가속과 AI 혁신에 집중하고, 비핵심 사업 자원 배분 최소화 및 효율화 방안 적극 검토
- 특비즈 : 하반기 광고와 커머스에서 신규 상품 출시 및 중장기로는 광고와 커머스 외 제 3의 매출원 구축 추진
- AI: 하반기 대화형 플랫폼 형태로 첫 B2C AI 서비스 공개 예정

성장성과 재무 건전성 간 적절한 균형 유지

- 단기적 비용 절감보다는 중장기 관점에서의 건전한 비용 구조 구축
- ROI와 ROE 등 수익성 지표를 기준으로 한 사업의 우선순위화를 효율적으로 진행

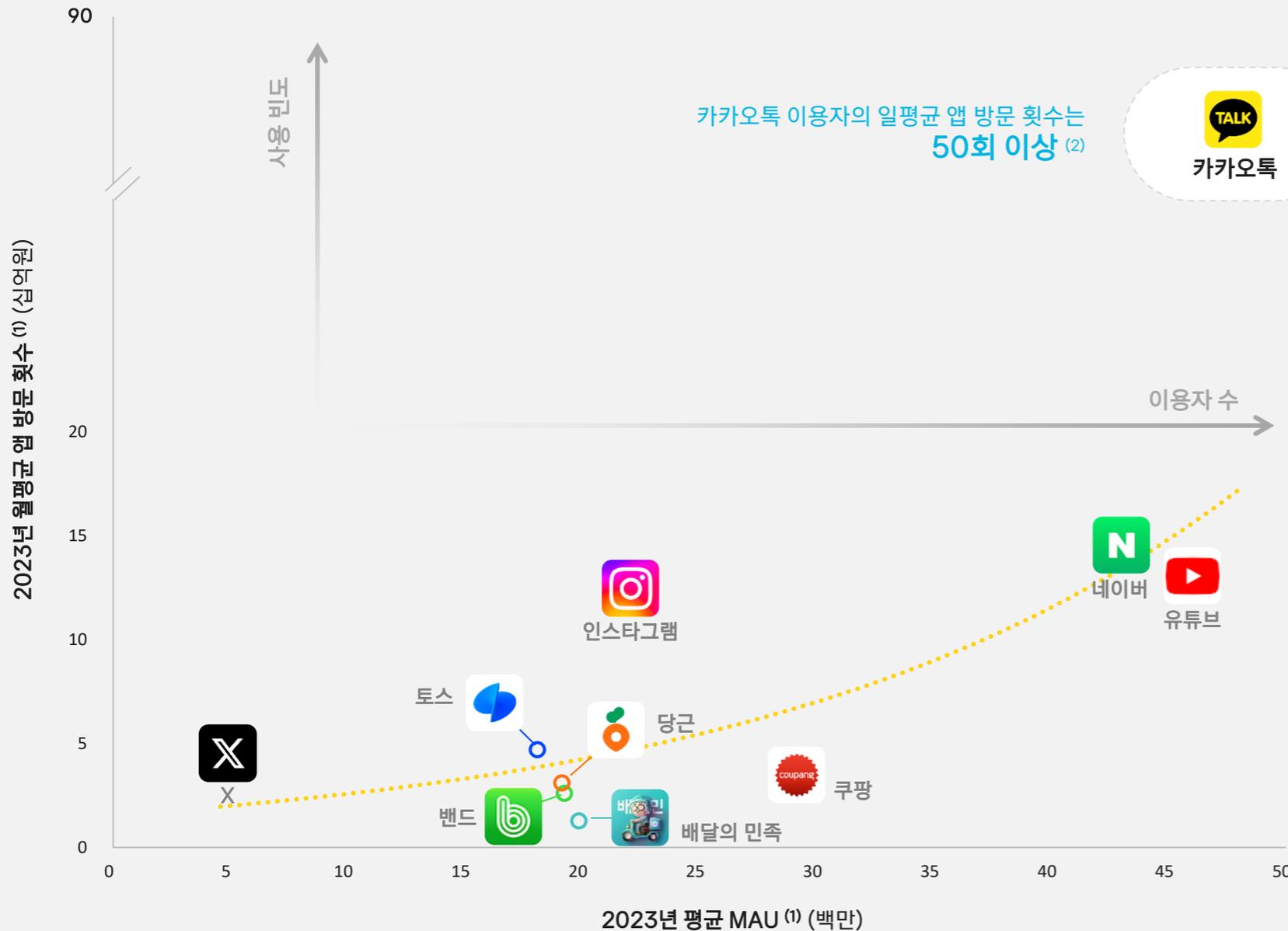
FY2024 가이드언스 및 달성 전략

- 연결매출 두 자릿수 성장 & 영업이익률 개선 목표. 특비즈는 산업 성장률 대비 보다 높은 성장률 달성 계획
- 카카오톡 인게이지먼트 지속 강화 : 서비스 개선을 통해 다섯개 탭 전반의 이용자 트래픽과 활동성 제고 목표
- 신규 비즈니스 기회 발굴 : 특의 본질인 관계 확대 & 채팅경험 혁신을 통해 신규 수익 기회 발굴

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
93% 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
2023년 인앱 구매 매출



글로벌 No. 1 웹툰 플랫폼
2023년 인앱 구매 매출



Top 1% Sustainability Distinction
2022-2023년 S&P 글로벌
Corporate Sustainability Assessment 기준

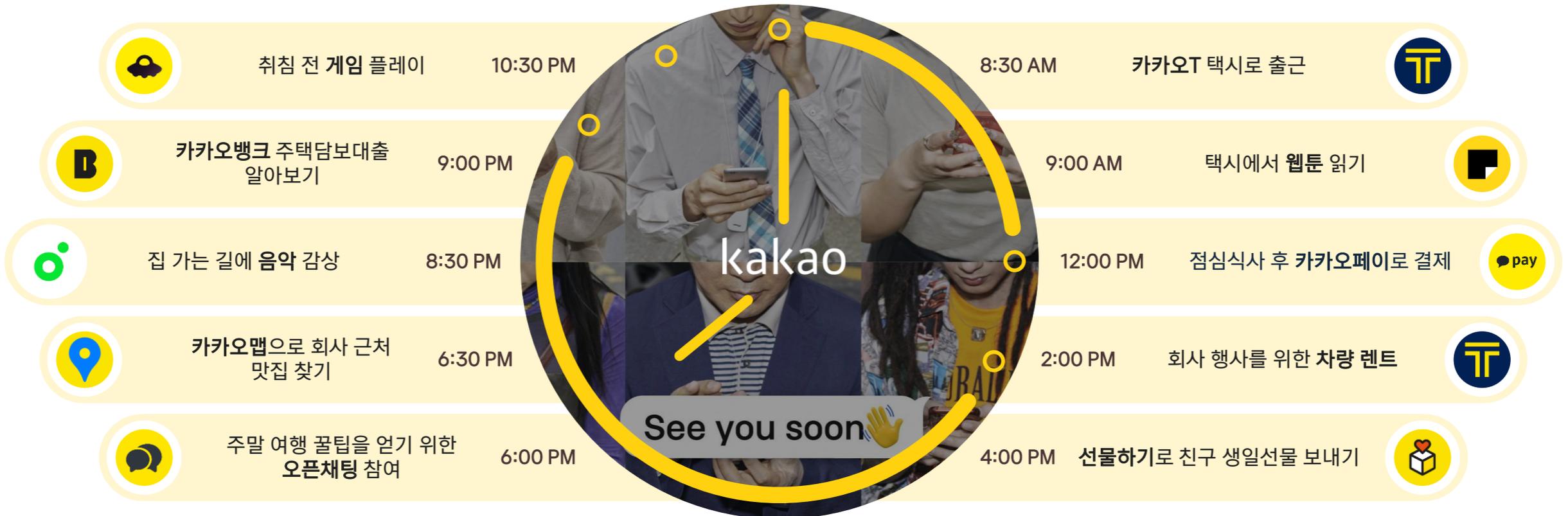
출처: 카카오, 와이즈앱 리테일 굿즈, 한국 공정거래위원회, 센서타워, 모바일 인덱스.

