

Global Trend Report



North America

1. 북미 미리보기

- ① 시장 현황과 특징
- ② 인구와 특성
- ③ 지역별 특성 – 미국
- ④ 지역별 특성 – 캐나다
- ⑤ 북미 마케팅 시즌

2. 북미 디지털 시장

- ① 북미 디지털 사용 행태
- ② 디지털 광고 현황 – 미국 & 캐나다
- ③ 디지털 광고 시장 전망 (유형, OTT, 어드레서블 TV, 동영상 광고)
- ④ 인기 소셜미디어
- ⑤ 이커머스 & 플랫폼
- ⑥ 북미 주요 매체 소개

북미 미리보기

- ① 시장 현황과 특징
- ② 인구와 특성
- ③ 지역별 특성 - 미국
- ④ 지역별 특성 - 캐나다
- ⑤ 북미 마케팅 시즌

01

시장 현황과 특징

북미는 글로벌 진출 시, 아주 매력적인 시장 – 전체 인구 약 3.7억, 거대한 경제 규모와 높은 소득수준
모바일 보유율 및 인터넷 보급률이 매우 높아 디지털 관련 비즈니스에 유리



미국

USA



인구 수

3억 3,000만 명

북미 최대, 세계 3위

3,758만 명

세계 39위

인구 수

국내 총 생산

\$20조 5,130억

세계 1위

\$1조 7,337억

세계 10위

국내 총 생산

1인당 GDP

\$64,770

전체 국가 중 8위

\$46,420

전체 국가 중 17위

1인당 GDP

모바일 사용인구

3억 5,320만 명

전체 인구 대비 107%

3,623만 명

전체 인구 대비 96%

모바일 사용인구

인터넷 유저 수

2억 8,810만 명

인터넷 보급률 87%

3,532만 명

인터넷 보급률 94%

인터넷 유저 수

캐나다



Canada



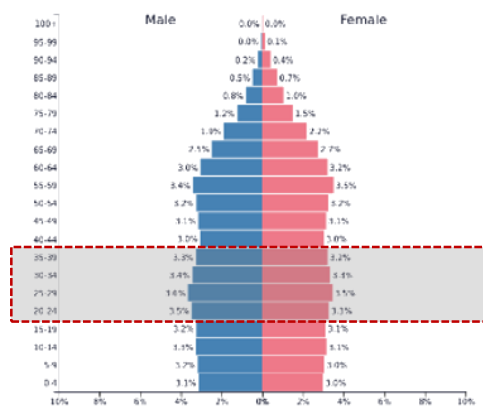
인구와 특성



- > 전체 인구 중 유색인종 비중이 39% / **젊은 연령층과, 히스패닉 비중 높음**
- > 전체 인구 중 유색인종 비중이 22% / **고령인구와 아시안계 비중 높음**

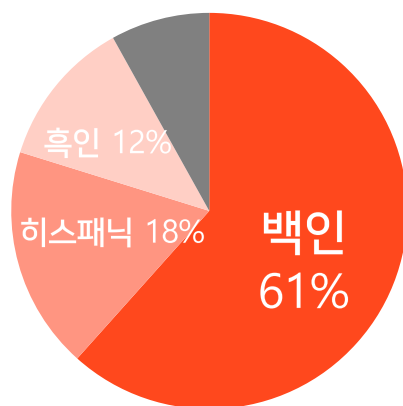
미국 인구 특성

연령 별 인구 분포



20-39 젊은 연령층 인구 비중 높음
청년층 인구비중 높아 안정적 경제 부양 전망

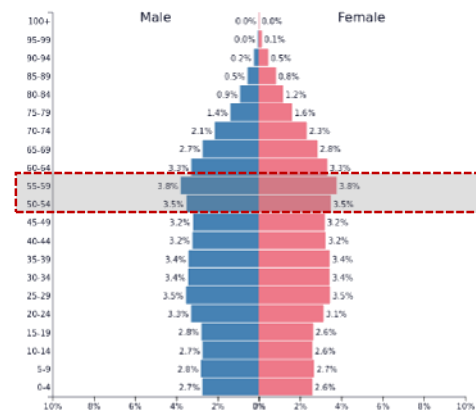
인종 별 인구 분포



유색인종 인구 비중 39%
미국인 5명 중 1명은 히스패닉

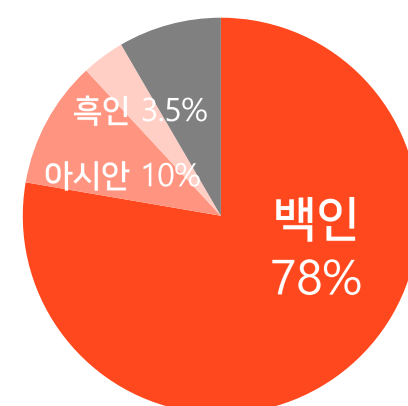
캐나다 인구 특성

연령 별 인구 분포



50-54 연령대 가장 높은 비중 차지
베이비부머 세대 은퇴 후 노동인구 감소 전망

인종 별 인구 분포

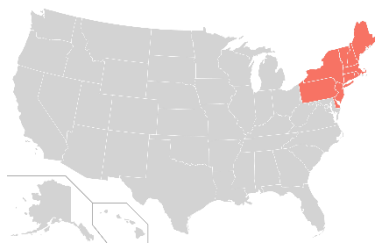


유색인종 인구 비중 22.3%
아시안인 비중 가장 높음

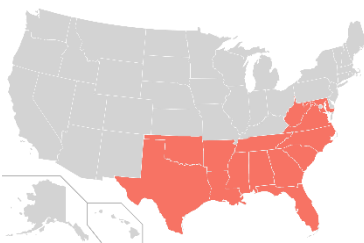
지역별 특성 – 미국

미국은 넓은 영토로 인해 각 지역별로 소득 수준, 인종 구성비, 교육 수준 등의 편차가 있음
크게 북동부, 남부, 서부, 중서부 지역으로 나뉘며, 지역 타겟팅 시 각 지역별 특성 고려 필요

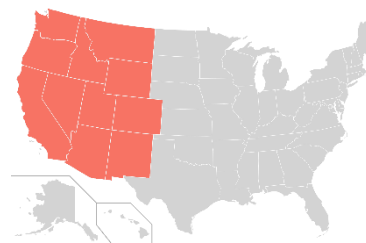
미국 지역별 주요 특성



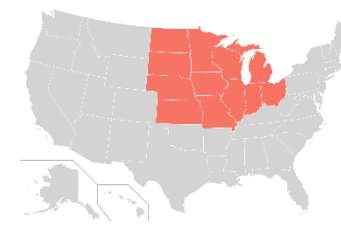
북동부 지역Northeast



남부 지역South



서부 지역West



중서부 지역Midwest

주요도시	뉴욕, 보스턴, 필라델피아	애틀랜타, 마이애미	LA, 샌프란시스코, 시애틀, 라스베이가스	시카고, 디트로이트, 세인트 루이스
인구(비중)	인구 56M (17.2%)	인구 124M (38.1%)	인구 78M (23.8%)	인구 68M (20.9%)
소득수준	1인당 연간소득 가장 높음 (NY \$35K)	1인당 연간소득 가장 낮음 (MS \$22K)	해안지역 주 위주로 소득수준 높음	미국 평균 수준
연령대	고령 인구 비중 높음 (17~20%)	젊은 층 비중 높음 (이민자 영향)	젊은 층 비중 높음 (이민자 영향)	-
인종구성	중동, 아시아, 남미 등 다양한 인종 구성	백인 및 흑인 인구 비중 가장 높음	히스패닉, 아시아 인구 비중 가장 높음	이민자 비중 가장 낮음
교육수준	석사 이상 학위 이수율 가장 높음	고등교육 이수율 가장 낮음	-	고등교육 이수율 가장 높음
주요 산업	금융, 문화, 중공업	제조업, 농업	IT, 문화	농업, 제조업
주요 특징	다양한 문화가 공존, 우수 인재 집중	보수적인 문화	사회운동의 중심, 여유로움	내륙에 있어 해외문화 영향 적게 받음

