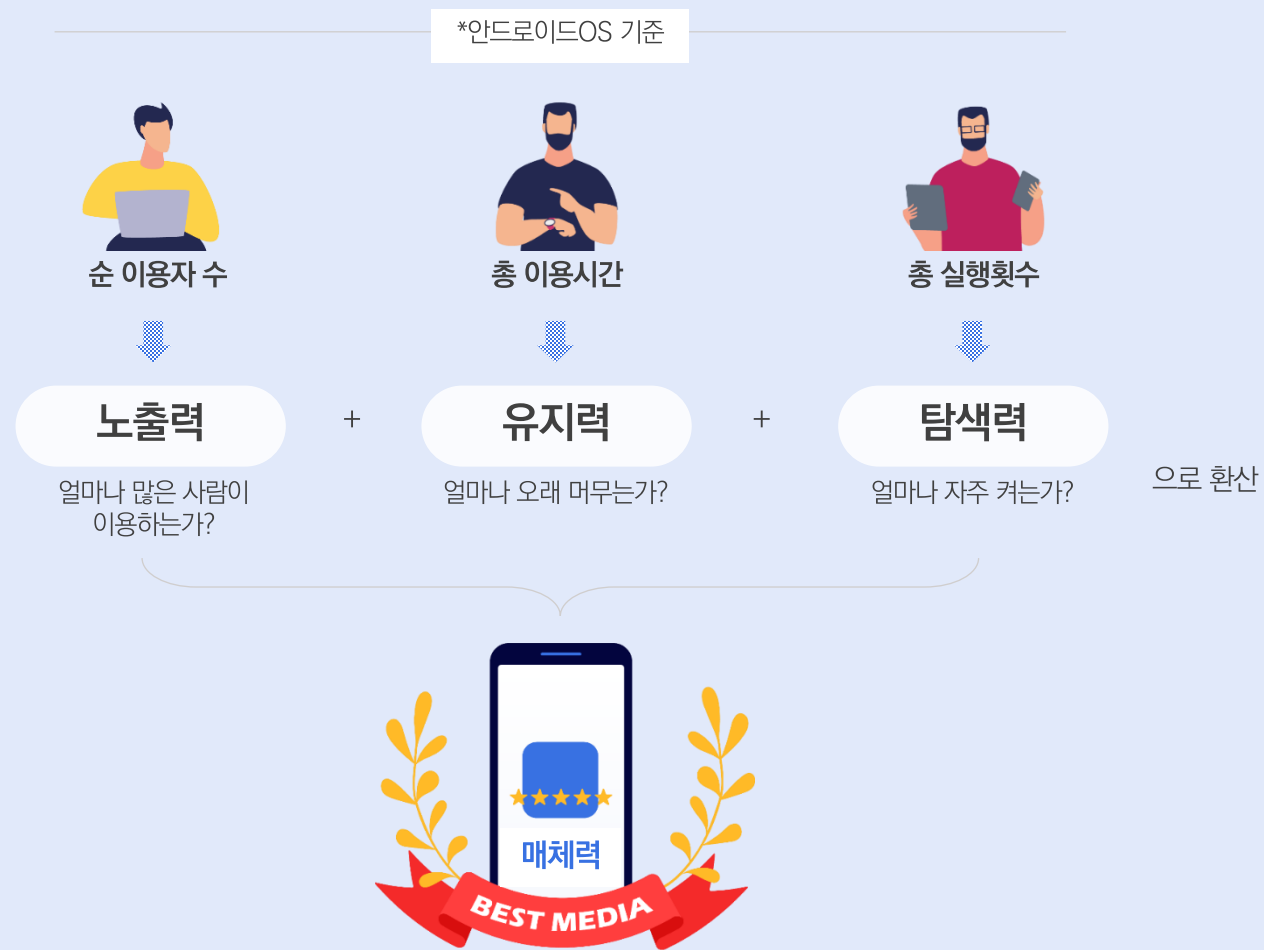


2026년 7월

인크로스 매체력 평가 리포트



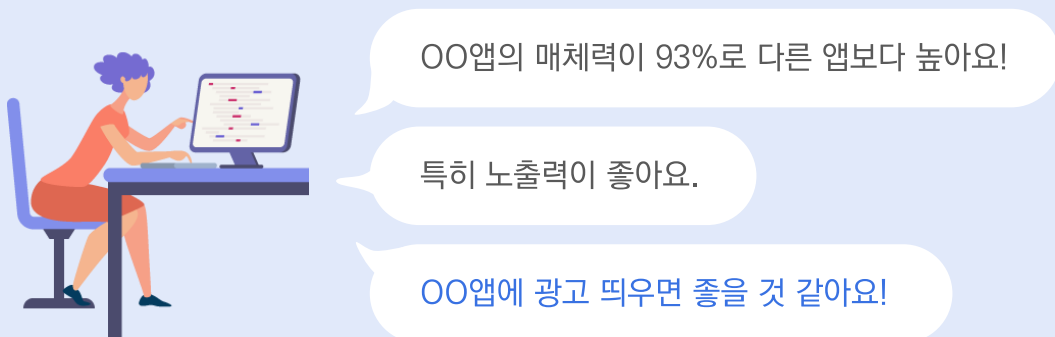
인크로스 매체력 산출 방식



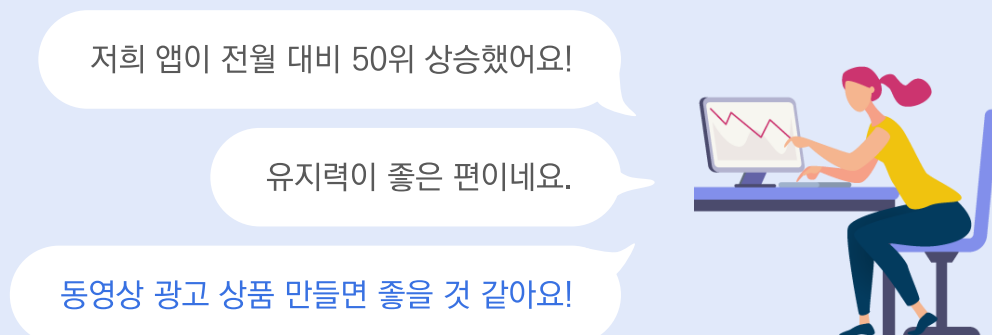
* 추정치로 실제와 다를 수 있습니다.

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

※ 카테고리 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

올스타전 투표로 야구팬 유입 성공! 매체력 급상승한 KBO 앱