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) 2023년 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 인벤토리

국내 디지털 광고 시장

9 조원
디지털 광고 TAM⁽¹⁾

16% M/S
디지털 광고

e-커머스



카카오만의 특별한 선물하기 BM을 기반으로 한 e-커머스 플랫폼

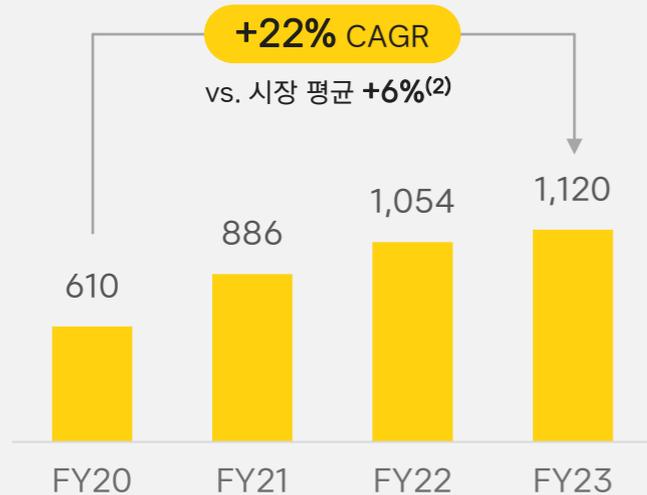
국내 e-커머스 시장

227 조원
온라인 커머스 TAM⁽⁴⁾

4% M/S
e-커머스



카카오톡 광고 매출 성장 (십억원)

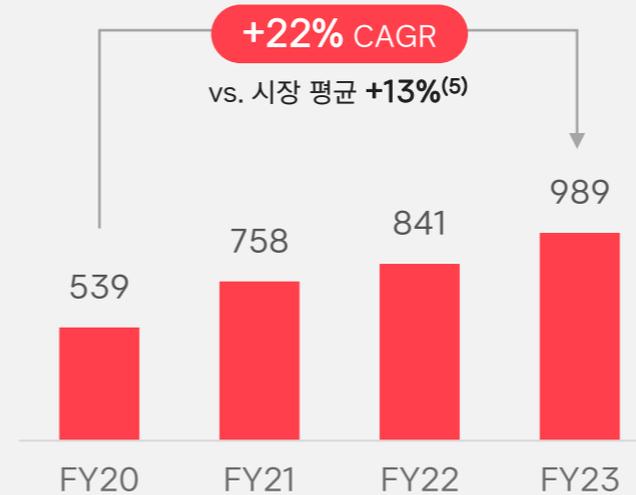


주요 성장 동력

- 카카오톡 트래픽 품질 향상 집중⁽³⁾
- SME 광고주 Pool 확대 지속
- 차별적 상품과 높은 ROAS 기반 성장 동력 유지



카카오 e-커머스 매출 성장 (십억원)



주요 성장 동력

- 럭셔리 / 하이엔드 브랜드로의 상품 확장
- 브랜드 스토어 & 특채널 간 시너지 강화
- 선물하기에서 자기구매 맥락으로의 확장

출처: 한국방송광고진흥공사 (KOBACO), 국가 통계 포털 (KOSIS), 회사 공시 기준.
 참고: 모든 매출 관련 숫자는 일관된 비교 가능성 제공을 위해 최근 회계 정책 변경 효과 반영 전 기준으로 작성
 (1) 2023년 국내 디지털 광고 시장 기준. (2) 국내 디지털 광고 시장 (KOBACO 기준).
 (3) 오픈채팅과 친구탭 트래픽 증가로 인한 광고 인벤토리 확대. (4) 2023년 국내 e-커머스 시장. (5) 국내 e-커머스 시장 GMV (KOSIS 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



각이코노미 & 카오너 플랫폼으로 확장

스토리

kakao ENTERTAINMENT
kakaopiccoma

No. 1
1H24, (게임 포함)
일본 소비자 지출 플랫폼

500억엔
1H24 GMV



수익성 강화 & IP 라이브러리 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

1+ 조원
매출 (FY2023)



글로벌 흥행 잠재력을 가진 게임 IP 확보



콘솔게임 장르 확장 & 글로벌 허브 확보

테크핀

kakaopay
kakaobank

No. 1
인터넷 은행

141 조원
FY 2023 TPV



전 연령층 침투율 확대 (2023년 전 연령층 유저 수 증가)



크로스셀링 극대화 (2023년 기준 3개 이상 서비스 사용 유저 2천5백만 명 vs. 2022년 기준 8백50만 명)

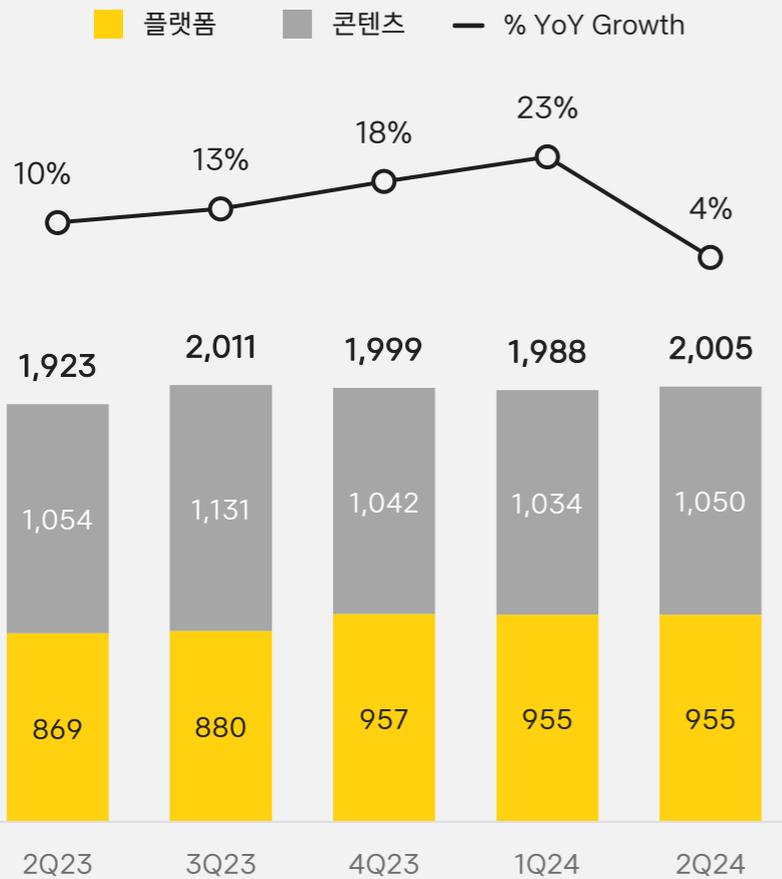
성장단계별 비즈니스 최적화로 모멘텀 확보



지속적인 혁신과 함께 견고한 재무 성과 기록

매출

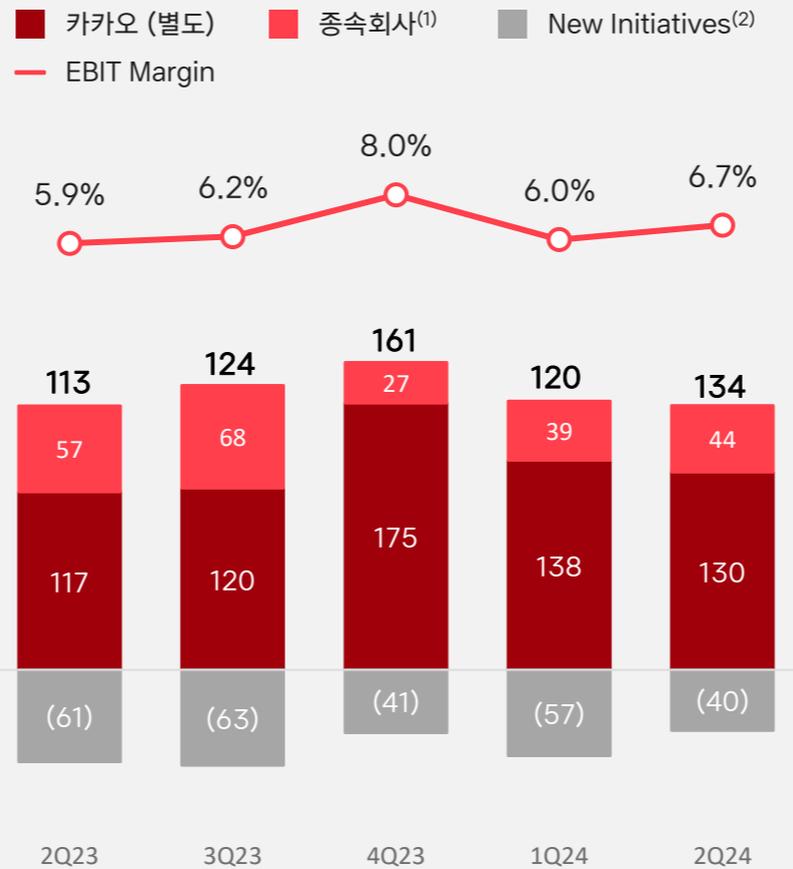
분기별 매출 (단위: 십억원)



- 카카오톡 월간 활성 사용자(MAU)와 특기반 비즈니스 성장으로 안정적인 매출 성장 기록
- 특비즈 광고 (+9% YoY), 커머스 (+5% YoY)의 견고한 실적에 힘입어 성장

영업이익(률)

분기별 영업이익(률) (단위: 십억원)



- 지속적인 사업 확대로 **종속회사 수익성 개선과 흑자전환**
- 구조 효율화와 운영 최적화로 **New Initiative 손실 축소**

2Q24 실적 요약



특비즈 광고

(2Q24 +9% YoY, +10% QoQ)
 특채널 메시지 활성 광고주 및 전체 친구 수 확대
 친구탭 비즈보드와 오픈채팅탭 광고 매출 기여도 증가



