

Vol. 299

GLOBAL TREND

미국 업종별 디지털 광고 집행 현황

Index

글로벌 주요 이슈

미국 업종별 디지털 광고 집행 현황

미국 전체 업종별 디지털 광고 집행 현황

미국 업종별 디지털 광고 집행

- (1) 리테일
- (2) 자동차 / 수송
- (3) 금융
- (4) 통신
- (5) CPG(소비재)
- (6) 여행
- (7) 엔터테인먼트
- (8) 헬스케어 / 제약

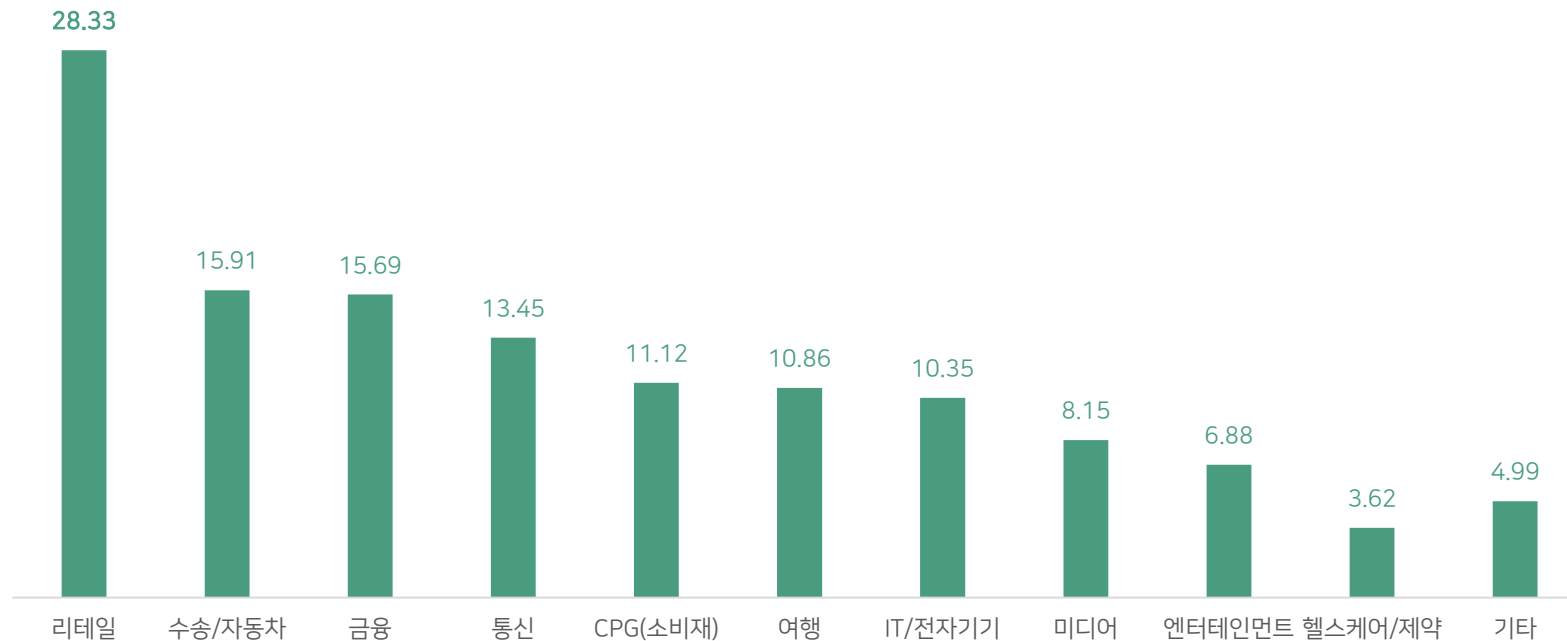
※ 본 자료는 eMarketer 발표 자료를 기반으로 정리 및 재가공한 자료임을 알립니다.

※ 국내 시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다.

미국 전체 업종별 디지털 광고 집행 현황

2019 미국 업종별 디지털 광고 집행 현황

(단위: 십억 달러)