2026년 6월 KBO 앱의 매체력은 전월 대비 151.49% 상승하며 스포츠 앱 5위로 진입함. 6월 순 이용자 수는 55.7만 명으로 전년 동월 대비 103.2% 증가했으며, KBO 홈페이지 이용자 수도 추월함

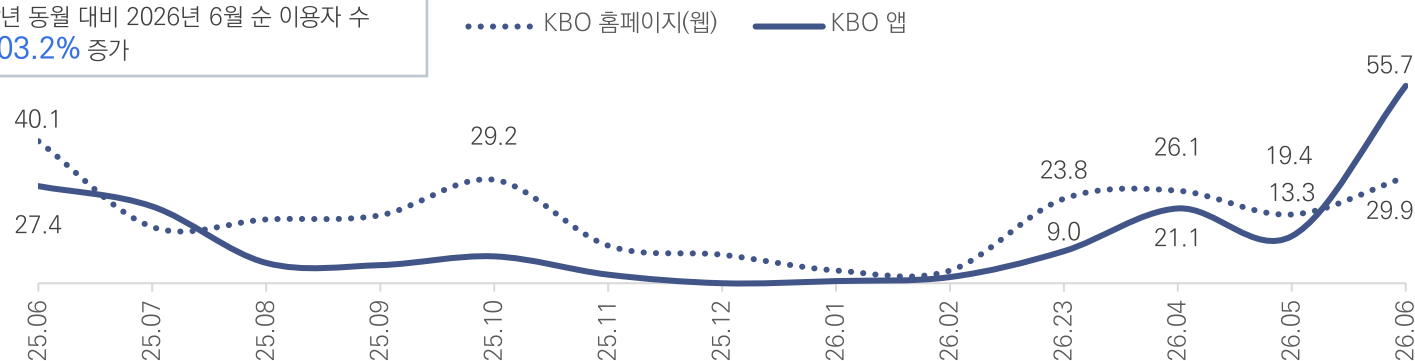
KBO 리그의 전반적인 인기가 높아진 가운데, 대표적인 팬 참여 행사인 올스타전 투표가 앱 이용 증가를 견인한 것으로 분석됨. 특히 잠실야구장 재건축을 앞두고 기존 구장에서 열리는 마지막 올스타전이라는 상징성이 더해지며 팬들의 관심이 집중됨. 또한 후보 선수들이 SNS에서 유행하는 밈과 영상을 패러디한 홍보 콘텐츠들을 선보이며 화제를 모음. 이러한 흥행 요소에 힘입어 올스타전 최종 투표 수가 전년 대비 40.8% 증가한 것으로 나타남