지역별 특성 – 캐나다

인구가 적은 북부를 제외하고 크게 서부와 동부로 구분되며,
동부 지역을 중심으로 주요 대도시가 발달, 미국 인접 지역을 중심으로 인구가 밀집되어 있음

캐나다 지역별 주요 특성



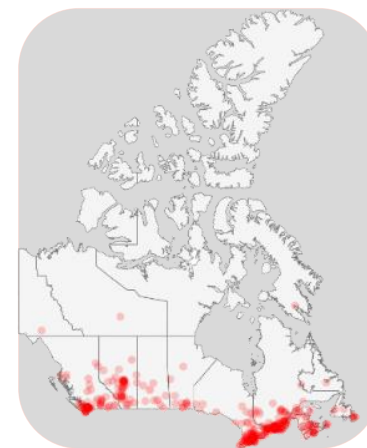
서부 지역 West



동부 지역 East

주요도시	밴쿠버, 캘거리, 빅토리아	토론토, 몬트리올
인구 특성	태평양 연안에 집중	캐나다 인구 절반 이상 거주
인종구성	아시아인 비중 높음	다양한 국적의 이민자 비중 높음
경제적 특성	-	서부 대비 소득수준 높음
주요 산업	1차 산업, 서비스 산업	제조업, 금융업
주요 특징	-	불어 병용, 프랑스계 커뮤니티 발달

cf. 캐나다 인구 밀집도

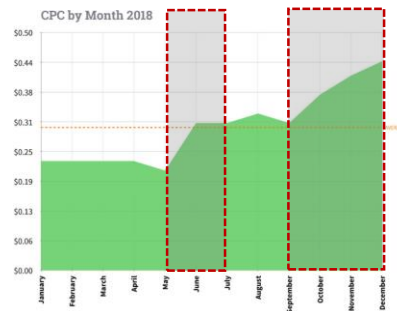


- 미국 국경을 중심으로 인구 밀집
- 북부지역은 캐나다 영토의 1/3 차지하
나,
인구 수는 캐나다 전체의 1/300 수준

북미 마케팅 시즌

6-7월과 10-12월 광고시장의 급격한 성장이 두드러지며, 특히 블랙 프라이데이 및 크리스마스 시즌 소비가 증가함

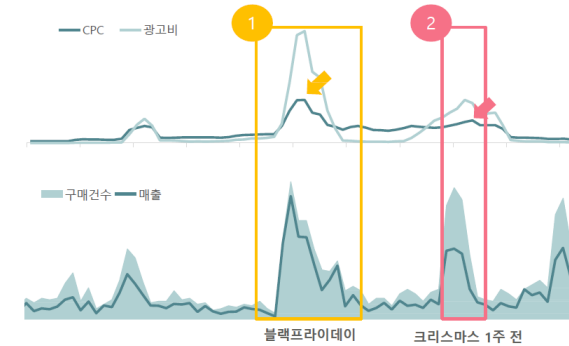
2018 Facebook 광고 CPC 추이



2019 온라인 광고 부문 수익 추이



2018 연말 광고 관련 지표



6-7월 및 10월-12월 광고 지출 증가

연말 이벤트 시즌에 구매 발생 집중



비수기 - 모수 확장
(휴면/신규유저 방문 유도)

성수기 - 전환 극대화
(마케팅 예산 집중)

북미 마케팅 시즌

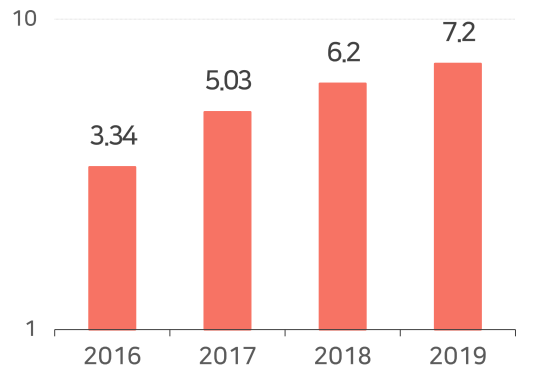
블랙 프라이데이 - 연중 가장 큰 쇼핑 시즌, 미국 연간 소비의 약 20% 차지

아마존 프라임 데이 - 아마존의 연례행사로 경쟁사들도 동참하여 하반기 세일 시즌으로 발전

블랙 프라이데이

- 2019 해당 기간 블랙 프라이데이 매출은 사상 최대 규모인 74억 달러 기록
- 오프라인 매장 직접구매에서 온라인 구매로 소비패턴 변화 중 - 온라인 판매 연 10% 이상 성장

중

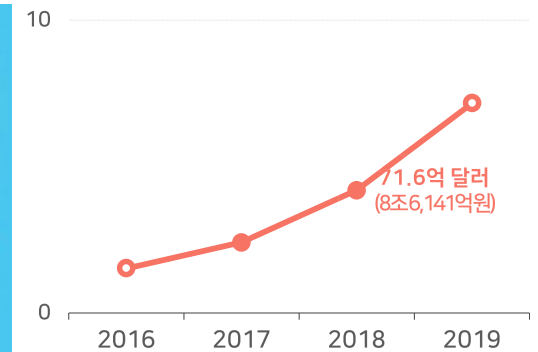


(단위: billion (USD))

블랙 프라이데이 매출

아마존 프라임 데이

- 7월 중, 단 36시간만 진행되는 아마존 프라임 회원 대상 파격적인 할인행사
- '19. 7월 행사에서 1.75억 개 이상 제품 팔리며 글로벌 매출 약 8.6조 원 기록



아마존 프라임 데이

아마존 프라임 데이 매출

북미 디지털시장

- ① 북미 디지털 사용 행태
- ② 디지털 광고 현황 – 미국 & 캐나다
- ③ 디지털 광고 시장 전망 (유형, OTT, 어드레서블 TV, 동영상 광고)
- ④ 인기 소셜미디어
- ⑤ 이커머스 & 플랫폼
- ⑥ 북미 주요 매체 소개

02

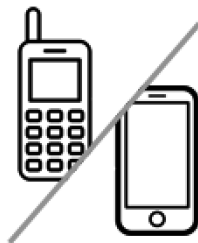
북미 디지털 사용 행태

북미 전체 휴대폰 보유율 매우 높으며, 그 중 89% 이상이 스마트폰 보유
일 평균 약 6시간 이상 인터넷을 사용하는 등 디지털 환경에 익숙한 편