특비즈 커머스

(2Q24 +5% YoY, -15% QoQ)
 가정의 달 사전예약 서비스 진행
 프리미엄 배송 상품 라인업 확장



수익성 강화

(2Q24 EBIT +18% YoY, +11% QoQ)
 New Initiatives 재무 구조 효율화 효과
 종속회사 이익 확대 및 흑자 지속

참고: (1) 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문. (2) 카카오엔터프라이즈, 카카오브레인, 카카오헬스케어

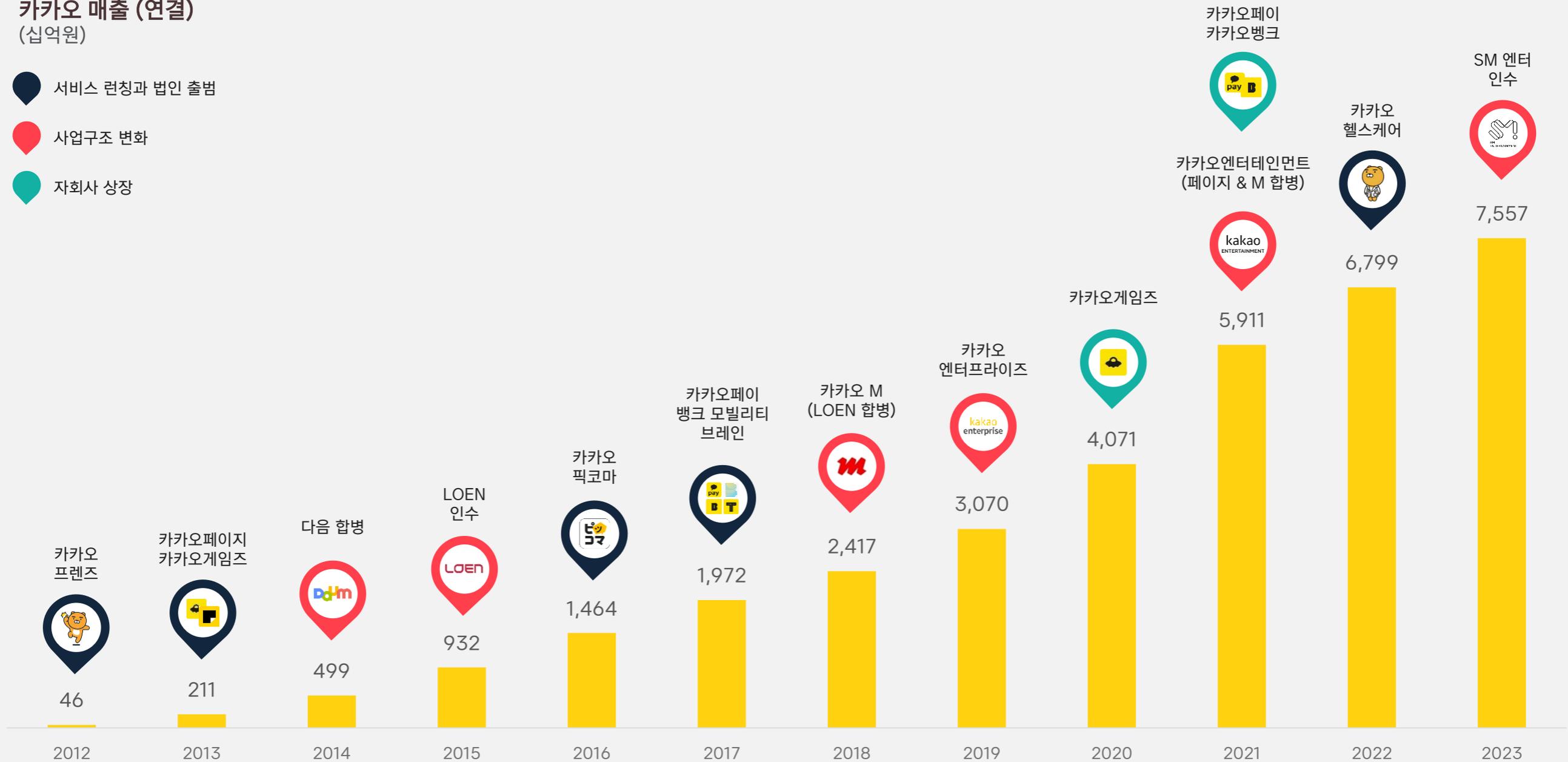
Appendix

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 (2023)
From MSCI ESG ratings



Grade A (2023)
From KCGS ESG ratings



Top 1% (2024)
From S&P Global for
sustainability distinction



Member (2023)
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

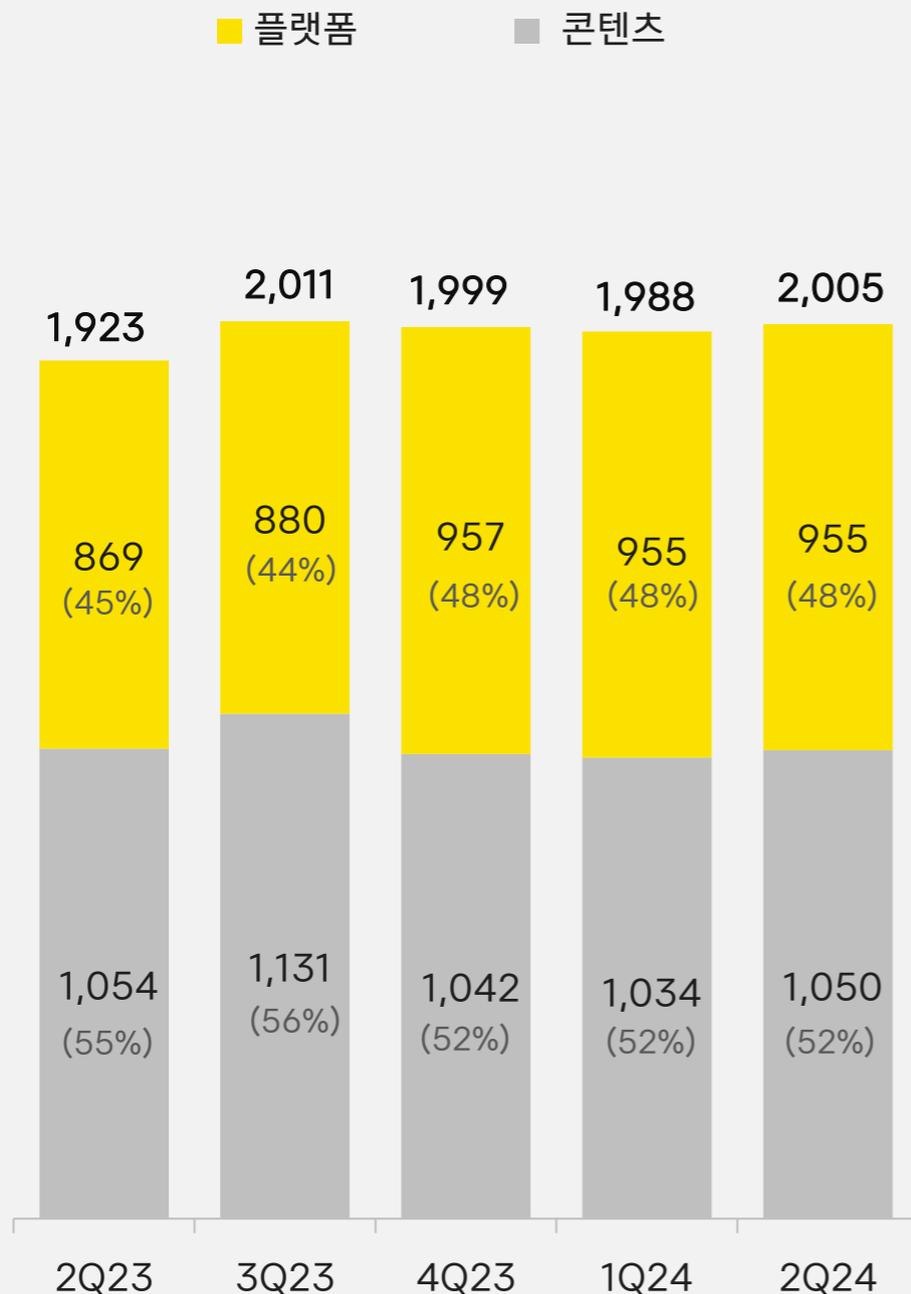
2024년 2분기 실적발표

매출 구성

총 매출 +4% YoY / +1% QoQ

2분기 매출 비중 : 플랫폼 48%, 콘텐츠 52%

(단위: 십억원)



