

2026년 6월

인크로스 매체력 평가 리포트



인크로스 매체력 산출 방식

*안드로이드OS 기준



순 이용자 수



노출력

얼마나 많은 사람이 이용하는가?



총 이용시간



유지력

얼마나 오래 머무는가?



총 실행횟수



탐색력

얼마나 자주 켜는가?

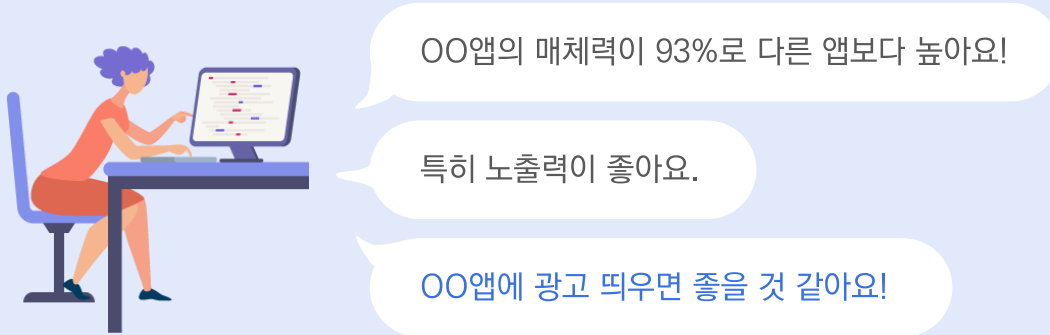
으로 환산



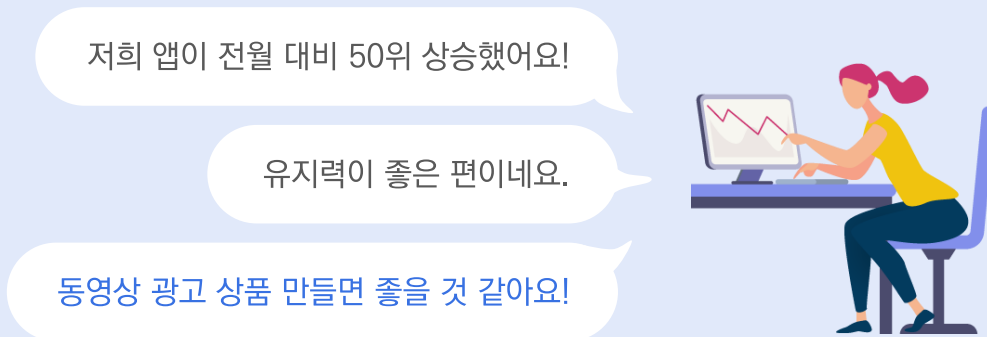
* 추정치로 실제와 다를 수 있습니다.

매체력 평가 활용, 이렇게 하세요!

광고 미디어 제안 시



플랫폼 광고 사업 제안 시



Q A 자주 묻는 질문

Q. 매체력 지수(MI) 중에는 왜 100이 넘는 것도 있나요?



A.

순 이용자 수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 각 속성의 모수값으로 비율을 구한 뒤 단순 합산을 하기 때문입니다. 단, 노출력·유지력·탐색력 각각은 100%를 넘을 수 없어요.

Q. 한 분야 내 매체력 지수가 너무 낮아요.

A.

원인1) 경쟁앱이 너무 많아 분산된 경우
원인2) 분야 내 독점앱이 월등히 높은 경우,

다른 분야 대비 낮게 나올 수 있습니다.



주의사항



각 분야별 상위 5개 안드로이드 앱을 다루는 리포트이며,
광고 상품이 없을 수 있습니다.

관심 있는 매체에 광고 집행을 하고 싶다면? >>> [인크로스에 문의하기 \(클릭\)](#)

목차

※ 카테고리를 클릭하시면 해당 페이지로 이동할 수 있습니다.