모바일 사용 인구



휴대폰 보유 여부



인터넷 사용 인구



일 평균 인터넷 사용 시간



SNS 사용 인구



3억 5,320만 명

총 인구 대비 107%

휴대폰 보유율
스마트폰 보유율

92%

90%

2억 8,810만

인터넷 보급률 87%

6시간 42분

동영상 시청, SNS 위주

2억 3,000만

총 인구 대비 70%



3,623만 명

총 인구 대비 96%

휴대폰 보유율
스마트폰 보유율

91%

89%

3,532만

인터넷 보급률 94%

5시간 53분

동영상 시청, SNS 위주

2,500만

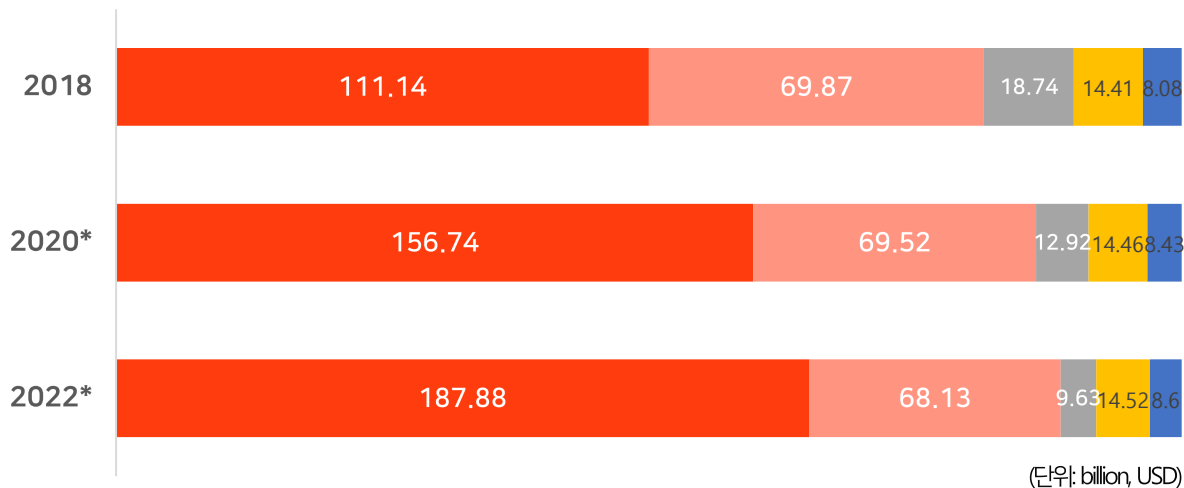
총 인구 대비 67%

미국 디지털 광고 현황 – 미국

2020 미국 총 광고비 예상 규모는 **약 2,630억 달러로 2022년까지 2,895억 달러 규모로 성장 전망되었으나, 코로나 사태 이후 감소하는 추세로 전환하였으며, 디지털의 경우 전통 매체 대비 감소 폭이 적은 것으로 보임**

미국 광고 매체 별 시장규모 및 전망(코로나 이전)

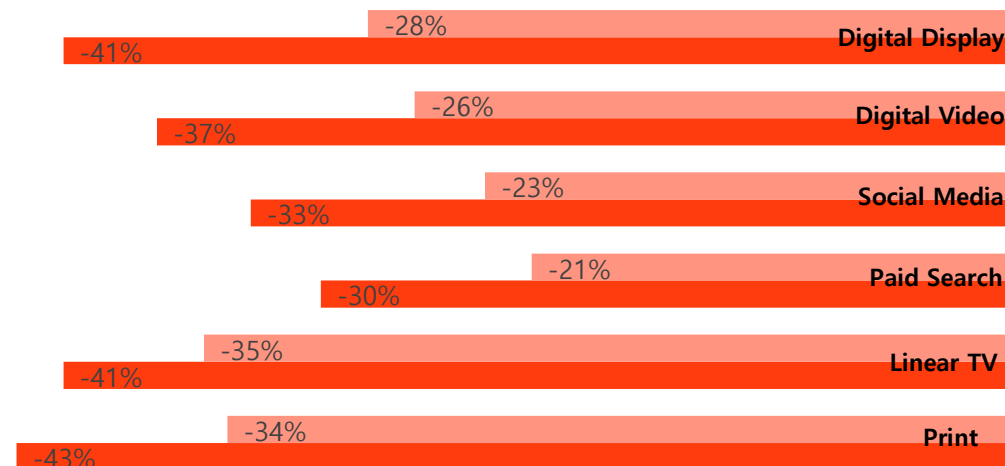
■ 디지털 ■ TV ■ 프린트 ■ 라디오 ■ 옥외



디지털 광고 비중의 지속적인 확대/성장과
전통 매체의 광고 비중이 축소될 것으로 예상

코로나 이후 채널별 광고비 감소(vs. 기존 예산)

■ 5월/6월 ■ 3/4월



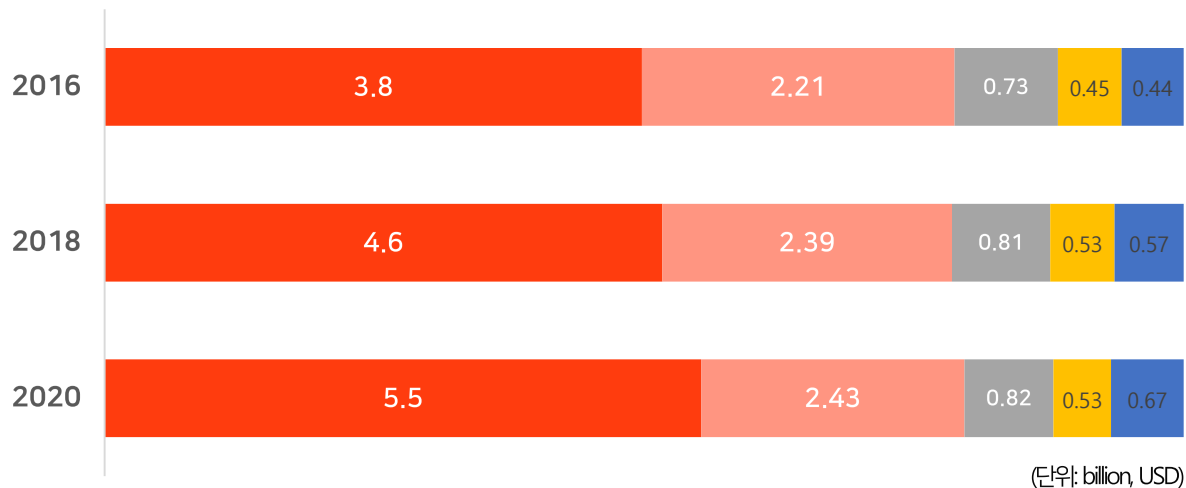
코로나 사태 이후로 광고비 급격하게 감소 추세
3-6월 디지털 광고비 33% ▼ 전통 매체 39% ▼
(IAB 설문 조사)

■ 디지털 광고 현황 – 캐나다

2020년 캐나다 총 광고비는 105억 달러 규모 기록과 **사상 처음으로 디지털 광고 비중이 전통 매체를 넘을 것으로 예상되었으나**, 코로나 사태 이후 대부분의 브랜드, 에이전시 광고비 축소 계획으로 불투명한 상황