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

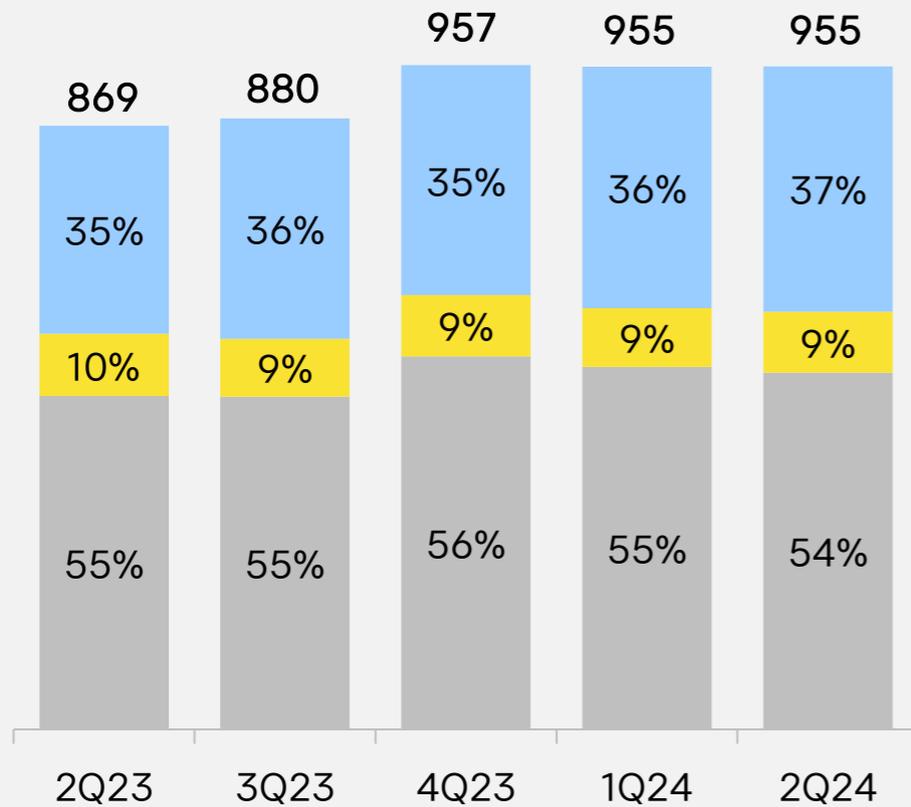
부문별 매출

플랫폼 부문

2Q24 +10% YoY, +0.1% QoQ

(단위: 십억원)

■ 특비즈 ■ 포털비즈 ■ 플랫폼 기타

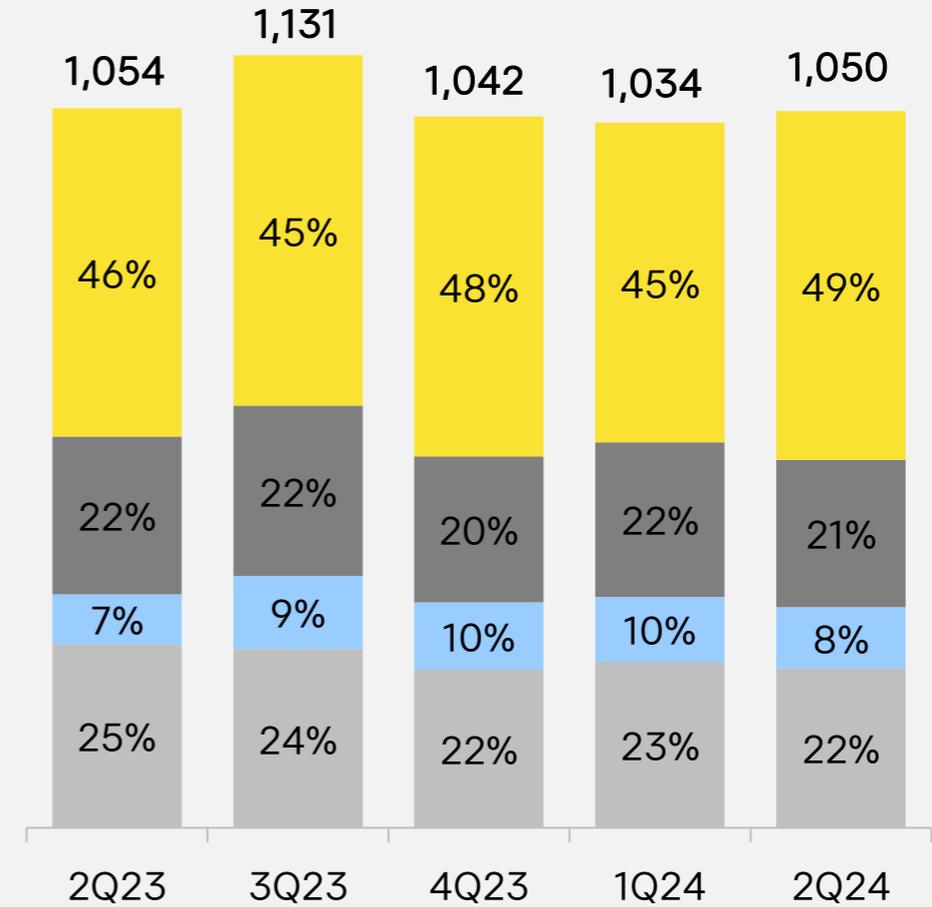


콘텐츠 부문

2Q24 -0.4% YoY, +2% QoQ

(단위: 십억원)

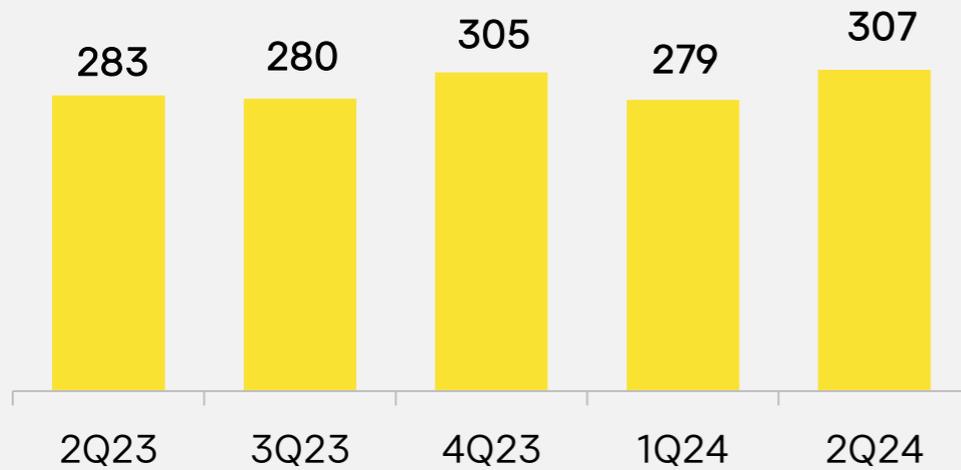
■ 게임 ■ 미디어 ■ 스토리 ■ 뮤직



플랫폼 부문 | 특비즈

광고

(단위: 십억원)

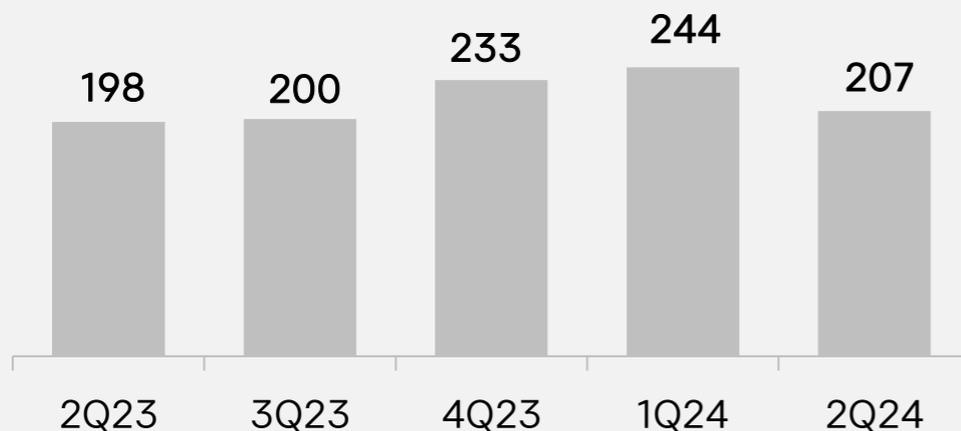


2Q24 +9% YoY, +10% QoQ

- (YoY) ① 특채널 활성 광고주 수 및 전체 친구 수 확대로 비즈니스 메시지 +16%, ② 친구탭 비즈보드와 오픈채팅탭 채팅목록형 광고 매출 증가로 특 전체 DA +5%
- (QoQ) 비즈니스 메시지 역대 분기 최대 매출 달성 및 계절적 성수기 효과

커머스

(단위: 십억원)