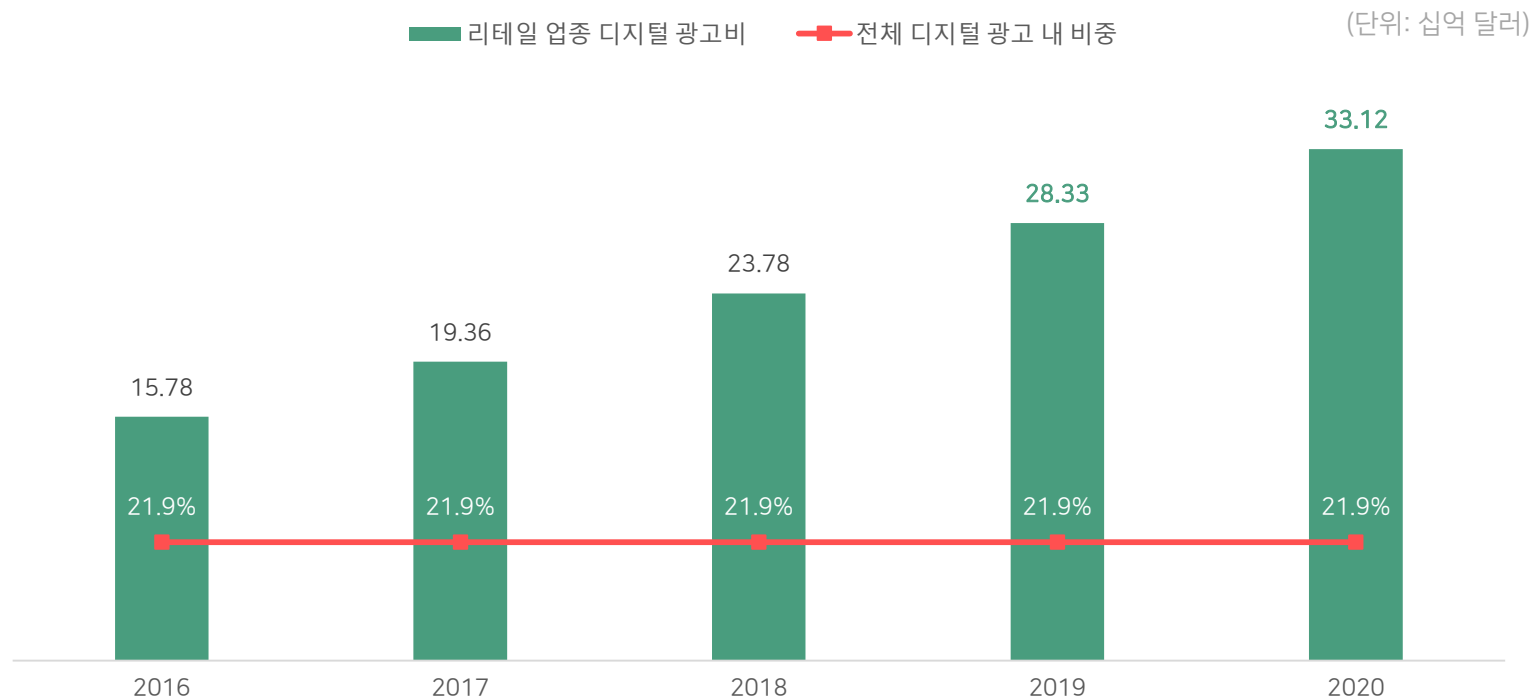
* Source : eMarketer

- 2019년 미국 디지털 광고 시장 규모는 약 1,293억 달러(한화 약 153조 8,000억 원) 규모로 전년 대비 19.1% 성장을 기록
- 업종별 디지털 광고 규모는 리테일 > 수송/자동차 > 금융 > 통신 > CPG(소비재) > 여행 > IT/전자기기 순
- 아마존의 디지털 광고 집행이 전체적인 리테일 업종의 디지털 광고 집행 규모를 견인하고 있는 것으로 보임