	라이브스코어	90.1
	+8.42%	
	골프존	34.2
	-10.64%	
	스코어센터	31.9
	-0.23%	
	스마트스코어	28.6
	-0.29%	
	KBO	17.3
	+151.49%	

KBO의 인기는 식을 줄을 몰라

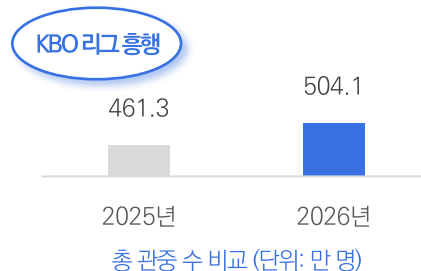
| 최근 13개월 KBO 웹앱의 순 이용자 수 추이 (단위: 만 명)

작년 동월 대비 2026년 6월 순 이용자 수
103.2% 증가



올스타전으로 더욱 불타오른 KBO의 인기

| KBO 올스타전 흥행 요소



| KBO 올스타전 투표율 비교

구분	2025년	2026년	증가율
1차 중간 집계	137만 2,012표	159만 3,982표	16.2%
2차 중간 집계	257만 7,376표	328만 156표	27.3%
최종 투표	352만 9,258표	496만 8,276표	40.8%

요약 (1/2)

분야별 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*매체명 하단 비율(%)은 전월 대비 증감률을 나타냄

포털		
	네이버 +0.12%	216.7
	구글 -1.75%	131.9
	ChatGPT +4.58%	50.9
	다음 -1.02%	39.0
	네이트 +5.48%	7.0

동영상		
	유튜브 +0.18%	263.1
	넷플릭스 +5.45%	34.9
	틱톡 -5.27%	21.4
	티빙 +4.48%	20.9
	쿠팡플레이 -6.23%	20.4

SNS		
	인스타그램 -1.49%	165.6
	밴드 +1.32%	58.7
	페이스북 +0.30%	48.3
	엑스 (구. 트위터) +4.53%	38.5
	네이버카페 +0.57%	31.3

커뮤니케이션		
	카카오톡 -0.22%	249.1
	지메일 -1.45%	36.6
	텔레그램 +6.87%	13.3
	제타 -4.13%	11.2
	네이버메일 +4.52%	7.1

게임		
	로블록스 +3.36%	25.1
	브롤스타즈 -11.04%	15.7
	블록 블라스트 +3.21%	13.7
	로얄매치 -1.49%	9.2
	포켓몬 고 +12.88%	8.2

음악		
	유튜브뮤직 +1.40%	100.3
	멜론 +3.28%	59.1
	스포티파이 +0.89%	27.4
	지니뮤직 -10.64%	20.4
	플로(FLO) +0.39%	19.5

도서		
	굿노벨 +13.41%	56.6
	밀리의서재 -3.71%	55.2
	리디 -12.62%	53.5
	조이리드 -19.67%	14.2
	원스토리 +52.94%	13.0

웹툰/웹소설		
	네이버웹툰 +0.76%	139.2
	카카오페이지 +3.44%	89.1
	네이버시리즈 -0.36%	64.4
	노벨피아 -13.38%	16.7
	카카오웹툰 -4.00%	13.1

전화		
	에이닷 전화 -1.28%	124.7
	후후 -7.32%	8.0
	후스콜 -8.16%	1.7
	구글 다이얼러 -17.78%	1.1
	U+통화도우미 -5.54%	1.0

사진		
	스노우 -14.88%	4.9
	유라이크 +2.20%	2.0
	타임스탬프 +5.64%	1.8
	무음 고화질 -16.77%	1.6
	B612 -3.53%	1.5

요약 (2/2)

분야별 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*매체명 하단 비율(%)은 전월 대비 증감률을 나타냄