캐나다 광고 매체 별 시장규모 및 전망(코로나 이전)

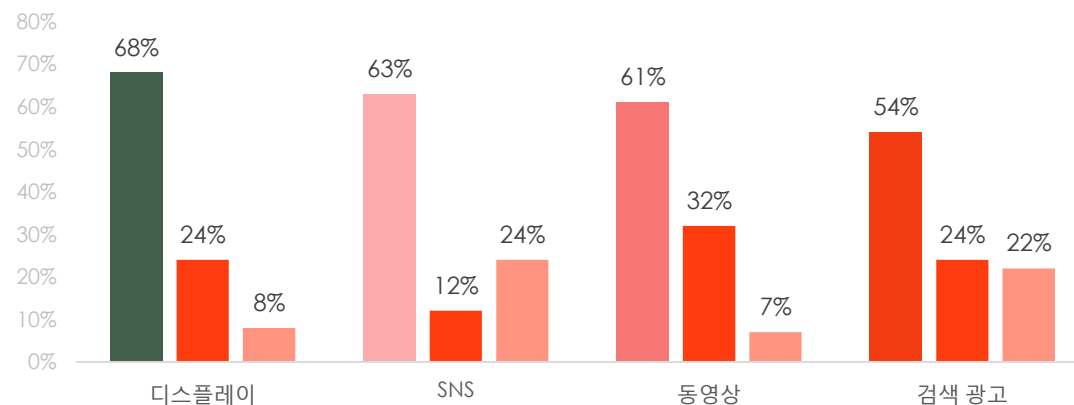
■ 디지털 ■ TV ■ 프린트 ■ 라디오 ■ OOH



디지털 매체 광고 비용이 전체 시장 성장을 견인
잡지·라디오 기존 규모 유지 / TV·OOH 광고비 ▲ / 신문 광고비 ▼

코로나 이후 채널 별 광고비 조정

■ 광고 예산 감소, 중단, 연기 ■ 변동 없음 ■ 예산 증액

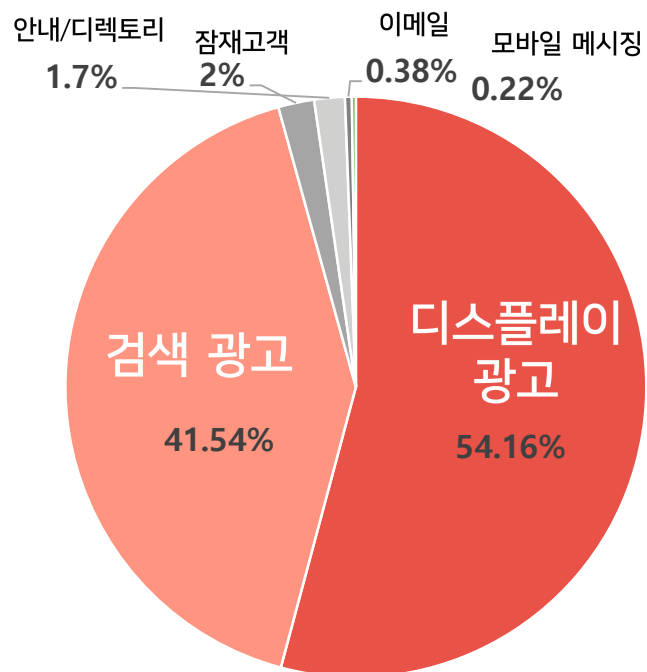


코로나 사태 이후로 대부분 채널 광고비 감소나
일정 연기를 할 예정이라고 대답한 담당자 다수

디지털 광고시장 전망 – 유형별 비중 & 전망

미국 디지털 광고 시장은 디스플레이 > 검색 > 기타 순으로 비중이 높으며,
디스플레이 광고 카테고리에서는 동영상 부문이 전체 시장의 성장을 견인할 것으로 전망

2019 미국 디지털 광고비 유형별 점유율



eMarketer 2019, February (2019)

검색광고/디스플레이광고 비중 높음
(PC + Mobile 전체)

미국 디지털 광고비 유형별 연간 추이

구분	2019	2020	2021	2022	2023
디스플레이	\$ 70.06	\$ 81.38	\$ 92.53	\$ 100.71	\$ 107.91
- 동영상	\$ 36.01	\$ 42.58	\$ 49.02	\$ 53.99	\$ 58.39
- 배너 및 기타	\$ 25.94	\$ 30.20	\$ 34.23	\$ 37.12	\$ 39.70
- 리치미디어	\$ 5.28	\$ 5.44	\$ 5.85	\$ 6.00	\$ 6.10
- 스폰서십	\$ 2.84	\$ 3.16	\$ 3.44	\$ 3.60	\$ 3.72
검색	\$ 53.73	\$ 63.90	\$ 73.31	\$ 80.43	\$ 87.15
잠재고객 마케팅	\$ 2.59	\$ 2.84	\$ 3.05	\$ 3.15	\$ 3.24
안내/디렉토리 광고	\$ 2.19	\$ 2.34	\$ 2.49	\$ 2.53	\$ 2.56
이메일	\$ 0.49	\$ 0.55	\$ 0.61	\$ 0.65	\$ 0.68
모바일 메시징	\$ 0.28	\$ 0.28	\$ 0.29	\$ 0.29	\$ 0.29
Total	\$ 129.34	\$ 151.29	\$ 171.29	\$ 187.77	\$ 201.83

* 온라인 및 모바일 광고비

** 페이스북 뉴스 피드 광고, 트위터 광고 트윗 등 포함

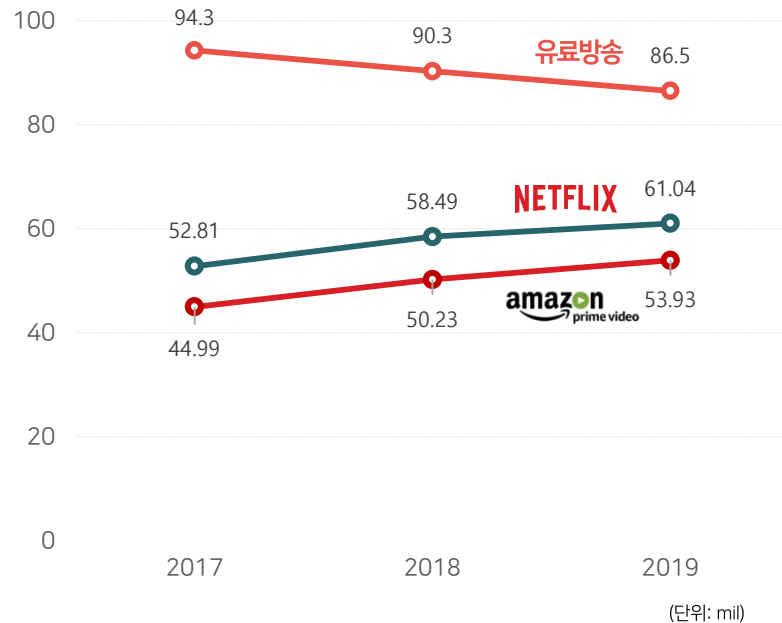
*단위: billions (USD)