미국 업종별 디지털 광고 집행_(1) 리테일



미국 리테일 업종 디지털 광고 집행 추이

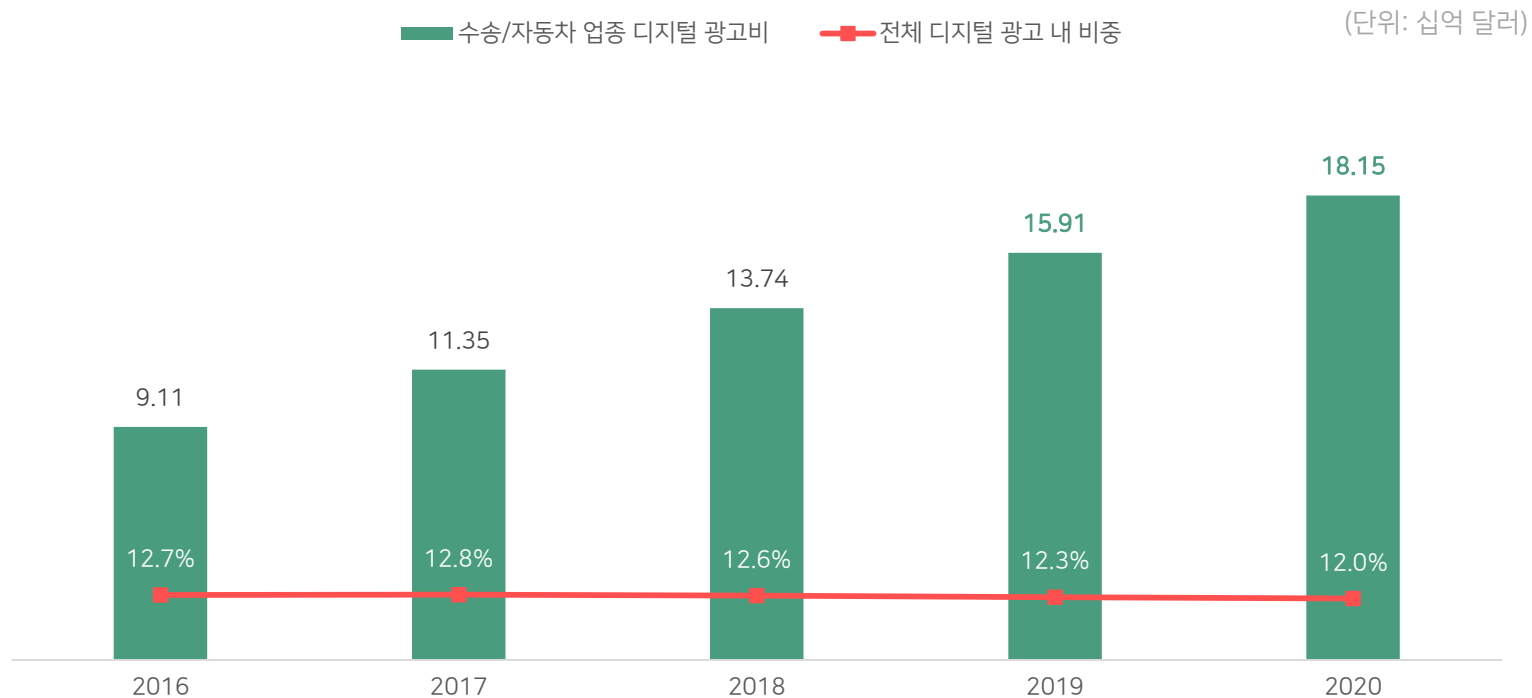


* Source : eMarketer

- 2019년 미국 리테일 업종의 디지털 광고비는 약 283억 달러(한화 약 33조 7천 억 원) 규모로 미국 전체 디지털 광고의 약 21.9% 비중을 차지함
- 리테일 업종의 디지털 광고비는 매년 증가하는 추세를 보이고 있으며 타 업종 대비 가장 높은 광고비와 비중을 기록하며, 미국 내 디지털 광고가 가장 활발한 업종