01) 포털	09	11) 전자상거래	19
02) 동영상	10	12) 지도/내비게이션	20
03) SNS	11	13) 배달/주문	21
04) Comm.	12	14) 맛집추천/예약	22
05) 게임	13	15) 숙박/여행	23
06) 음악	14	16) 금융	24
07) 도서	15	17) 부동산	25
08) 웹툰/웹소설	16	18) 스포츠	26
09) 전화	17	19) 구인/구직	27
10) 카메라	18	20) 멤버십/할인/적립	28

매체력으로 알아보는 이슈

스낵컬하게 소통하는 게 좋아 다변화 되고 있는 소셜 미디어

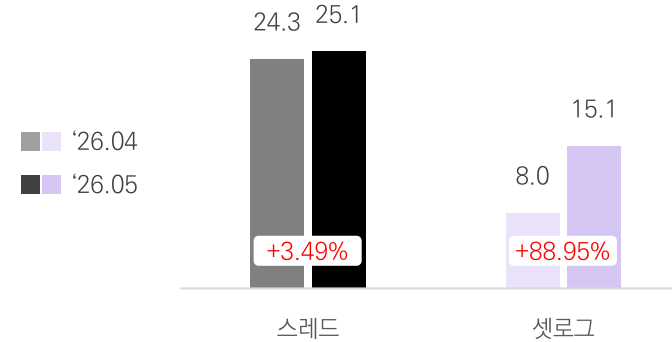
소셜 미디어 매체력 분석에서 스레드와 셋로그가 각각 전월 대비 3.5%, 89.0% 상승하며 성장세를 기록함. 기존 주요 소셜 미디어의 매체력은 전반적으로 감소한 반면, 이용 목적과 콘텐츠 소비 방식이 다양해지면서 신규 소셜 미디어로 이용자가 분산되고 있음

최근에는 관심사 기반 커뮤니티를 강화한 스레드와 2초 영상을 활용한 셋로그 등 차별화된 서비스가 등장하며 소셜 미디어가 점차 다변화되고 있음. 기존 소셜 미디어는 성숙기에 접어들면서 네트워킹 중심에서 콘텐츠 소비 중심으로 기능을 확장하고 있으며, 관심사 기반 네트워킹을 원하는 이용자들은 신규 소셜 미디어를 선택하는 경향을 보임

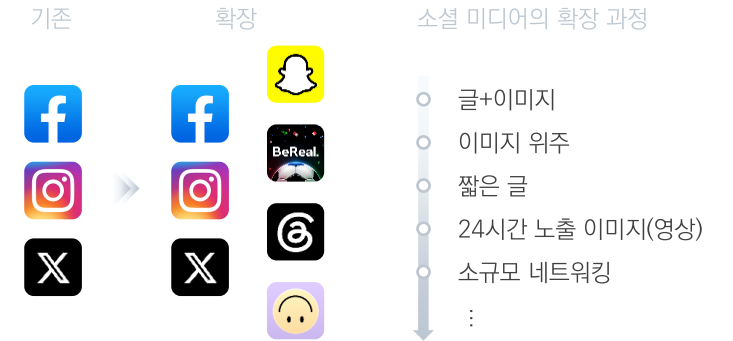
	인스타그램	168.1
	-1.15%	
	밴드	57.9
	-2.03%	
	페이스북	48.2
	-1.69%	
	엑스 (구. 트위터)	36.9
	-0.17%	
	네이버카페	31.2
	-1.82%	
	스레드	25.1
	+3.49%	
	셋로그	15.1
	+88.95%	

소셜미디어도 취향에 맞게 선택한다! 다양하게 확장·변화 중인 소셜 미디어

| 스레드·셋로그의 최근 매체력 지수 및 증감률

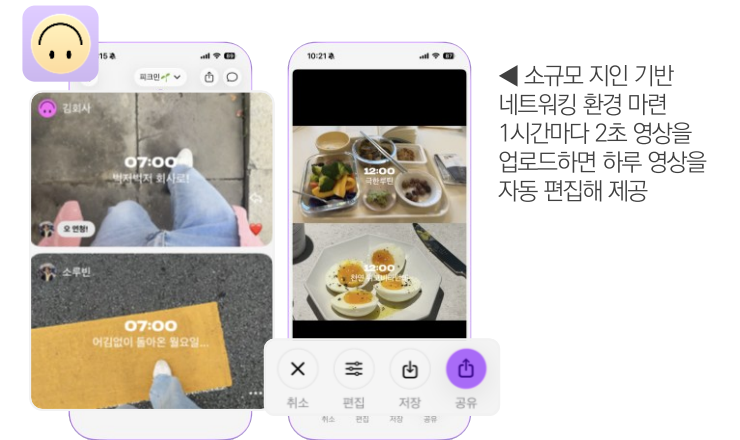
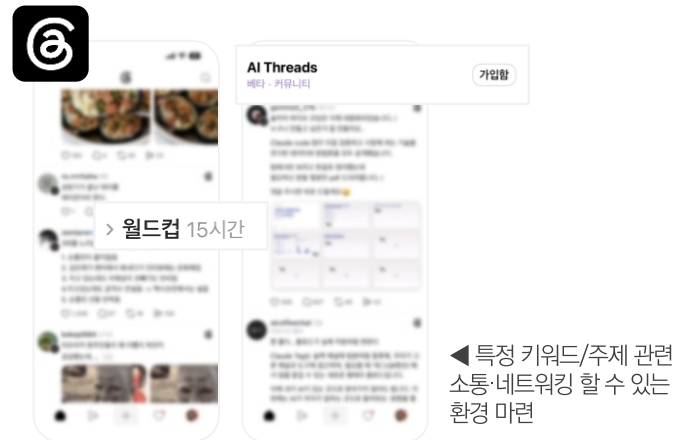