전자상거래	지도/내비게이션	배달/주문	맛집추천/예약	숙박/여행
coupan 쿠팡 +0.95% 133.2	N 네이버지도 +0.60% 152.8	배달의민족 -0.69% 195.7	C 캐치테이블 -1.98% 201.1	NOL NOL(구.야놀자) +9.15% 92.9
당근 +0.68% 98.3	T 티맵 -0.33% 107.1	coupan eats 쿠팡이츠 +0.11% 90.9	! 데일리샷 +22.21% 45.8	Trip 트립닷컴 +33.60% 60.6
N+ 네이버플러스스토어 +5.83% 41.1	카카오맵 +0.64% 59.9	요기요 +1.96% 36.9	테이블링 -13.43% 40.2	여기어때 -9.96% 49.4
G G마켓 -4.26% 35.6	구글지도 +2.27% 34.5	땡겨요 +2.29% 24.1	식신 e-식권 +36.63% 5.7	아고다 -11.64% 34.7
11 11번가 -27.68% 27.8	카카오내비 +2.81% 18.4	BURGER KING 버거킹 -0.82% 17.3	DATE POP +11.57% 4.5	하나투어 +14.21% 17.9
금융	부동산	스포츠	구인/구직	멤버십/할인/적립
토스 -2.97% 116.8	호갱노노 -8.97% 91.7	LIVE score 라이브스코어 +8.42% 90.1	알바몬 +11.62% 77.7	캐시워크 -2.18% 66.0
삼성 월렛 +0.97% 68.6	직방 +28.09% 41.0	G 골프존 -10.64% 34.2	S 사람인 -15.50% 73.4	OK캐쉬백 -1.80% 55.9
B 카카오뱅크 +2.23% 51.6	KB 부동산 +32.38% 39.2	LIVE 24 스코어센터 -0.23% 31.9	JOBKO 잡코리아 -8.38% 56.7	syrup 시럽 +3.88% 33.9
KB국민은행 +1.67% 46.2	다방 +20.61% 26.5	SMART SCORE 스마트스코어 -0.29% 28.6	알바천국 +20.15% 56.5	스타벅스 -10.89% 27.5
PASS +2.15% 45.6	아실 -37.21% 14.1	KBO +151.49% 17.3	R 리멤버 +1.15% 47.7	T멤버십 -6.23% 26.6

상세

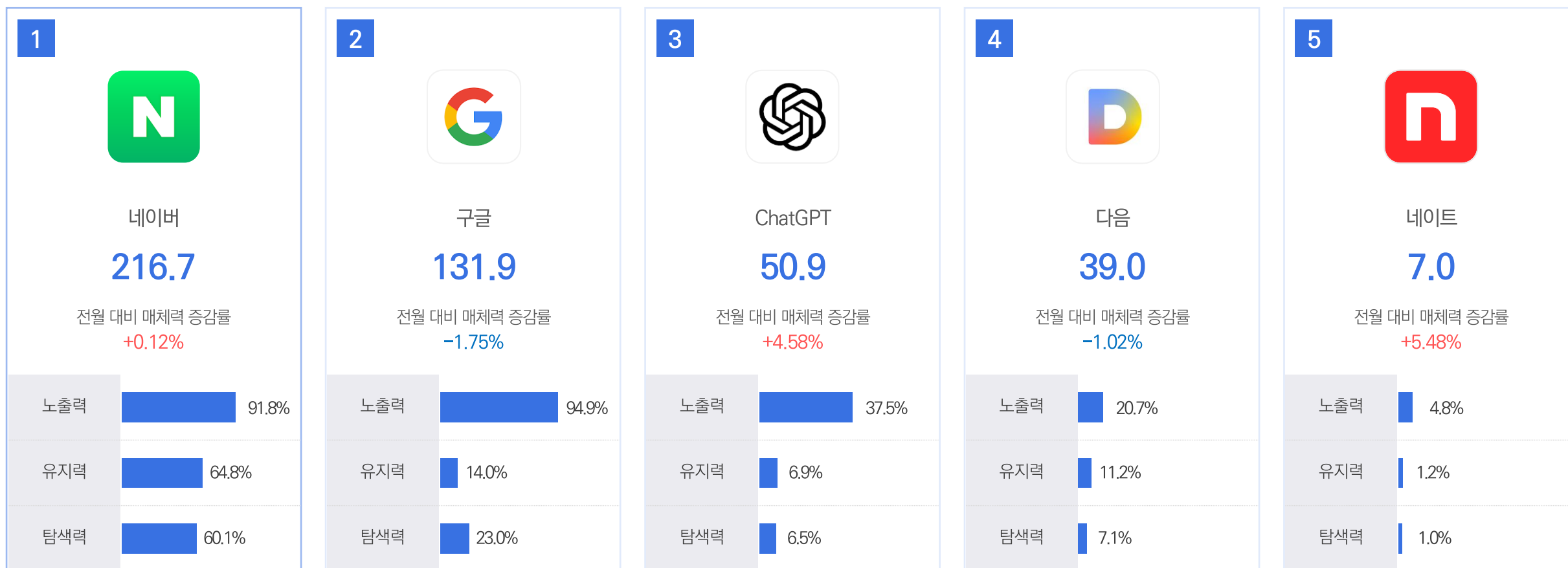
01) 포털 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