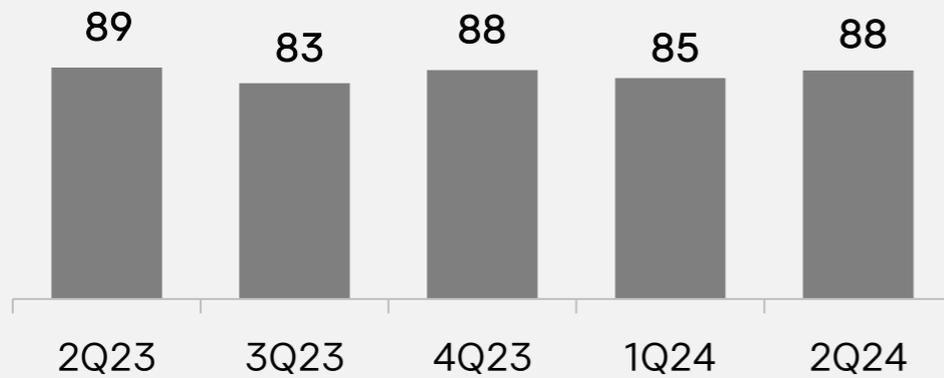
2Q24 +5% YoY, -15% QoQ

- 커머스 통합 거래액 : 2.4조원(+6% YoY)
- (YoY) 가정의 달 사전예약 성과로 전체 선물하기 거래액 +5%, 명품 라인업 확대로 럭셔리 브랜드 거래액 +12%
- (QoQ) 계절적 비수기 효과 및 주요 시즌 이벤트 공휴일 영향

플랫폼 부문 | 포털, 기타

포털비즈

(단위: 십억원)

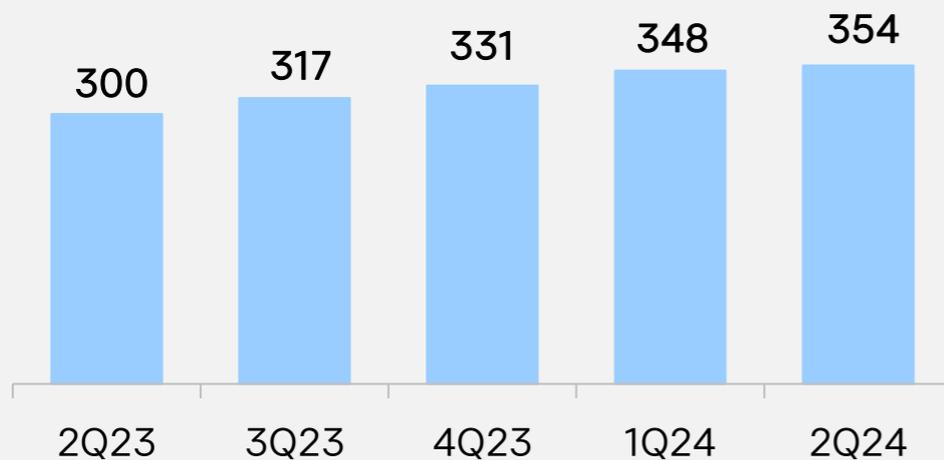


2Q24 -2% YoY, +4% QoQ

- (YoY) 이용자 지표 감소 영향
- (QoQ) 대형 광고주 유입 및 외부 파트너 제휴 확대 통해 매출 방어
- 검색 광고 최적화를 포함한 트래픽 및 손익 반등 기반 강화 집중

플랫폼 기타

(단위: 십억원)

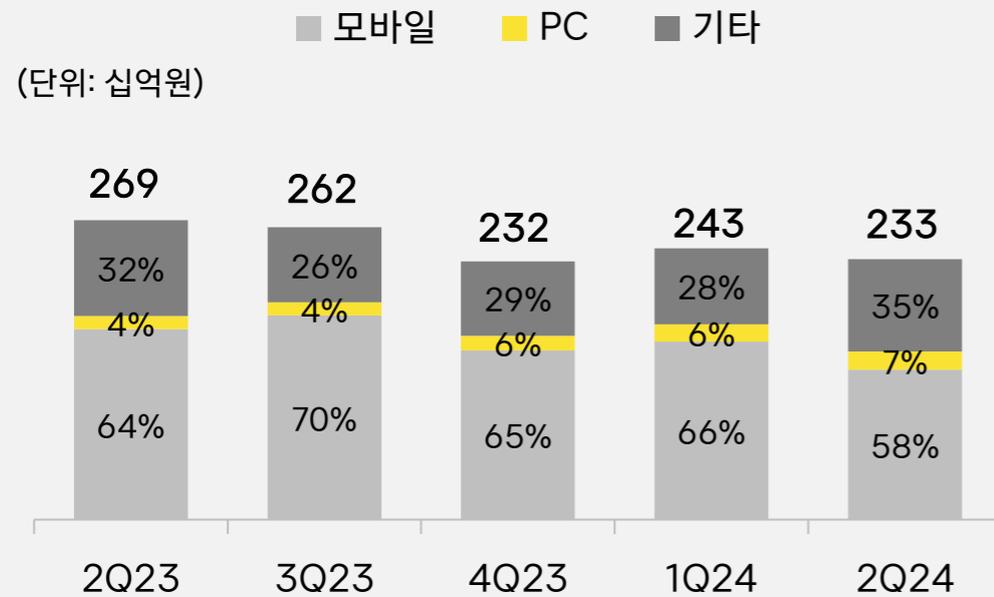


2Q24 +18% YoY, +2% QoQ

- 모빌리티 : 야외활동 증가로 전반적인 이용자 수요 확대
- 페이 : 거래액 41.1조원, +20% YoY
(YoY) 서비스 전 영역 매출 및 TPV 두 자리 수 증가
(QoQ) 대출/투자/보험을 포함한 금융서비스 매출 확대

콘텐츠 부문 | 게임, 뮤직

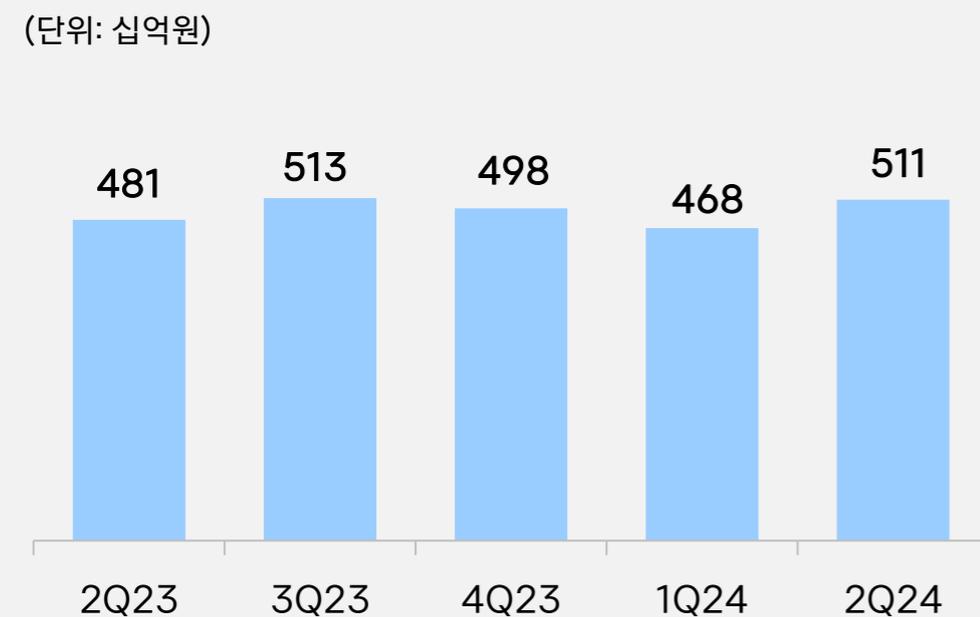
게임



2Q24 -13% YoY, -4% QoQ

- (YoY/ QoQ) 신작 게임의 성과 부재
- 2025년大作 출시에 따른 사업적 변화 및 턴어라운드 기반 마련에 집중

뮤직



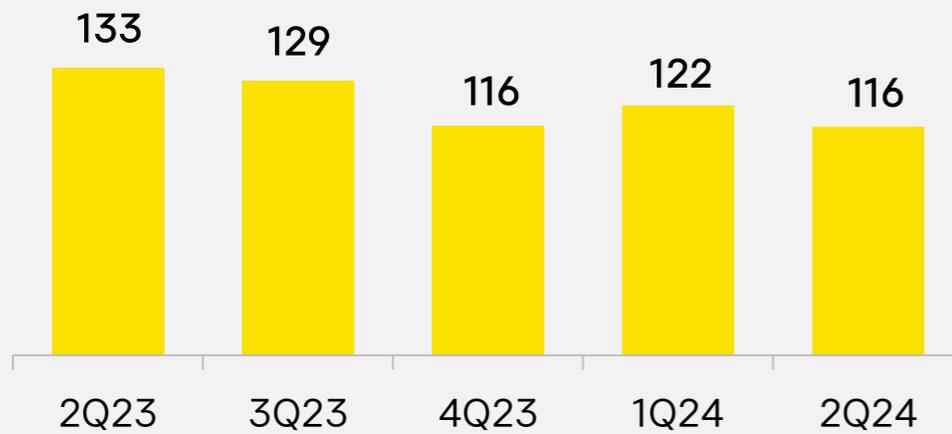
2Q24 +6% YoY, +9% QoQ

- (레이블) 아이브, 에스파, 라이즈 포함 주요 소속 아티스트 신보 발매와 활발한 콘서트 활동에 따른 고성장 지속
- (유통) 글로벌 유통 네트워크 및 국내 음원 라이브러리 강화
- (멜론) 안정적 매출 기반 유지