검색 광고와 디스플레이 광고 위주로
전체 디지털 광고비 매년 성장 전망

디지털 광고시장 전망 - 콘텐츠 스트리밍

인터넷 기반으로 저렴한 가격에 방송 콘텐츠를 소비하는 OTT 시장 성장 > 유료방송/케이블방송 가입자 수 감소
Netflix, Amazon Prime Video 등의 대표 콘텐츠 스트리밍 서비스가 시장 성장 주도

미국 방송 서비스 가입자 수



전통 유료방송 채널 가입자 수 ▼ / Netflix, 아마존 가입자 수 ▲

북미 주요 OTT 매체

<넷플릭스>

NETFLIX

북미지역 점유율 1위의 대표 OTT 서비스

- 오리지널 콘텐츠 강화로 OTT 스트리밍 시장 선도
- 요금제; Basic: 월 \$7.99 / Standard: 월 \$10.99 / Premium: 월 \$13.99

<아마존프라임비디오>

amazon prime video

아마존 회원 기반으로 탄탄한 유저층 보유한 OTT 서비스

- 아마존닷컴에서 서비스 중인 영상 스트리밍 서비스
- 요금제; 월 \$5.99

<기타 OTT 매체>



YouTube Premium

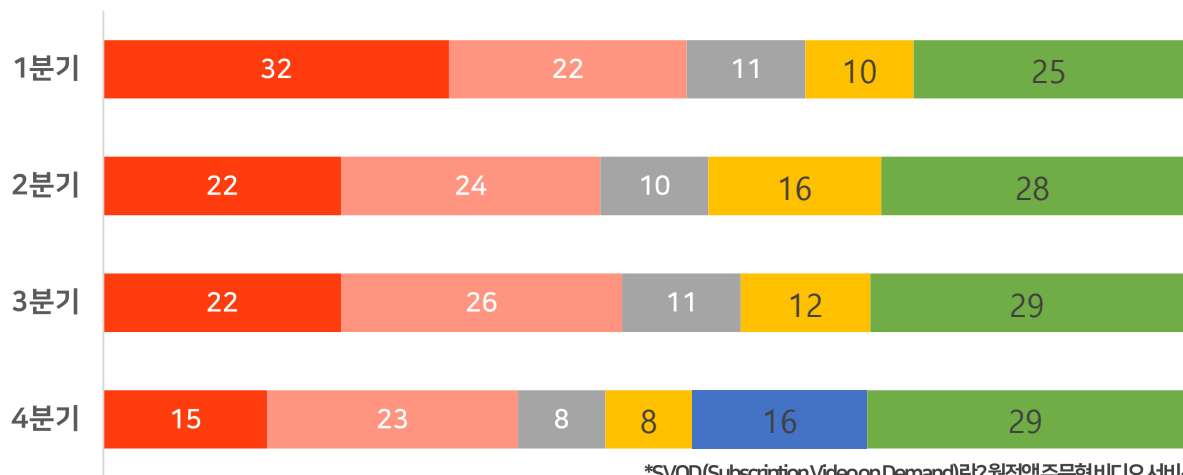
hulu HBO NOW CBS ALL ACCESS¹
Crave

디지털 광고시장 전망 - 콘텐츠 스트리밍 시장

코로나로 인한 미디어 소비 증가와 전통 매체 -> 디지털 미디어 소비 트렌드가 OTT 시장 성장을 견인
넷플릭스, 훌루, 아마존에 이어 디즈니까지 합세하며 시장 점유율 경쟁 심화

2019년 분기별 미국 SVOD 수익 점유율

■ 넷플릭스 ■ 유튜브 ■ 훌루 ■ 아마존 비디오 ■ 디즈니 플러스 ■ 기타

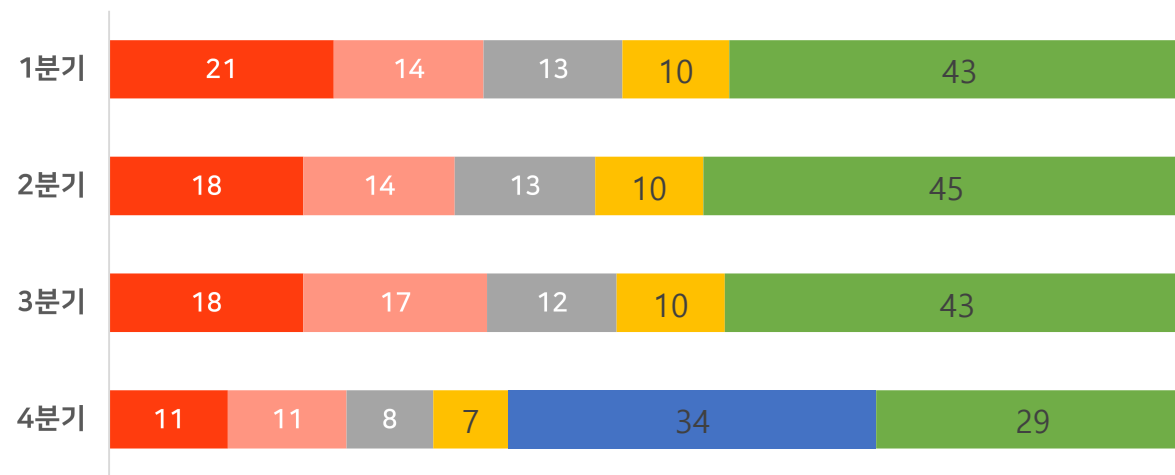


*SVOD(Subscription Video on Demand)란? 월정액 주문형 비디오 서비스

4분기 넷플릭스, 아마존 비디오 수익 점유율 ▼ / 디즈니 플러스 16% ▲

2019년 분기별 미국 SVOD 다운로드 점유율

■ 넷플릭스 ■ 유튜브 ■ 훌루 ■ 아마존 비디오 ■ 디즈니 플러스 ■ 기타



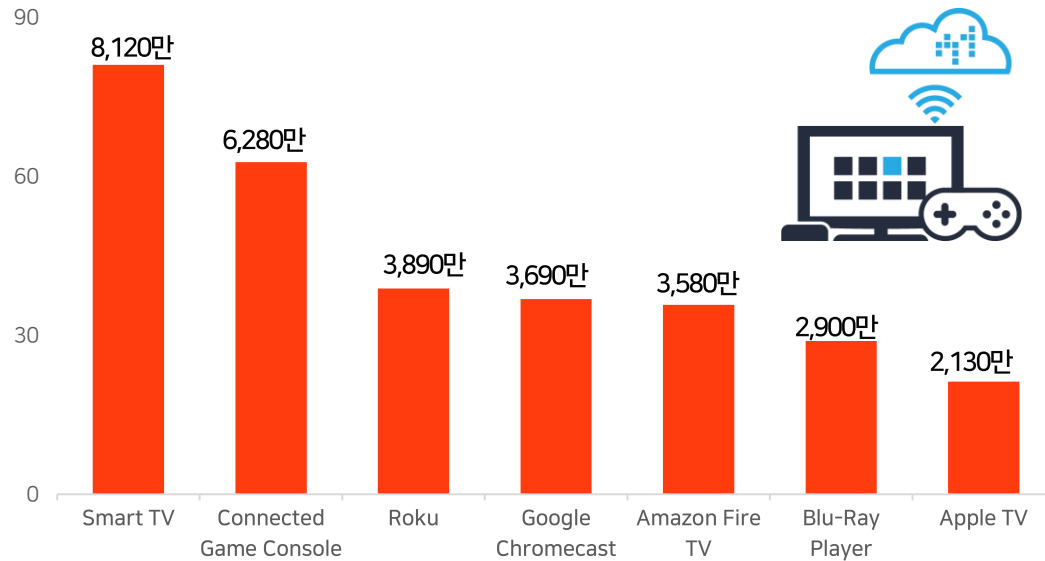
'19년 11월 디즈니 플러스 미국 시장 출시 이후, 4분기
 다운로드 점유율 34% 차지하며, 점유율 증가 추세