미국 업종별 디지털 광고 집행_(2) 자동차/수송

미국 자동차/수송 업종 디지털 광고 집행 추이

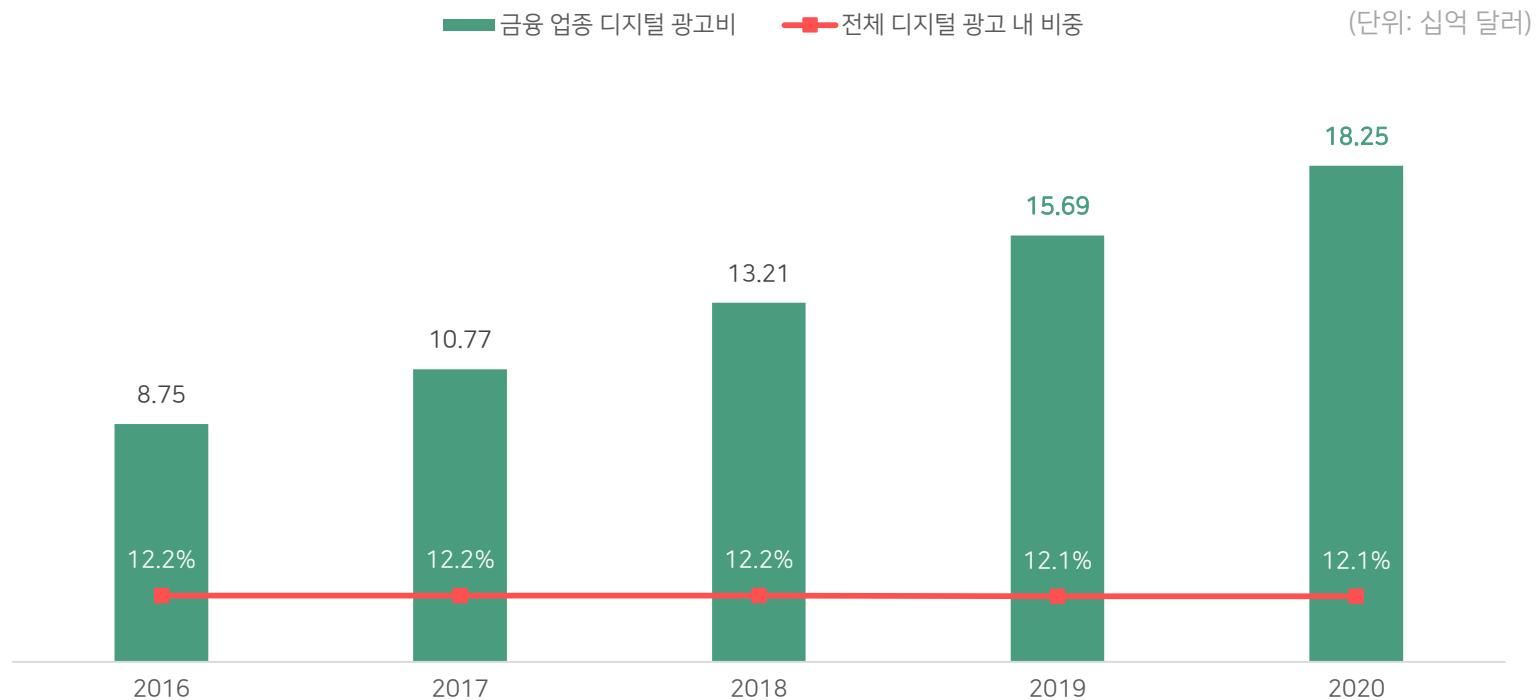


* Source : eMarketer

- 2019년 미국 자동차/수송 업종의 디지털 광고비는 전년 대비 15.8% 성장한 약 159억 달러(한화 약 19조 원) 규모로 전체 디지털 광고의 12.3% 비중을 차지함
- 미국 자동차/수송 업종의 디지털 광고는 영상 광고의 집행이 전년 대비 약 21.7% 성장을 기록하며 자동차/수송 업종의 디지털 광고 성장을 견인하고 있음