| 소셜 미디어의 확장 변화 과정



관심 주제·2초 영상으로 간편성·친밀함 높인 스레드·셋로그

| 스레드·셋로그의 주요 특징



요약 (1/2)

분야별 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*매체명 하단 비율(%)은 전월 대비 증감률을 나타냄

포털		
	네이버 -0.80%	216.5
	구글 +1.60%	134.2
	ChatGPT +3.09%	48.7
	다음 +0.13%	39.4
	네이트 -5.16%	6.6

동영상		
	유튜브 +0.04%	262.7
	넷플릭스 +1.86%	33.1
	틱톡 +1.63%	22.5
	쿠팡플레이 -2.70%	21.7
	티빙 +12.08%	20.0

SNS		
	인스타그램 -1.15%	168.1
	밴드 -2.03%	57.9
	페이스북 -1.69%	48.2
	엑스 (구. 트위터) -0.17%	36.9
	네이버카페 -1.82%	31.2

커뮤니케이션		
	카카오톡 -	249.6
	지메일 +1.66%	37.1
	텔레그램 -1.10%	12.5
	제타 +10.91%	11.7
	에이닷 +24.45%	7.2

게임		
	로블록스 +5.68%	24.2
	브롤스타즈 +11.68%	17.6
	블록 블라스트 -10.81%	13.3
	로얄매치 +8.89%	9.4
	포켓몬 고 +11.42%	7.3

음악		
	유튜브뮤직 +5.02%	98.9
	멜론 -2.77%	57.2
	스포티파이 -3.14%	27.2
	지니뮤직 +6.30%	22.8
	플로(FLO) -6.63%	19.5

도서		
	리디 +14.33%	61.3
	밀리의서재 +13.95%	57.3
	굿노벨 -20.07%	49.9
	조이리드 +31.43%	17.7
	리브로피아 +12.80%	13.2

웹툰/웹소설		
	네이버웹툰 +1.16%	138.1
	카카오페이지 -3.90%	86.1
	네이버시리즈 +2.80%	64.7
	노벨피아 +24.82%	19.3
	카카오웹툰 -18.26%	13.6

전화		
	에이닷 전화 +0.38%	126.3
	후후 -5.32%	8.7
	후스콜 -8.37%	1.8
	구글 다이얼러 +1.37%	1.3
	U+통화도우미 -14.91%	1.1

사진		
	스노우 -0.86%	5.8
	유라이크 +0.46%	1.9
	무음 고화질 +19.01%	1.9
	타임스탬프 +9.69%	1.7
	B612 -8.91%	1.5

요약 (2/2)

분야별 상위 5개 안드로이드 앱 매체력





*매체명 하단 비율(%)은 전월 대비 증감률을 나타냄

전자상거래		
	쿠팡 -2.59%	132.0
	당근 +2.31%	97.6
	네이버플러스스토어 +3.46%	38.8
	G마켓 +9.81%	38.5
	11번가 +3.15%	37.2

지도/내비게이션		
	네이버지도 +2.58%	151.9
	티맵 -1.33%	107.5
	카카오맵 +0.67%	59.5
	구글지도 +0.33%	33.8
	카카오내비 -2.89%	17.9

배달/주문		
	배달의민족 +6.20%	197.0
	쿠팡이츠 -4.99%	90.8
	요기요 -9.65%	36.2
	땡겨요 -4.59%	23.5
	버거킹 -4.78%	17.5

맛집추천/예약		
	캐치테이블 +17.77%	205.2
	테이블링 -9.43%	46.4
	데일리샷 -38.13%	37.5
	라스트오더 +18.67%	4.2
	식신 e-식권 -21.83%	4.2