포털 앱 순 이용자 N=3739.0만 명, 총 이용 시간 N=225.8억 분, 총 실행 횟수 N=140.2억 회



상세

02) 동영상 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

동영상 앱 순 이용자 N=3605.9만 명, 총 이용 시간 N=896.5억 분, 총 실행 횟수 N=106.2억 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

SNS 앱 순 이용자 N=2872.4만 명, 총 이용 시간 N=272.9억 분, 총 실행 횟수 N=124.8억 회



상세

04) 커뮤니케이션 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

커뮤니케이션 앱 순 이용자 N=3752.0만 명, 총 이용 시간 N=348.1억 분, 총 실행 횟수 N=369.3억 회



상세

05) 게임 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

게임 앱 순 이용자 N=1993.6만 명, 총 이용 시간 N=335.2억 분, 총 실행 횟수 N=64.5억 회



상세

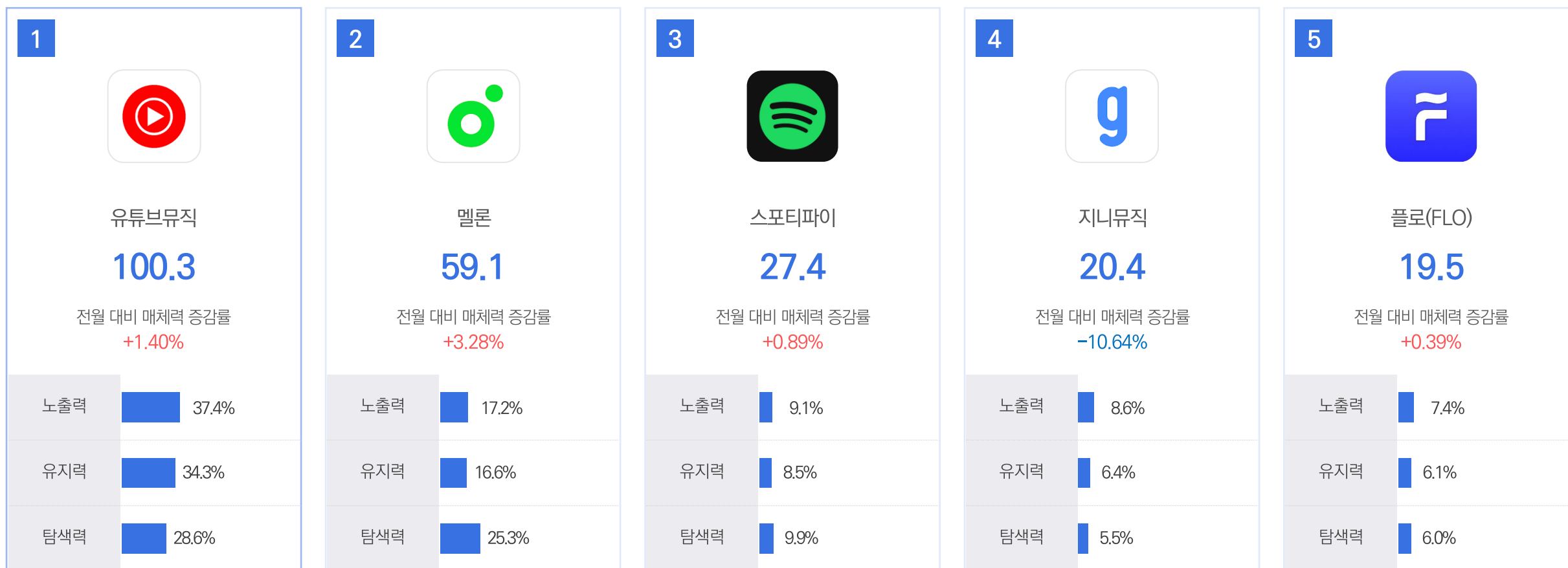
06) 음악 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