콘텐츠 부문 | 스토리

픽코마

(단위: 십억원)

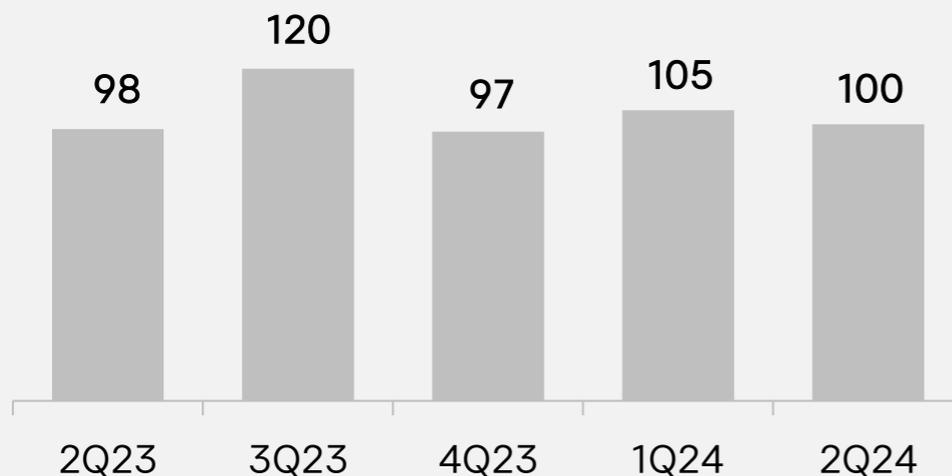


2Q24 -13% YoY, -5% QoQ

- (엔화기준) 매출 -3% YoY, +0.3% QoQ, 거래액 +3% YoY, +6% QoQ
- (YoY) IP mix 변화에 따른 매출 기여도 차이와 엔저 영향으로 감소
- (QoQ) 대규모 프로모션에 따른 미소비 코인 증가로 일시적 과금 동인이 약화되면서 엔화 매출액은 전분기와 유사한 수준 기록
- 1H24, 누적 거래액 500억엔 돌파 및 이용자 지표 사상 최고치 경신
2H24, IP 장르 다각화 통한 양질의 콘텐츠 확보를 통해 경쟁력 제고

카카오엔터테인먼트

(단위: 십억원)

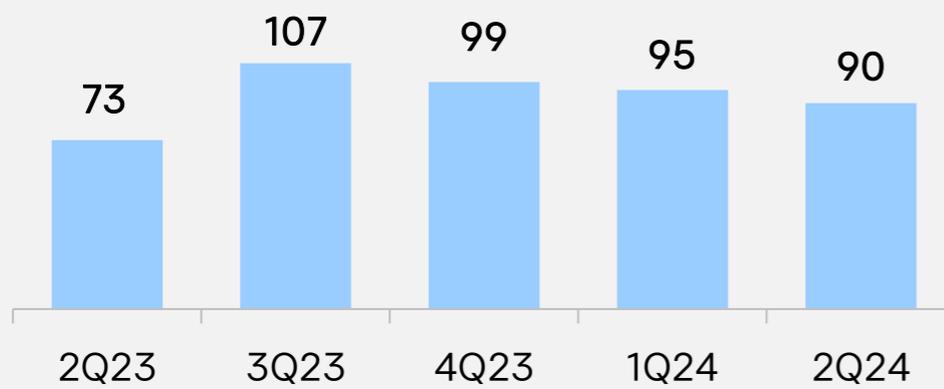


2Q24 +2% YoY, -5% QoQ

- (YoY) AI 기술 기반 고효율 마케팅으로 플랫폼 이용자 및 매출 증가
- (QoQ) 국내 플랫폼 이용자 기반 강화를 통해 일본 경쟁 심화에 따른 유통 거래액 감소 영향을 일부 상쇄
- 픽코마, 크리에이터와 상생 가능한 IP 파이프라인 구축 논의 중

미디어

(단위: 십억원)



2Q24 +22% YoY, -6% QoQ

- (YoY) 지난해 상반기 제작 라인업 공백에 따른 기저 효과
(QoQ) 신작 제작 진행률 차이
- 볼륨딜을 통한 안정적 수급처 확보, 웹툰IP - 영상 콘텐츠 간 시너지 극대화 추진

실적요약

(단위: 십억원)	2Q23	1Q24	2Q24	YoY	QoQ
매출	1,923	1,988	2,005	4%	0.8%
플랫폼 부문	869	955	955	10%	0.1%
특비즈	480	522	514	7%	-2%
포털비즈	89	85	88	-2%	4%
플랫폼 기타	300	348	354	18%	2%
콘텐츠 부문	1,054	1,034	1,050	-0.4%	2%
게임	269	243	233	-13%	-4%
뮤직	481	468	511	6%	9%
스토리	231	227	216	-7%	-5%
미디어	73	95	90	22%	-6%
영업비용	1,810	1,868	1,871	3%	0.2%
영업이익	113	120	134	18%	11%
영업이익률	5.9%	6.0%	6.7%	0.8%p	0.7%p
당기순이익	55	68	87	59%	29%
지배지분순이익	56	74	101	81%	37%
비지배지분순이익	-1	-6	-14	-	-
당기순이익률	2.8%	3.4%	4.3%	1.5%p	0.9%p

영업비용

(단위: 십억원)	2Q23	1Q24	2Q24	YoY	QoQ
영업비용	1,810	1,868	1,871	3%	0.2%
인건비	472	479	481	2%	0.3%
매출연동비	780	820	797	2%	-3%
외주/인프라비	205	202	196	-5%	-3%
마케팅비	100	89	108	8%	21%
상각비	192	198	207	8%	5%
기타	60	80	82	38%	4%