숙박/여행		
	NOL(구.아놀자) -2.26%	85.1
	여기어때 +2.35%	64.8
	트립닷컴 +10.94%	45.3
	아고다 +1.63%	39.3
	에어비앤비 +15.51%	19.5

금융		
	토스 +2.06%	120.4
	삼성 월렛 +0.40%	67.9
	카카오뱅크 +0.65%	50.5
	KB국민은행스타뱅킹 -1.35%	45.4
	PASS +2.92%	44.7

부동산		
	호갱노노 +2.50%	100.7
	직방 -25.46%	32.0
	KB부동산 -10.09%	29.6
	아실 +10.40%	22.4
	다방 -12.61%	21.9

스포츠		
	라이브스코어 -2.29%	83.1
	골프존 -3.19%	38.3
	스코어센터 +9.05%	31.9
	스마트스코어 -3.41%	28.7
	KBO STATS -31.96%	13.0

구인/구직		
	사람인 +16.09%	86.9
	알바몬 +3.79%	69.6
	잡코리아 -8.18%	61.9
	리멤버 +3.81%	47.1
	알바천국 -21.62%	47.0

멤버십/할인/적립		
	캐시워크 -1.55%	67.5
	OK캐쉬백 -1.65%	56.9
	시럽 -10.84%	32.6
	스타벅스 +7.36%	30.9
	T멤버십 +0.69%	28.4

상세

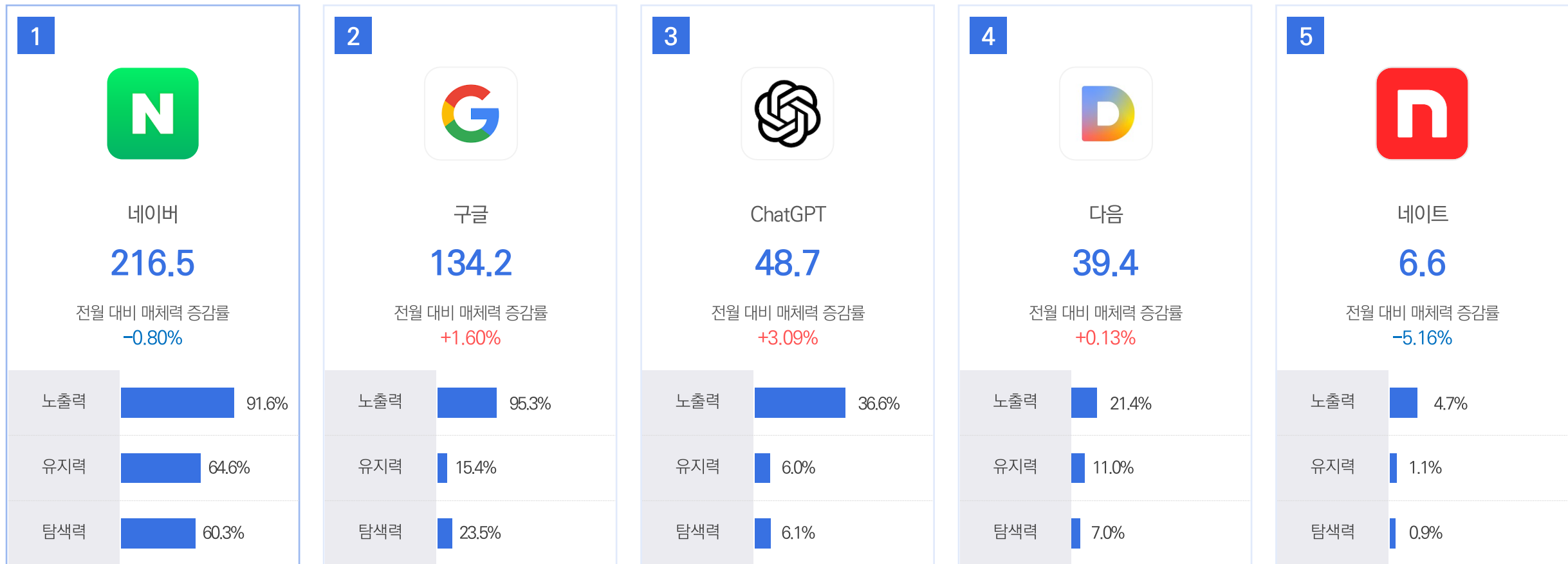
01) 포털 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