음악 앱 순 이용자 N=2607.9만 명, 총 이용 시간 N=408.1억 분, 총 실행 횟수 N=12.2억 회



상세

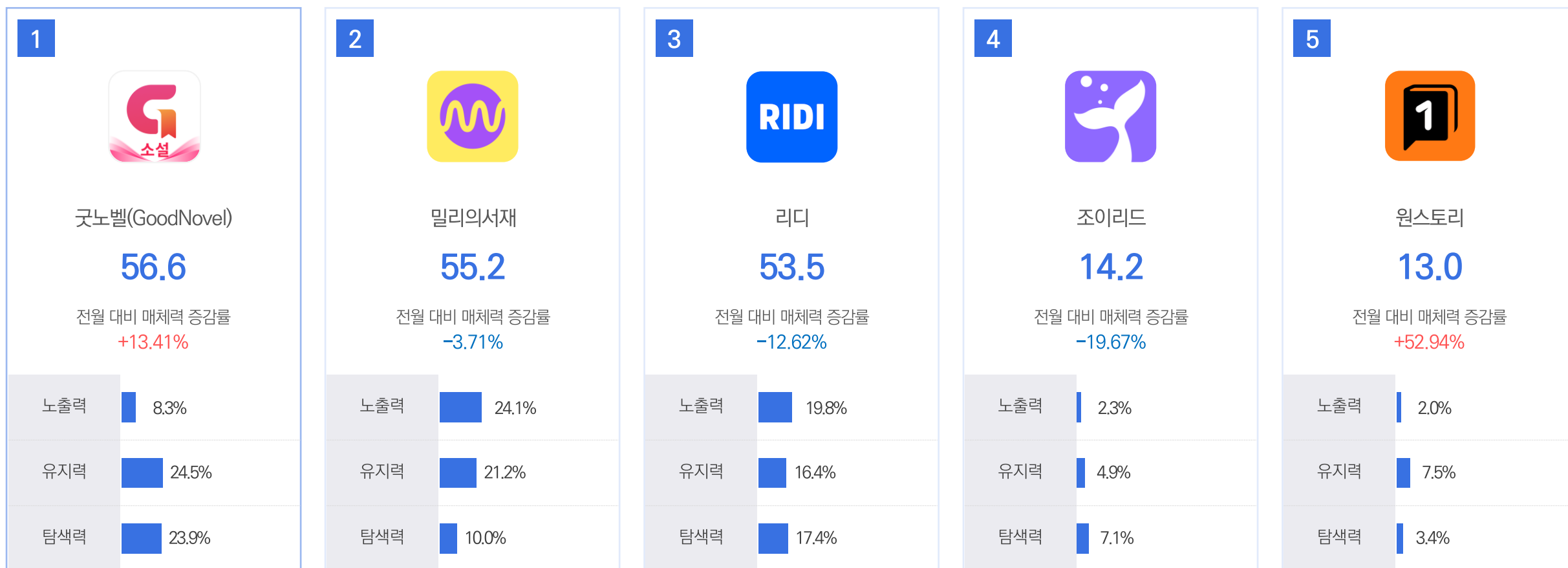
07) 도서 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

도서 앱 순 이용자 N=459.7만 명, 총 이용 시간 N=11.0억 분, 총 실행 횟수 N=2.4억 회



상세

08) 웹툰/웹소설 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

웹툰/웹소설 앱 순 이용자 N=998.0만 명, 총 이용 시간 N=80.5억 분, 총 실행 횟수 N=15.4억 회



상세

09) 전화 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

전화 앱 순 이용자 N=3662.7만 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 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

사진 앱 순 이용자 N=3721.8만 명, 총 이용 시간 N=54.8억 분, 총 실행 횟수 N=79.8억 회



상세

11) 전자상거래 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 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

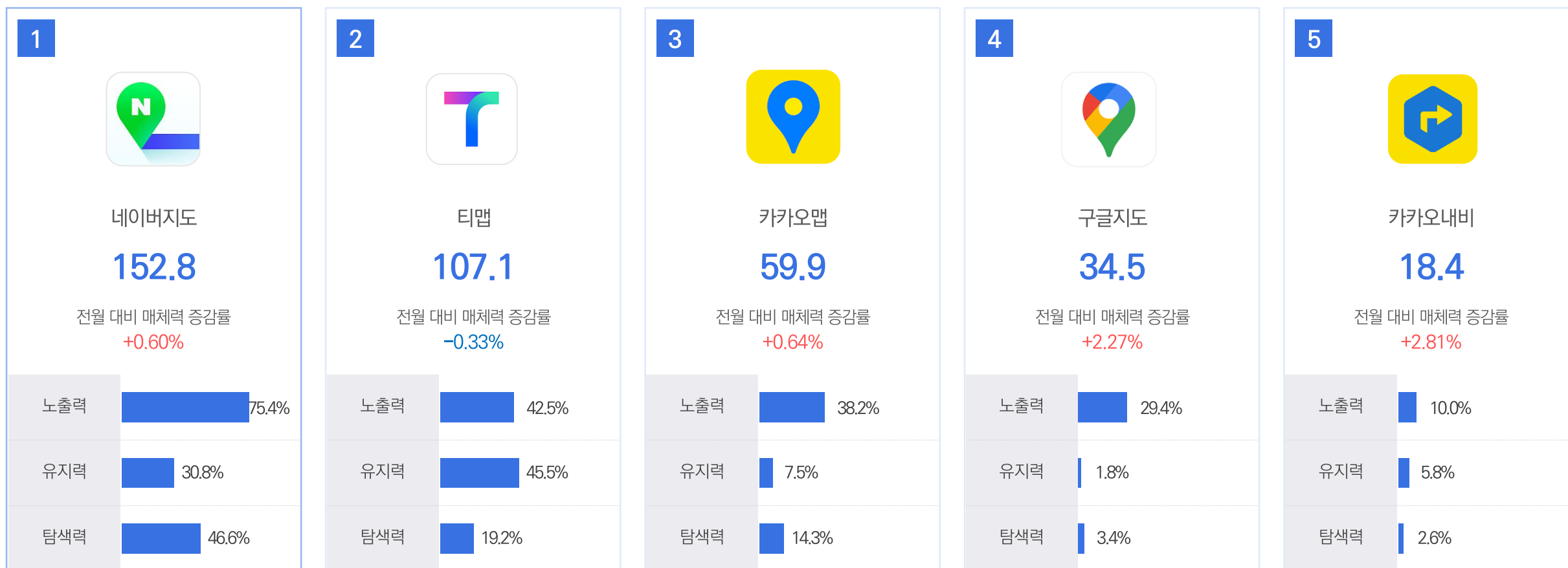
12) 지도/내비게이션 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