디지털 광고시장 전망 - 어드레서블 TV 광고

북미 기존 TV광고는 아날로그 방식으로 세부 타겟팅에 있어 제한적이었으나,
정교화된 타겟팅이 가능한 **Connected TV** 이용자가 증가하면서 **어드레서블 TV광고비** 또한 빠르게 성장하고 있음

미국 Connected TV 이용자 수

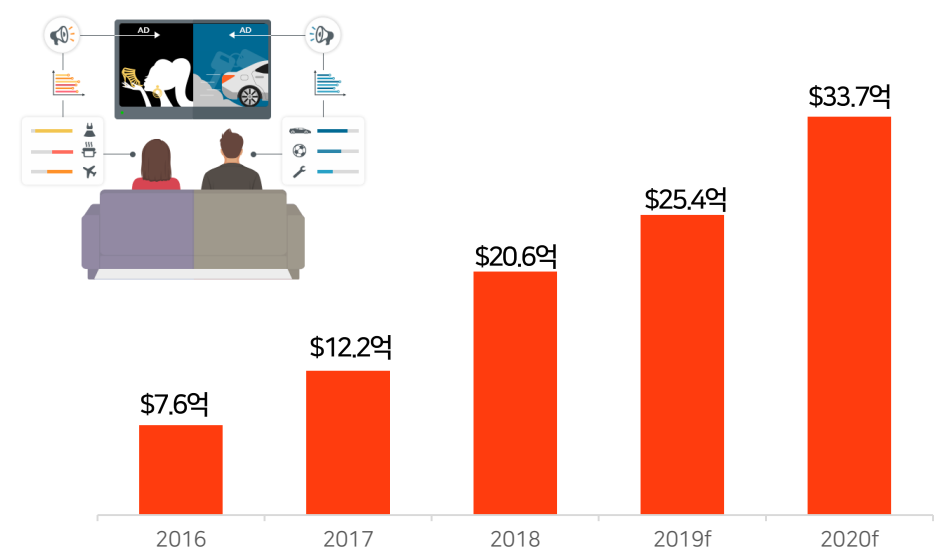
- Connected TV: 인터넷을 통해 VOD, 게임, 검색, SNS 기능을 쌍방향으로 활용할 수 있는 서비스



미국 내 전체 1억 8,260만 가구가 Connected TV 보유

미국 어드레서블 TV 광고비

- 어드레서블 TV 광고: 데이터에 기반한 TV 광고 구매 및 송출이 가능한 프로그래매틱 TV (Programmatic TV)의 하위 개념으로, 가구별 타겟 광고를 내보낼 수 있는 최신 광고 기술