포털 앱 순 이용자 N=3742.4만 명, 총 이용 시간 N=225.7억 분, 총 실행 횟수 N=139.6억 회



상세

02) 동영상 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

동영상 앱 순 이용자 N=3621.4만 명, 총 이용 시간 N=940.5억 분, 총 실행 횟수 N=107.8억 회



상세

03) SNS 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

SNS 앱 순 이용자 N=2900.6만 명, 총 이용 시간 N=288.7억 분, 총 실행 횟수 N=132.1억 회



상세

04) 커뮤니케이션 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

커뮤니케이션 앱 순 이용자 N=3751.1만 명, 총 이용 시간 N=366.7억 분, 총 실행 횟수 N=386.7억 회



상세

05) 게임 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

게임 앱 순 이용자 N=2004.4만 명, 총 이용 시간 N=360.4억 분, 총 실행 횟수 N=68.6억 회



상세

06) 음악 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

음악 앱 순 이용자 N=2575.9만 명, 총 이용 시간 N=400.9억 분, 총 실행 횟수 N=12.5억 회



상세

07) 도서 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄
 **세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함
 ***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)
 도서 앱 순 이용자 N=442.4만 명, 총 이용 시간 N=11.5억 분, 총 실행 횟수 N=2.5억 회



상세

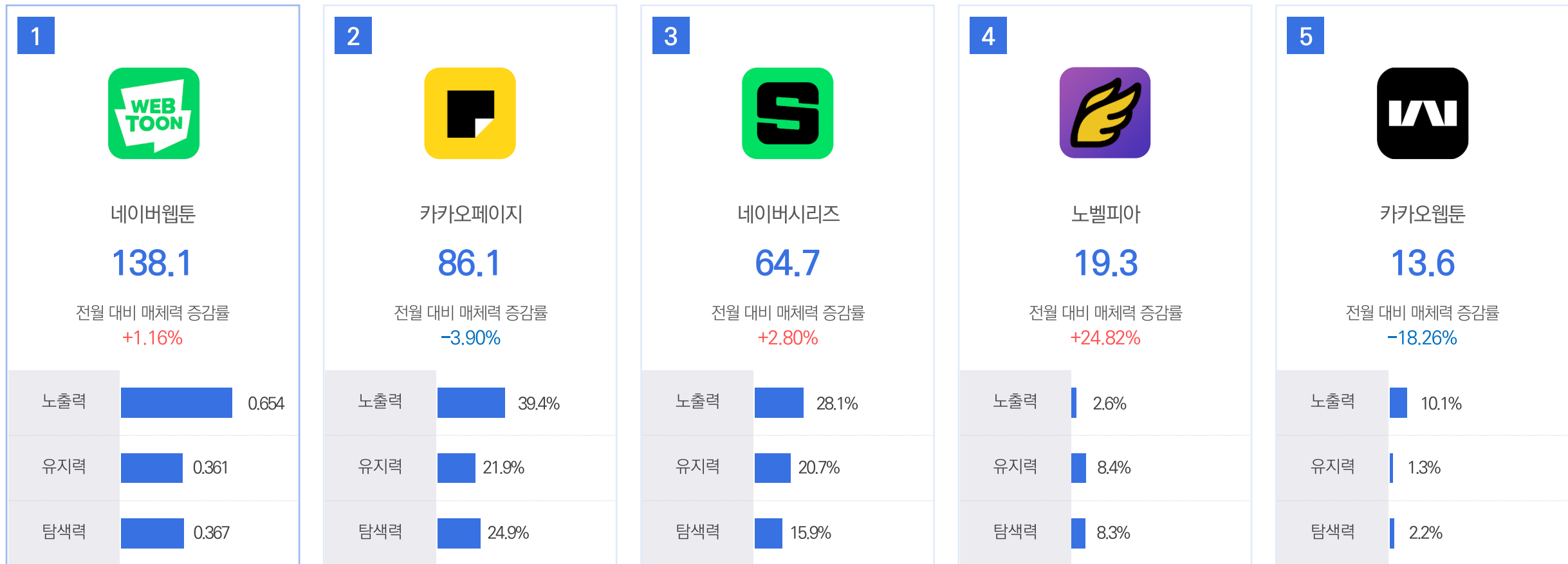
08) 웹툰/웹소설 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 님스코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드 OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