미국 업종별 디지털 광고 집행_(3) 금융

미국 금융 업종 디지털 광고 집행 추이

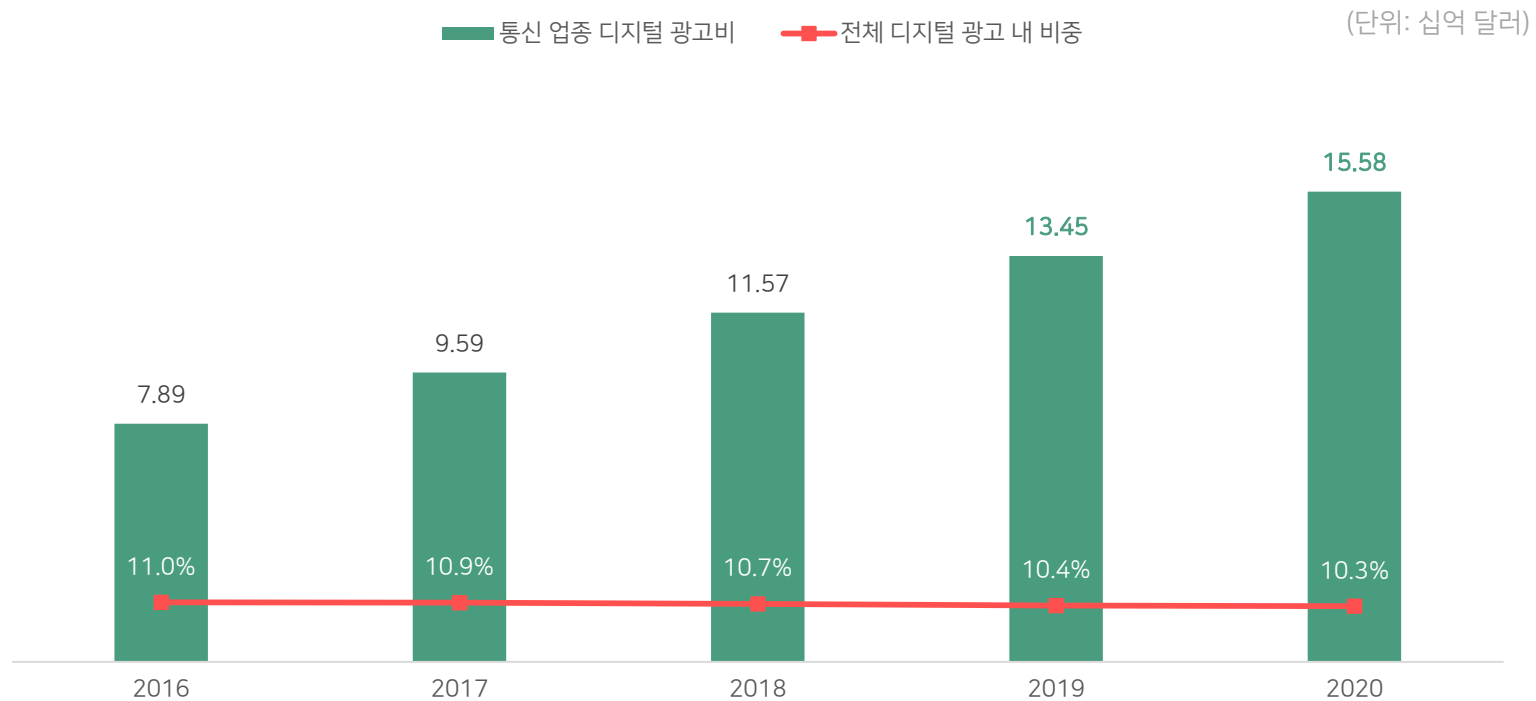


* Source : eMarketer

- 2019년 미국 금융 업종 디지털 광고비는 약 157억 달러(한화 약 18조 7천 억 원) 규모로 전년 대비 18.8% 성장을 기록함
- 금융 업종의 디지털 광고는 검색 광고와 모바일 광고를 중심으로 성장을 기록하고 있음(검색 광고 성장률 -21.2% / 모바일 광고 성장률 -23.3%)
- 다양한 금융 상품의 검색과 비대면 상품 개설의 확대에 의해 검색과 모바일 중심의 디지털 광고 집행이 확대되고 있는 것으로 보임