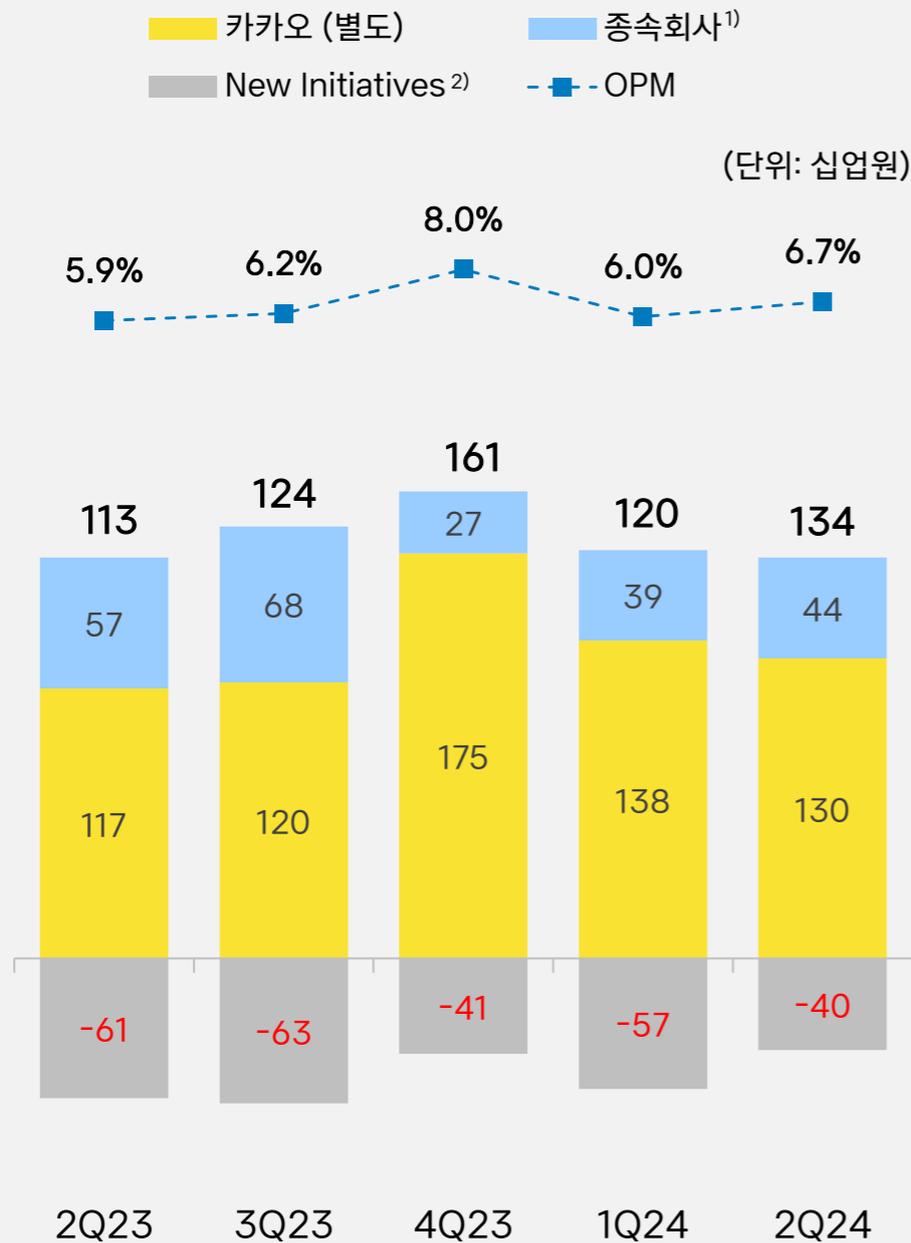
2분기 증감 분석

- 인건비 (YoY) 2024년 연간 성과계획을 고려한 상여 안분 인식과 연봉 인상 효과
(QoQ) 보수적인 채용 기조 유지
- 매출연동비 (YoY) 선물하기 직매입 매출 증가 및 카카오엔터테인먼트 제작원가 상승
(QoQ) 카카오엔터프라이즈 클라우드 관련 용역원가 감소
- 외주/인프라비 (YoY/QoQ) 브레인 영업양수도에 따른 일시적인 인프라수수료 감소
- 마케팅비 (YoY/QoQ) 콘텐츠 부문에서의 마케팅 집행 증가
- 상각비 (YoY/QoQ) 자체, 신규 임차 데이터센터 운영 및 AI사업 관련 기계장치 투자 증가

영업이익 / 당기순이익

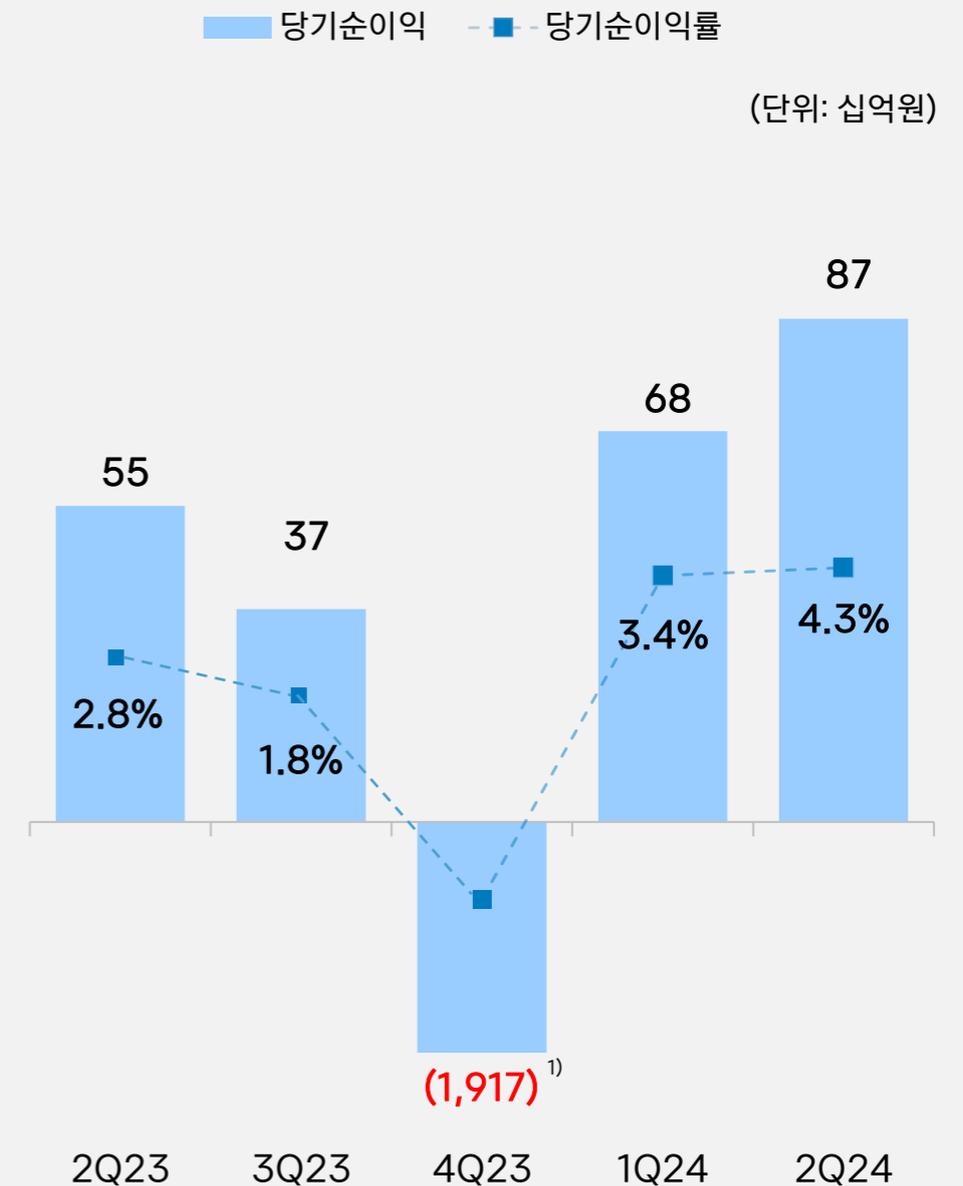
영업이익(률)

2Q24 +18% YoY, +11% QoQ



당기순이익(률)

2Q24 +59% YoY, +29% QoQ



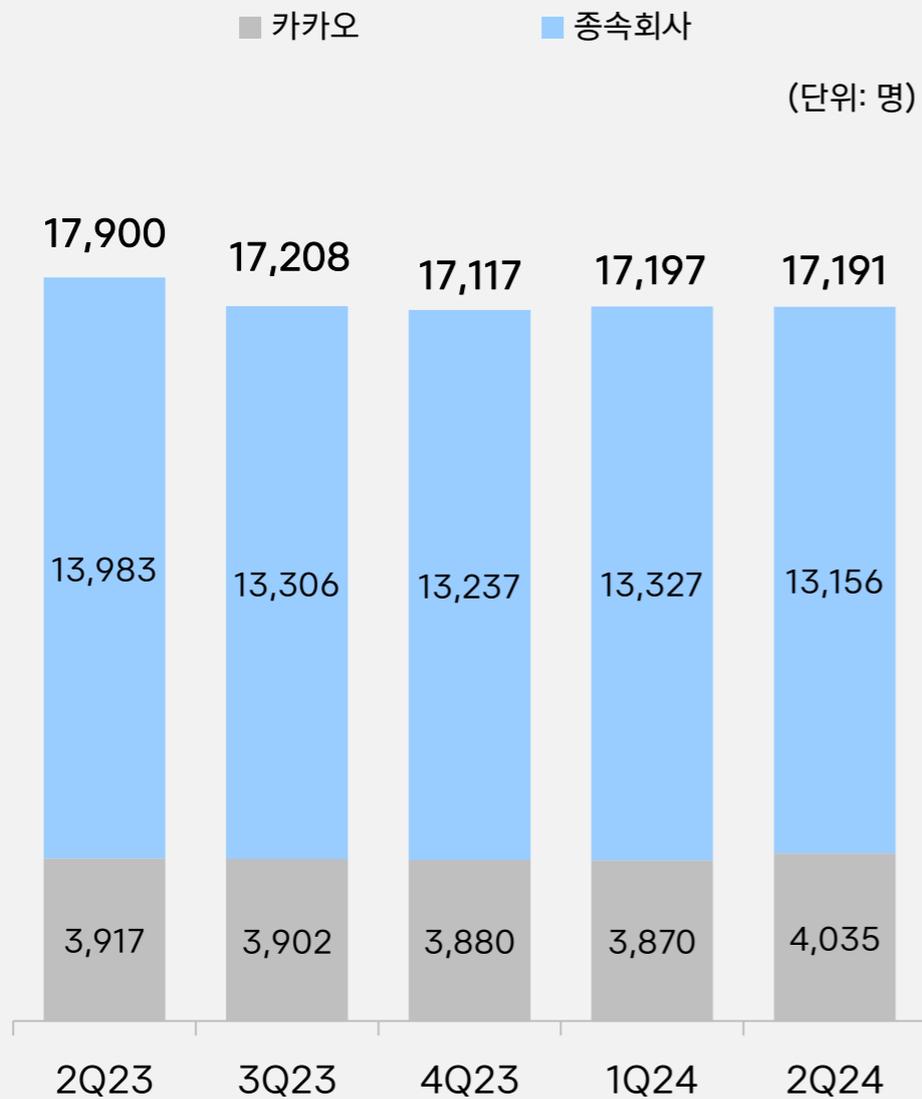
1) 종속회사: 카카오와 New Initiatives를 제외한 모든 사업 부문
 2) New Initiatives: 카카오엔터프라이즈, 카카오브레인, 카카오헬스케어
 3) 종속회사 실적에는 내부거래 관련 조정 금액이 포함되어 있음