웹툰/웹소설 앱 순 이용자 N=1048.7만 명, 총 이용 시간 N=83.9억 분, 총 실행 횟수 N=16.2억 회



상세

09) 전화 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄
 **세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함
 ***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)
 전화 앱 순 이용자 N=3682.7만 명, 총 이용 시간 N=0.1억 분, 총 실행 횟수 N=0.1억 회



상세

10) 카메라 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

사진 앱 순 이용자 N=3729.0만 명, 총 이용 시간 N=59.9억 분, 총 실행 횟수 N=87.2억 회



상세

11) 전자상거래 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

전자상거래 앱 순 이용자 N=3271.6만 명, 총 이용 시간 N=149.2억 분, 총 실행 횟수 N=133.9억 회



상세

12) 지도/내비게이션 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

지도/내비게이션 앱 순 이용자 N=3235.1만 명, 총 이용 시간 N=99.8억 분, 총 실행 횟수 N=41.3억 회



상세

13) 배달/주문 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

배달/주문 앱 순 이용자 N=2104.9만 명, 총 이용 시간 N=14.1억 분, 총 실행 횟수 N=13.5억 회



상세

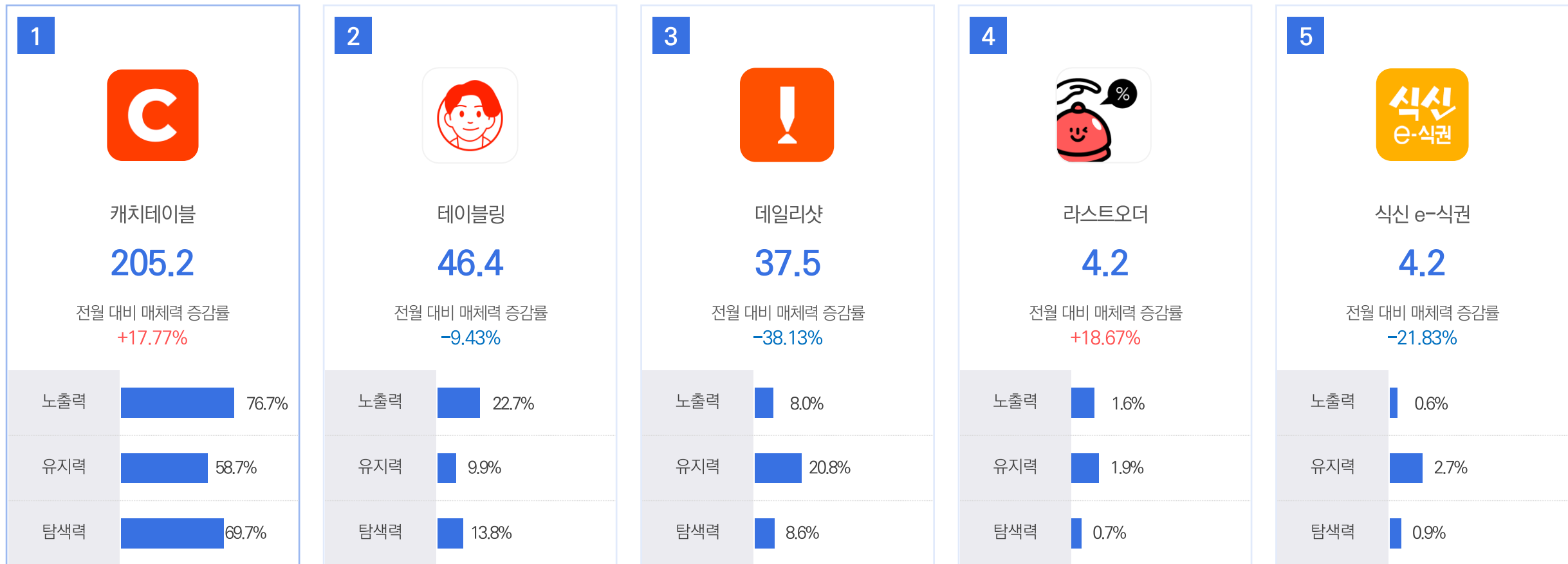
14) 맛집추천/예약 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