미국 업종별 디지털 광고 집행_(4) 통신

미국 통신 업종 디지털 광고 집행 추이

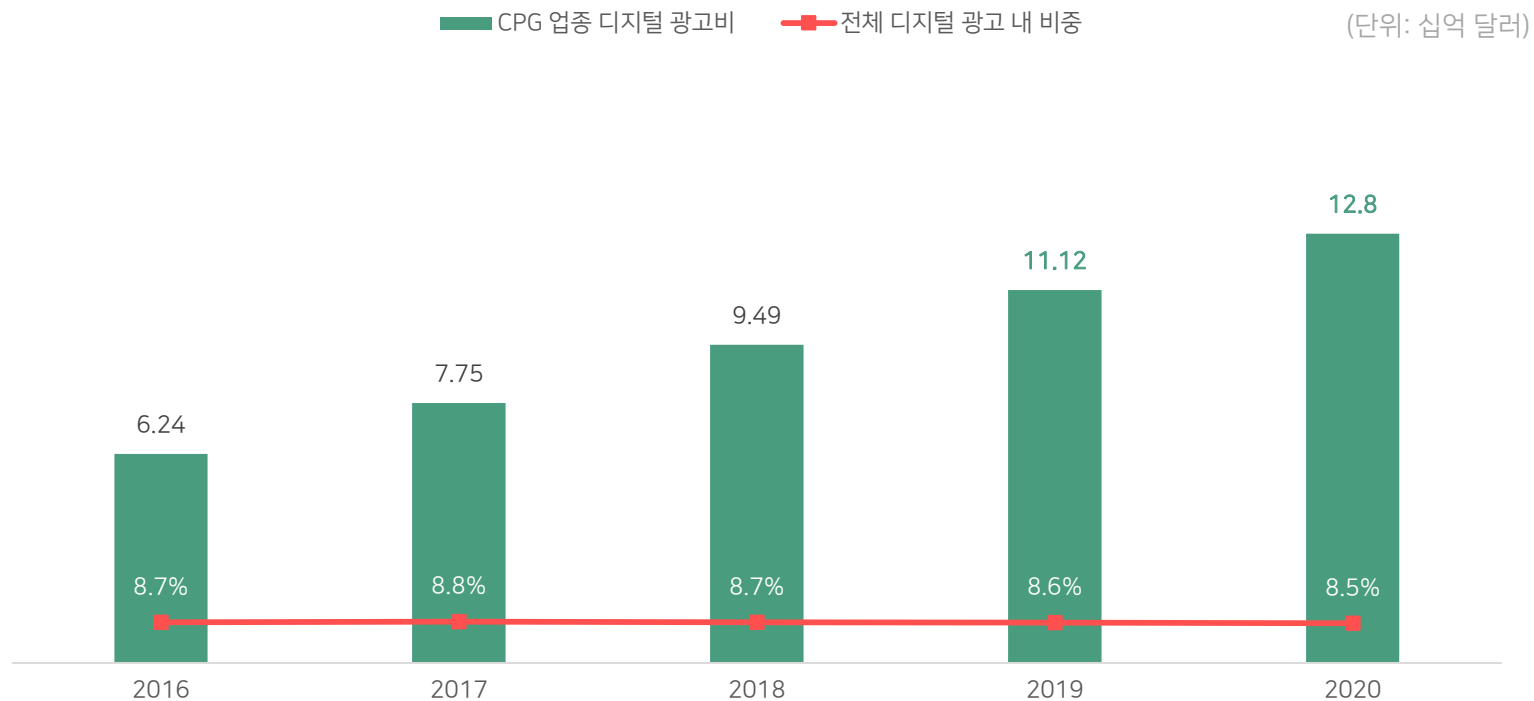


* Source : eMarketer

- 미국 통신 업종의 2019년 디지털 광고비는 약 134억 달러(한화 약 15조 9,192억 원) 규모로 전년 대비 16.2% 성장을 나타냄
- 통신 업종의 디지털 동영상 광고는 전년 대비 약 23.1% 성장을 기록하며, 통신 업종 디지털 광고 성장을 견인하고 있는 것으로 보임

미국 업종별 디지털 광고 집행_(5) CPG(소비재)

미국 CPG(소비재) 업종 디지털 광고 집행 추이



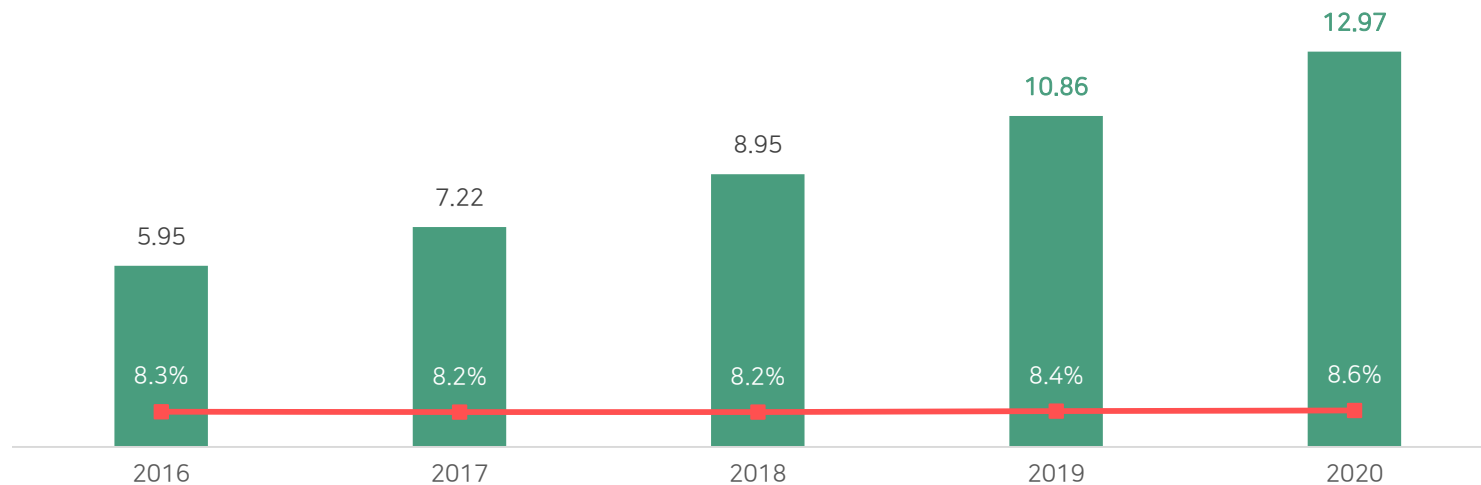
* Source : eMarketer

- 2019년 미국 CPG(소비재) 업종의 디지털 광고비는 약 111억 달러(한화 약 13조 1,800억 원) 규모로 전년 대비 약 17.3% 성장한 것으로 나타남
- 소비재 업종의 경우 소비자가 제품 구매 시 검색을 통한 접근이 많아 디지털 광고 집행 규모도 검색 광고의 성장률(전년 대비 27.6% 증가)이 높게 나타남