지도/내비게이션 앱 순 이용자 N=3213.2만 명, 총 이용 시간 N=89.4억 분, 총 실행 횟수 N=38.0억 회



상세

13) 배달/주문 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*노출력, 유지력, 탐색력은 각순 이용자수, 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

배달/주문 앱 순 이용자 N=2081.6만 명, 총 이용 시간 N=13.6억 분, 총 실행 횟수 N=12.4억 회



상세

14) 맛집추천/예약 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

맛집추천/예약 앱 순 이용자 N=296.5만 명, 총 이용 시간 N=0.3억 분, 총 실행 횟수 N=0.3억 회



상세

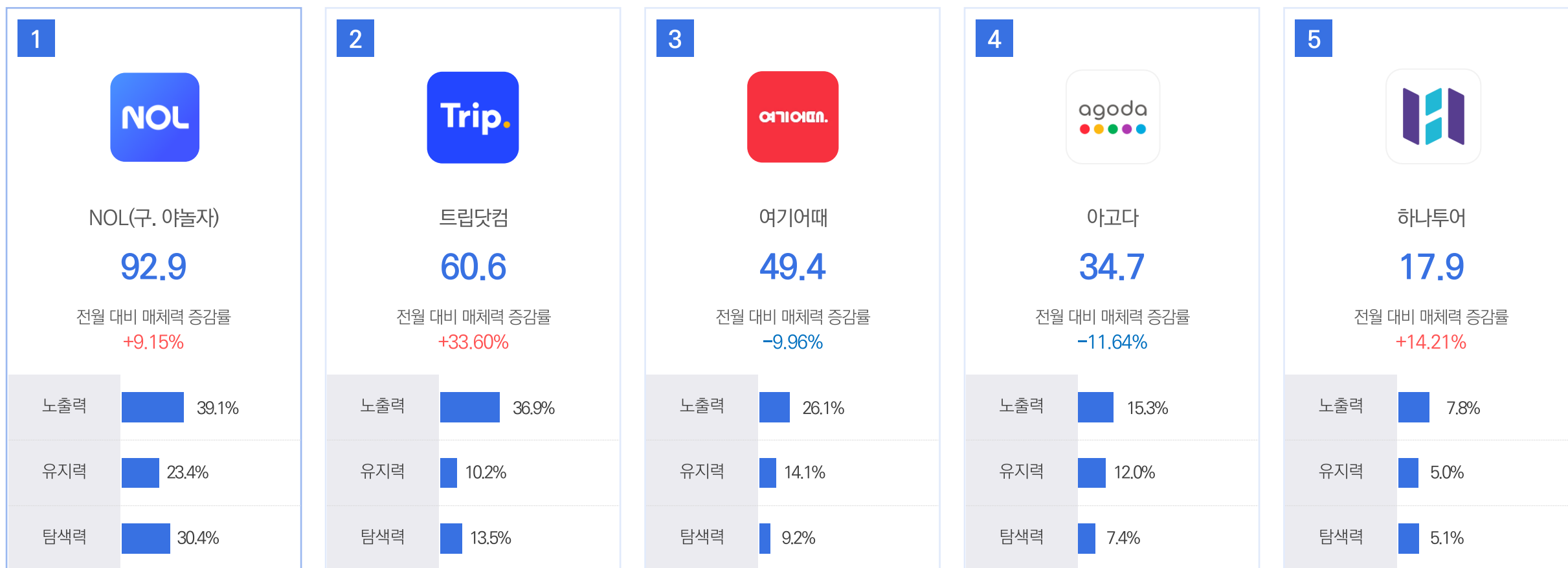
15) 숙박/여행 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