맛집추천/예약 앱 순 이용자 N=324.8만 명, 총 이용 시간 N=0.3억 분, 총 실행 횟수 N=0.4억 회



상세

15) 숙박/여행 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

숙박/여행 앱 순 이용자 N=1002.4만 명, 총 이용 시간 N=3.0억 분, 총 실행 횟수 N=2.9억 회



상세

16) 금융 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

금융 앱 순 이용자 N=3609.9만 명, 총 이용 시간 N=321.5억 분, 총 실행 횟수 N=285.0억 회



상세

17) 부동산 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄
 **세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함
 ***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)
 부동산 앱 순 이용자 N=648.5만 명, 총 이용 시간 N=1.4억 분, 총 실행 횟수 N=1.0억 회



상세

18) 스포츠 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄
 **세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함
 ***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)
 스포츠 앱 순 이용자 N=394.4만 명, 총 이용 시간 N=4.1억 분, 총 실행 횟수 N=4.0억 회



상세

19) 구인/구직 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

구인/구직 앱 순 이용자 N=604.2만 명, 총 이용 시간 N=1.9억 분, 총 실행 횟수 N=1.5억 회



상세

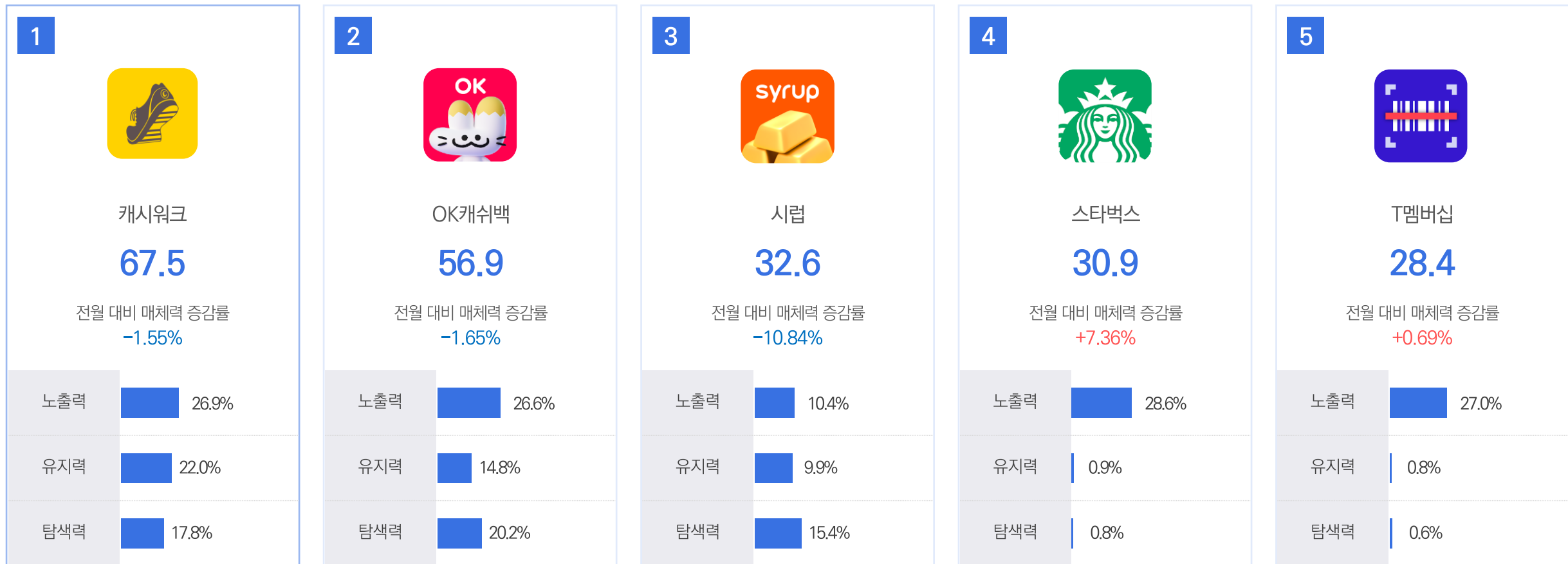
20) 멤버십/할인/적립 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순이용자수, 총 이용 시간, 총 실행횟수 수치를 통해 산출함. 해당 카테고리 내 상위 앱을 모수로 하여 백분율로 나타냄

**세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함

***2026년 5월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

멤버십/할인/적립 앱 순 이용자 N=2747.7만 명, 총 이용 시간 N=139.7억 분, 총 실행 횟수 N=180.1억 회



E.O.D

문의 | 인크로스데이터랩(IDL) | idl@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기

incross | **SK networks**

© 2026 Incross - All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.