미국 업종별 디지털 광고 집행_(6) 여행

미국 여행 업종 디지털 광고 집행 추이

■ 여행 업종 디지털 광고비 ■ 전체 디지털 광고 내 비중 (단위: 십억 달러)

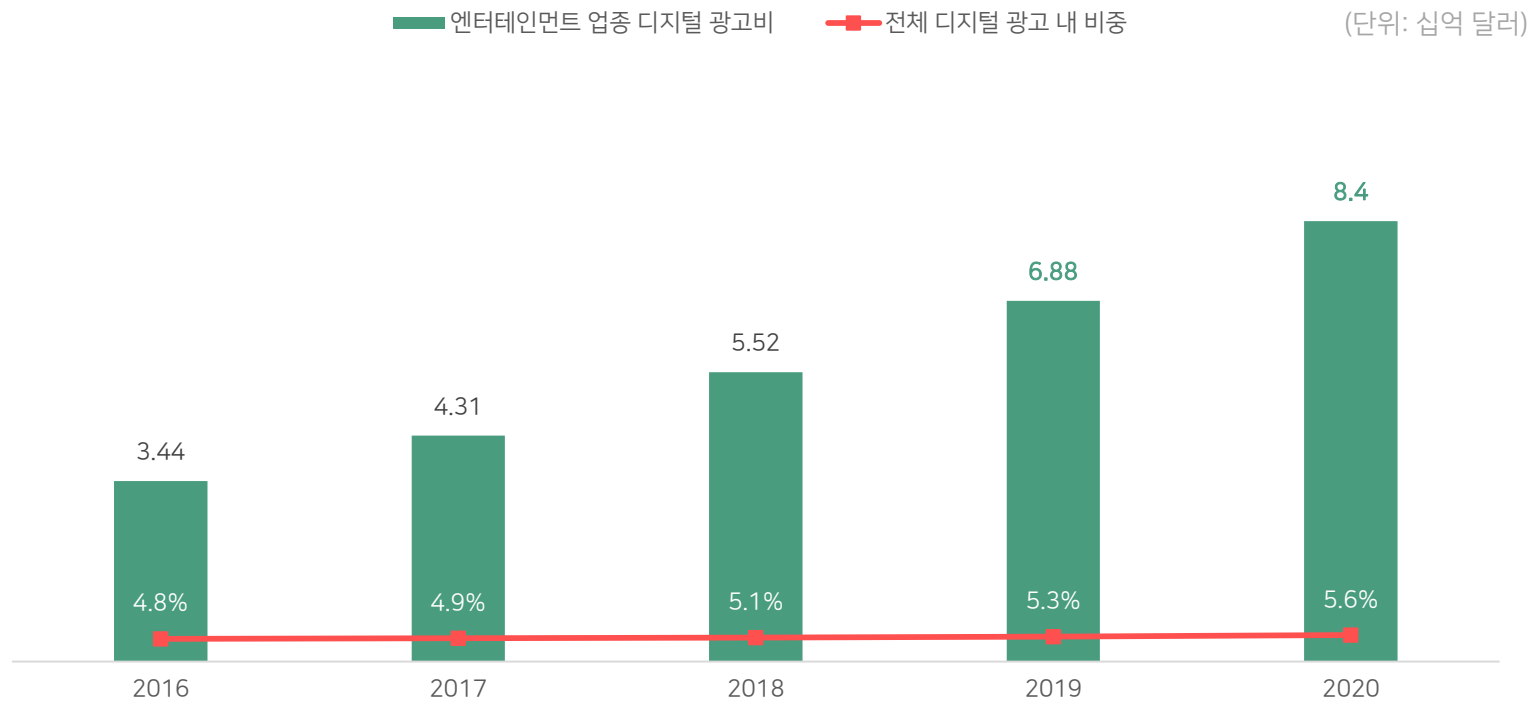


* Source : eMarketer

- 미국 여행 업종의 2019년 디지털 광고비는 약 108억 달러(한화 약 12조 8천 억 원) 규모로 전년 대비 약 21.4% 성장을 나타냄
- 2019년 여행 업종은 산업 규모의 성장으로 인한 경쟁 확대로 관련 사업자들의 시장 점유율 확대를 위한 디지털 마케팅 예산 증대가 눈에 띄어
- 여행 업종의 디지털 광고비 가운데 검색 광고의 비중은 53.7%로 타 업종 대비 검색 광고 집중률이 높게 나타남