1) 4Q23 : 영업권 손상 1조 4,833억원과 PPA무형자산 손상차손 3,114억원 인식에 따른 기타비용 증가로, 당기순손실 기록

인원 / CapEx

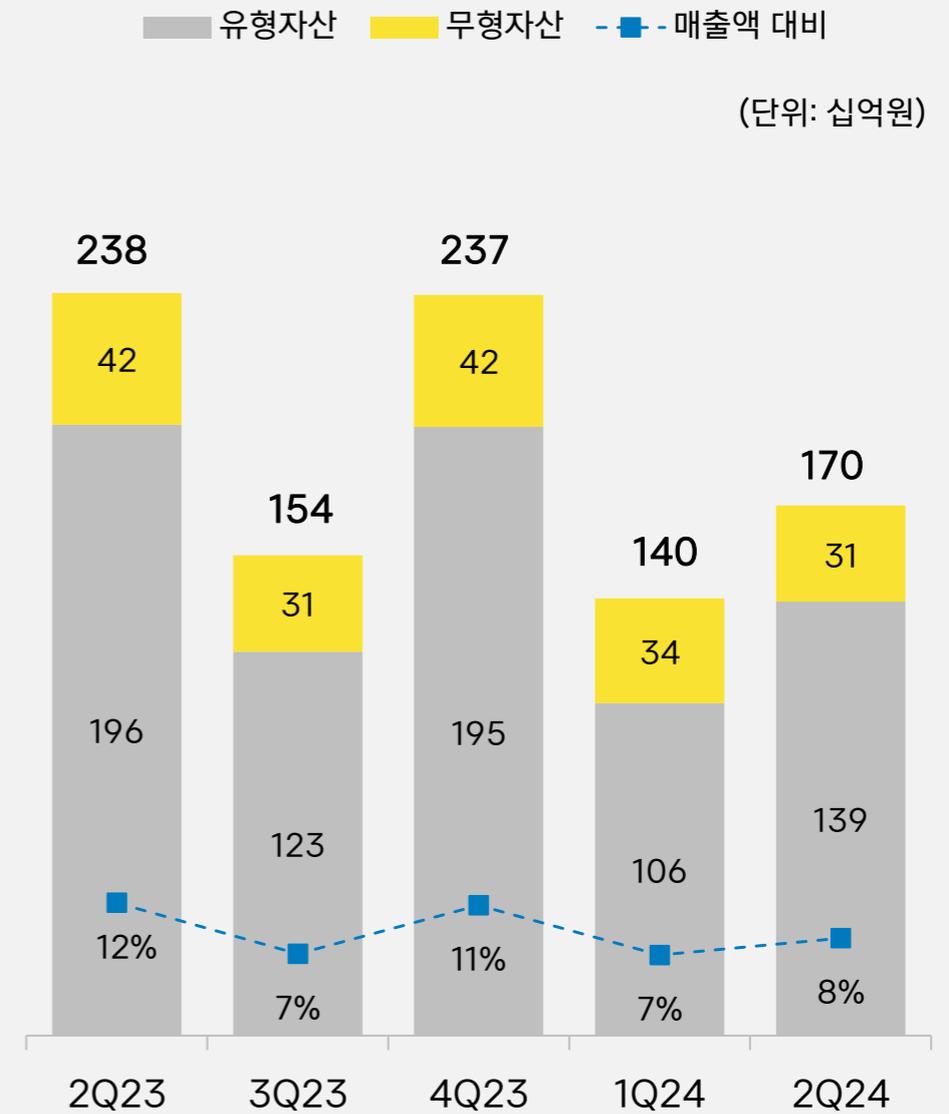
인원 현황

보수적인 채용기조 유지, -709명 YoY, -6명 QoQ
 카카오는 브레인 영업양수도 영향으로 증가



CapEx

데이터센터 및 AI사업 관련 GPU, 서버, 설비 취득으로 QoQ 증가



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

ESG 활동성과



ESG 보고서 '2023 카카오의 약속과 책임' 발간

- ESG 프레임워크와 중점분야 이행 현황, 환경/사회/거버넌스 영역별 지속가능 경영 성과 및 ESG 데이터 발표
- ESG 중점분야 '사람을 향한 기술, 사회문제 해결, 신뢰받는 카카오, 함께 성장하는 내일, 지구를 위한 노력' 중심의 활동 공개



디지털 소외계층 위한 '더 쉬운 카톡설명서' 공개

- 디지털 약자의 이해를 돕는 쉬운 말과 그림으로 설명하는 이지리드 (Easy-Read) 방식으로 구성
- '카카오톡 시작하기', '상황별 활용 방법', '안전하게 보호하기' 세 가지 주제로 구성

**탄소중립포인트,
카카오페이머니로
받을 수 있어요!**

포인트 지급 유형 → 카카오페이 선택



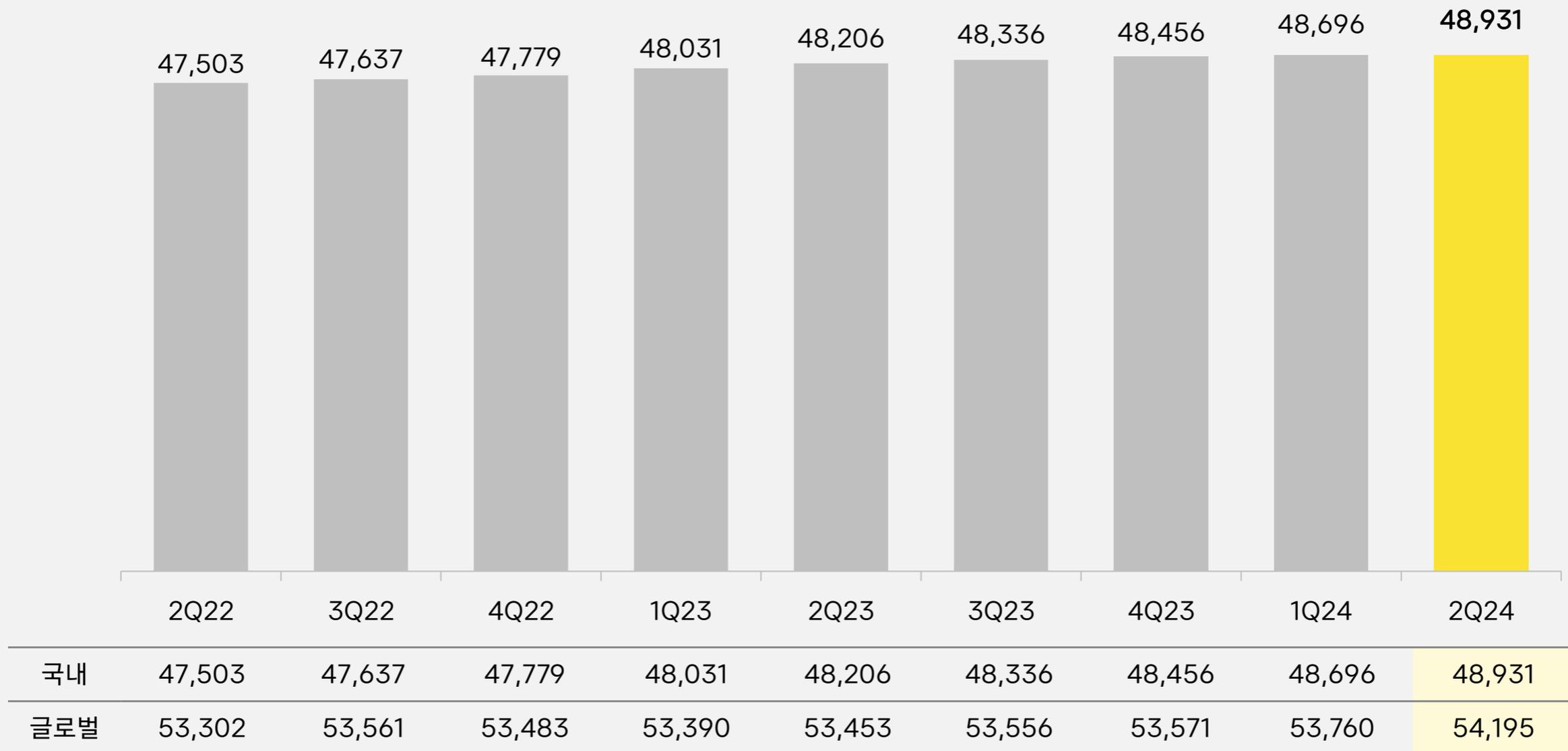
탄소중립 실천 문화 확산을 위한 업무 협약 체결

- 환경부-카카오-카카오페이-카카오모빌리티 MOU 체결
- 탄소중립실천포인트를 카카오페이머니로 받을 수 있는 시스템 구축
- '카카오 같이가치' 플랫폼을 활용하여 환경부와 공동 캠페인 진행 및 자전거 활성화 위한 국민참여 프로그램 개발 예정

카카오톡 MAU

국내 카카오톡 월간 활성 이용자(MAU) YoY +73만 명, QoQ +24만 명 증가

(단위: 천명)



평균 월간 활성 이용자. 글로벌 MAU는 국내 MAU를 포함.

감사합니다