숙박/여행 앱 순 이용자 N=1108.2만 명, 총 이용 시간 N=3.2억 분, 총 실행 횟수 N=3.2억 회



상세

16) 금융 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

금융 앱 순 이용자 N=3571.1만 명, 총 이용 시간 N=315.3억 분, 총 실행 횟수 N=270.9억 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 6월 닐슨코리아 클릭 데이터 기준(안드로이드 OS 기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

부동산 앱 순 이용자 N=678.8만 명, 총 이용 시간 N=1.3억 분, 총 실행 횟수 N=1.0억 회



상세

18) 스포츠 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

스포츠 앱 순 이용자 N=387.0만 명, 총 이용 시간 N=4.4억 분, 총 실행 횟수 N=4.4억 회



상세

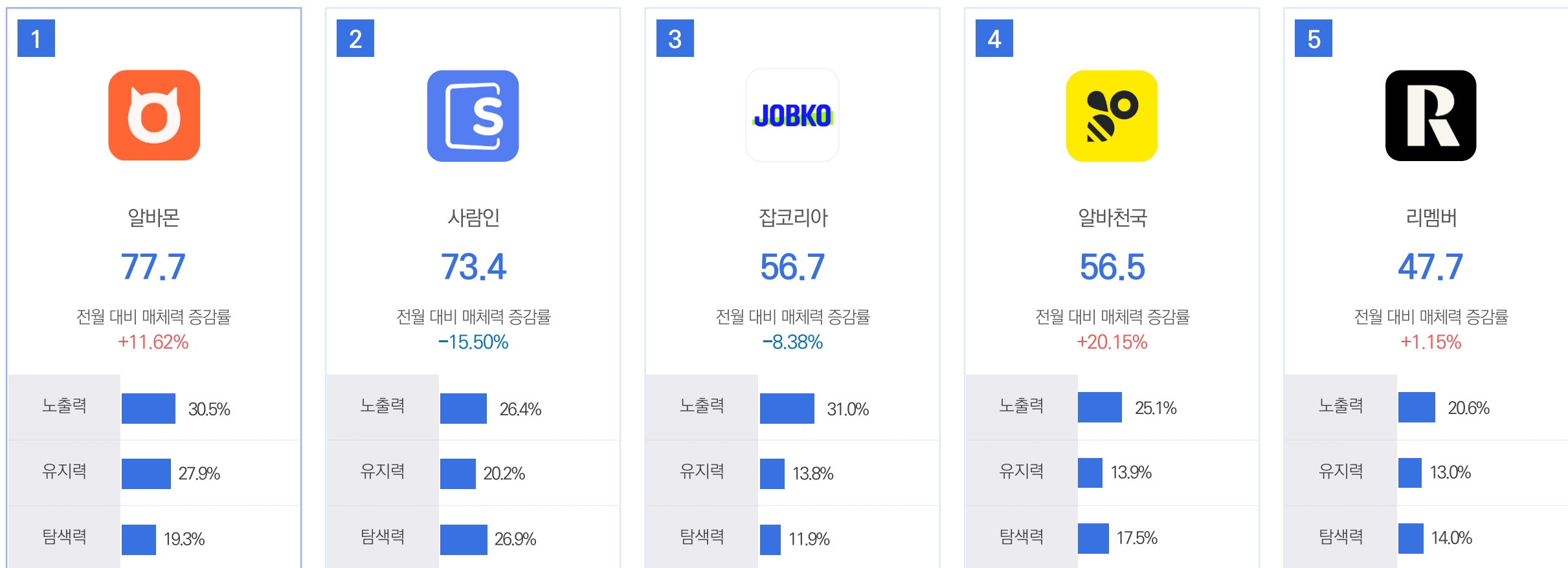
19) 구인/구직 분야 상위 5개 안드로이드 앱 매체력

*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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

구인/구직 앱 순 이용자 N=625.3만 명, 총 이용 시간 N=2.1억 분, 총 실행 횟수 N=1.9억 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 6월 닐슨코리안클릭 데이터 기준(안드로이드OS기준, 추정치로 실제와 다를 수 있음)

멤버십/할인/적립 앱 순 이용자 N=2691.5만 명, 총 이용 시간 N=135.9억 분, 총 실행 횟수 N=174.6억 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.