미국 업종별 디지털 광고 집행_(7) 엔터테인먼트

미국 엔터테인먼트 업종 디지털 광고 집행 추이

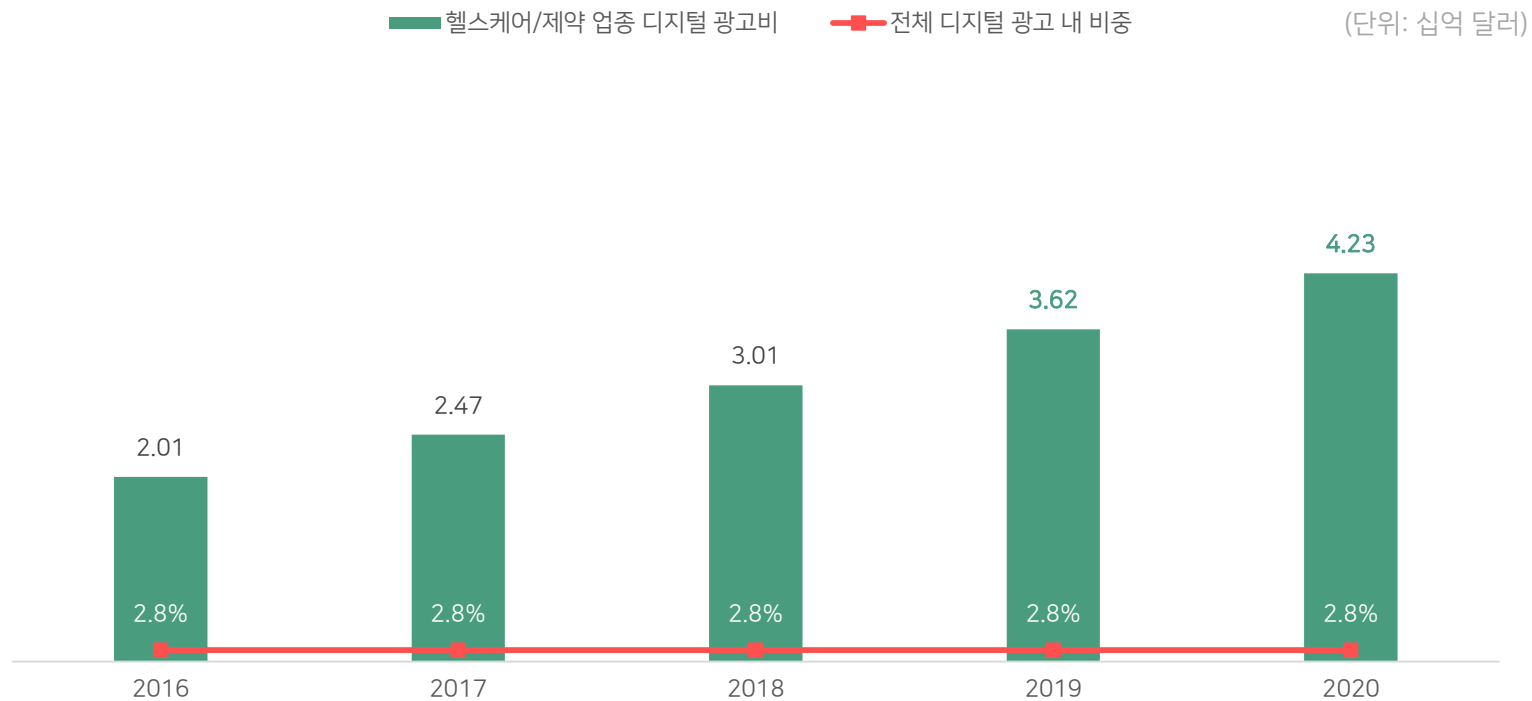


* Source : eMarketer

- 2019년 미국의 엔터테인먼트 업종의 디지털 광고비는 약 69억 달러(한화 약 8조 원) 규모로 전년 대비 24.7% 성장을 기록함
- 디지털 비디오, 게임 플랫폼 간의 경쟁 및 음악 및 영화 산업의 매출 증가로 엔터테인먼트 업종의 디지털 광고비 투자는 지속적으로 확대해 나가는 추세
- 엔터테인먼트 업종 디지털 광고의 약 60% 이상이 모바일 광고에 집중되어 있음

미국 업종별 디지털 광고 집행_(8) 헬스케어/제약

미국 헬스케어/제약 업종 디지털 광고 집행 추이



* Source : eMarketer

- 2019년 미국 헬스케어/제약 업종의 디지털 광고비는 약 36억 달러(한화 약 4조 2,700억 원)로 성장하고 있으나, 타 업종 대비 광고비 지출 규모는 작은 편
- 헬스케어/제약 업종의 광고비 지출 규모가 작은 이유는 처방약 광고를 제한하는 FDA 규제 및 광고 데이터 정보 보호 준수법의 영향인 것으로 보임

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청