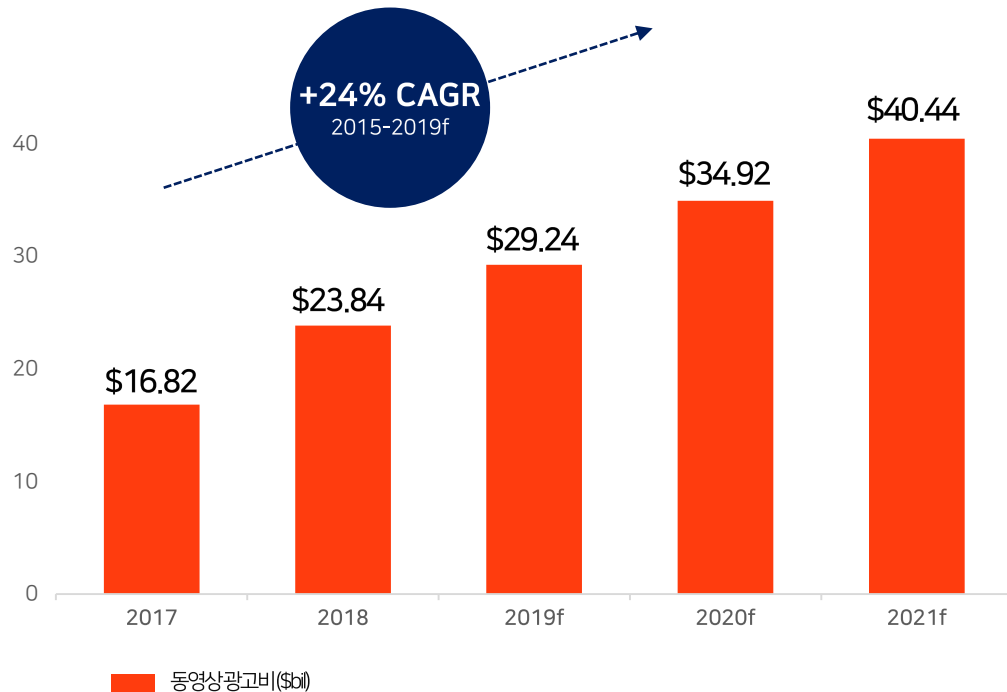


2020년 어드레서블 TV 광고시장 33억 달러 규모 전망

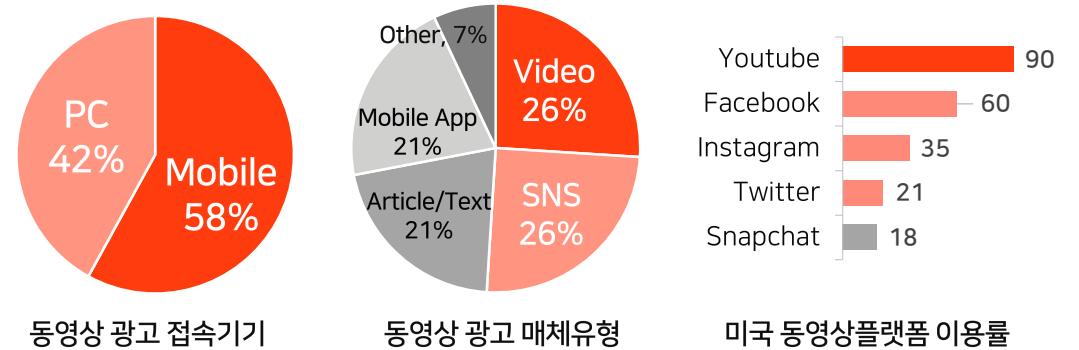
디지털 광고시장 전망 - 동영상 광고

동영상 시장 규모 역시 매년 빠르게 성장 중이며,
특히, 미국인들이 주로 동영상을 시청하는 플랫폼은 유튜브, 페이스북, 인스타그램 순으로 나타남

미국 동영상 광고비



미국 동영상 광고 주요 특징



Youtube 프리롤 동영상 광고

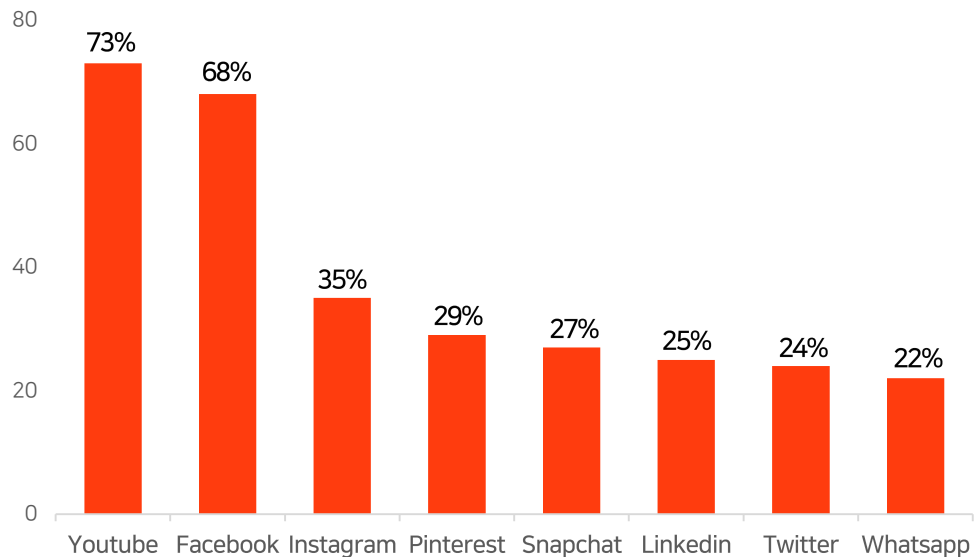


Twitter 인스트림 동영상 광고

인기 소셜미디어

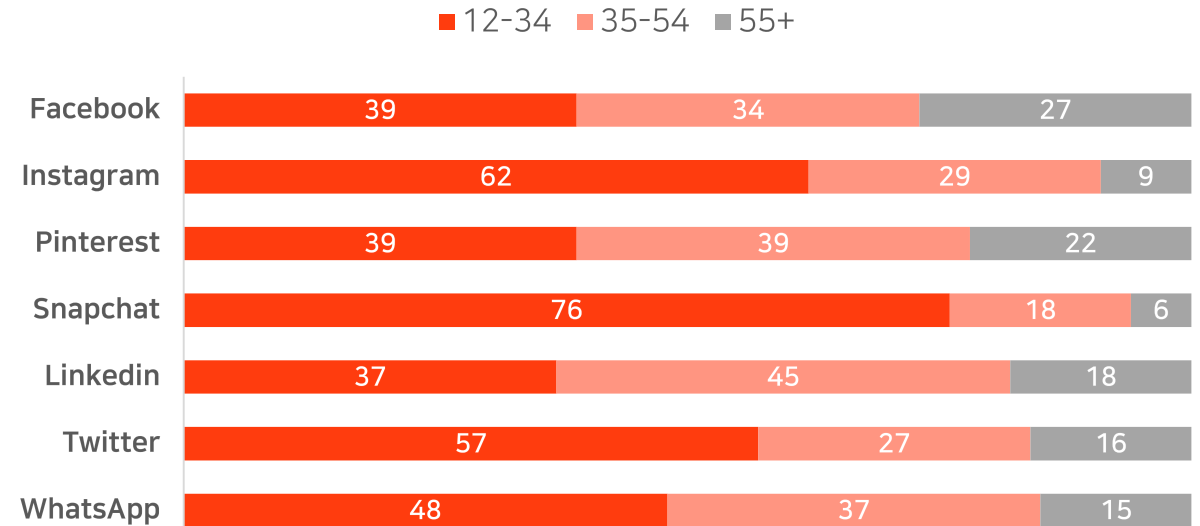
글로벌 미디어 유튜브와 페이스북 이용률은 북미에서도 역시 가장 높지만,
12~34세 이용자들은 인스타그램, 스냅챗, 트위터를 더 선호!

인기 소셜미디어 플랫폼



유튜브 · 페이스북 이용률 가장 높음

인기 소셜미디어 이용자 연령대

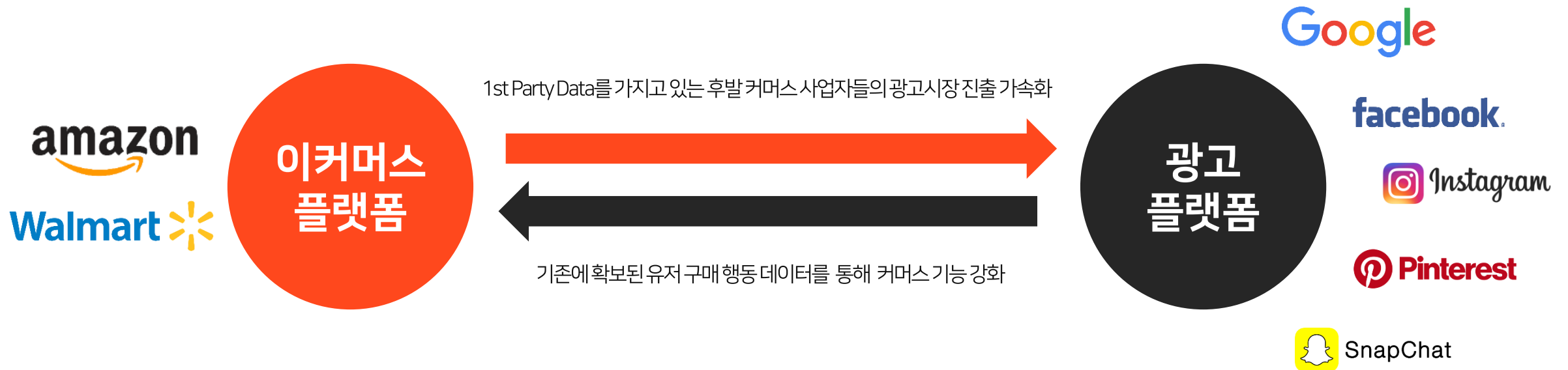


인스타그램 · 스냅챗 · 트위터, 12-34연령대 이용자비중 50% ↑

이커머스 & 플랫폼

발 빠르게 변화하는 미디어 환경에 따라 이커머스와 광고 플랫폼 간의 경계가 무너지고 새롭게 진화중
대표적으로 광고 사업을 확장하는 아마존과, 인스타그램의 커머스 진출!

이커머스 광고 시장 진출 사례



북미 주요 매체

매체별, 관심사, 구매행동 등 다양한 타겟팅 방식이 가능한 글로벌 Top Media들로 북미시장 내 정교한 타겟팅을 통해 효율적인 광고 집행이 가능

강력한 매체력 기반

자사 플랫폼의 매체력을 바탕으로 높은 효율의 광고 집행 가능

facebook

Facebook Ads

풍부한 매체력과 모바일 중심의 이용패턴으로 모바일 마케팅에 최적화된 글로벌 미디어

Google
Display Network

Google Display Network

구체적인 광고 목표 설정이 가능하며 고도화된 잠재고객 타겟팅이 가능한 네트워크 매체

Apple
Search Ads

Apple Search Ads

사용자의 검색과 연관성이 높은 앱을 앱스토어 상단에 노출시켜 앱 인스톨 극대화

SNS 기반

SNS 사용자 데이터를 활용한 커스텀 오디언스 타겟팅

facebook

twitter



SnapChat

ACCUITY

리마케팅

다양한 노출 지면으로부터 받은 유저 데이터를 통해 전환율 극대화

facebook

Google
Display Network

criteo

동영상 기반

다양한 디지털 동영상 인벤토리를 활용한 광고 집행

YouTube

Mobile Video Ads Network



APPLOVIN



ADCOLONY

ironSource



LIFTOFF

Taptica

In-app Video Ads

Chartboost

Vungle

unity Ads

북미 주요 매체 _ Amazon / Pinterest

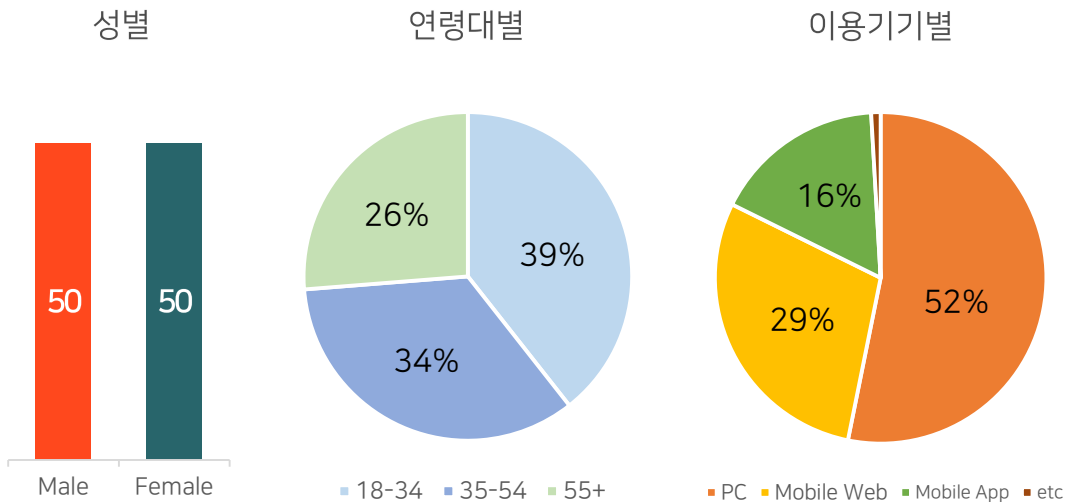
아마존 : 강력한 전자상거래 플랫폼 기반으로 광고 매체로서 빠르게 성장 중, 자체적으로 Amazon DSP 운영
 핀터레스트 : 원하는 이미지를 마음대로 스크랩하고 다른 이용자와 공유하는 SNS, 여성 사용자에게 특히 인기

Amazon 매체



최근 가장 빠르게 성장 중인 광고 플랫폼, Amazon
 미국 전체 상거래 49% 점유하는 최대 전자상거래 사이트

Amazon 이용자 주요 데이터

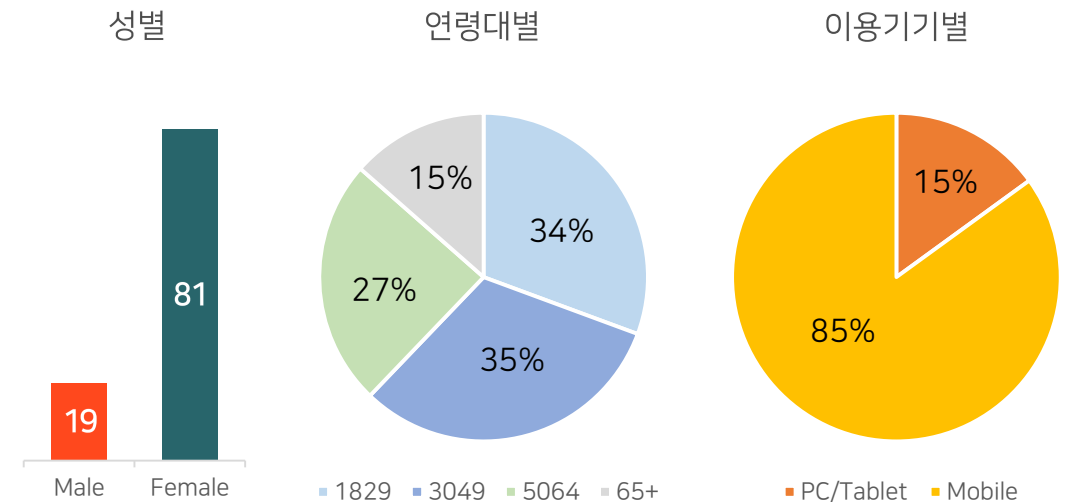


Pinterst 매체



여성 사용자에게 인기 많은 소셜미디어, Pinterest
 미국의 25-54대 여성의 83%이 이용하는 SNS

Pinterest 이용자 주요 데이터



북미 주요 매체 _ Snapchat / LinkedIn

스냅챗 : 어린 10-20대를 중심으로 큰 인기를 얻고 있는 이미지 · 동영상 공유형 SNS
링크드인 : 비즈니스 인맥 기반 SNS 매체로, 비즈니스와 관련된 다양한 타겟팅 옵션 활용 가능

Snapchat 매체

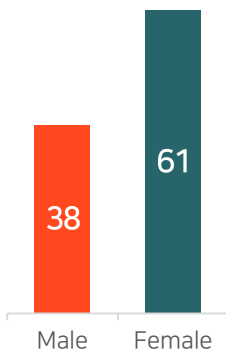


어린 연령층이 주로 사용하는 SNS, Snapchat

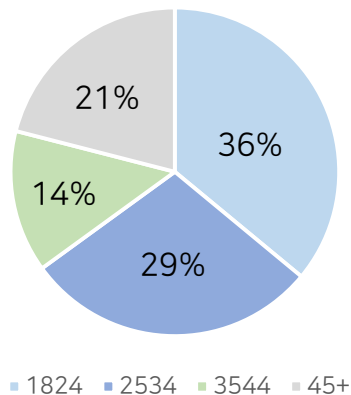
이용자 2/3이 18-34의 젊은 연령층 유저

Snapchat 이용자 주요 데이터

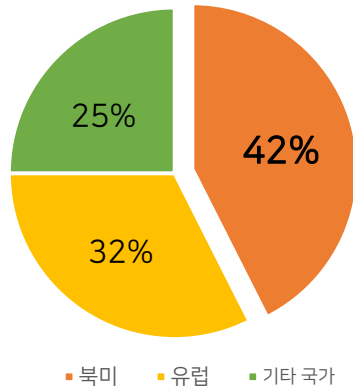
성별



연령대별



국가별 트래픽



LinkedIn 매체

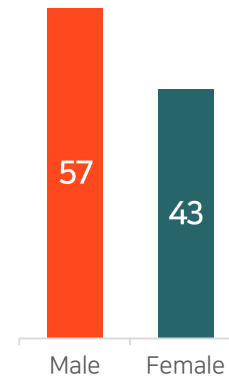


비즈니스인들의 SNS, LinkedIn

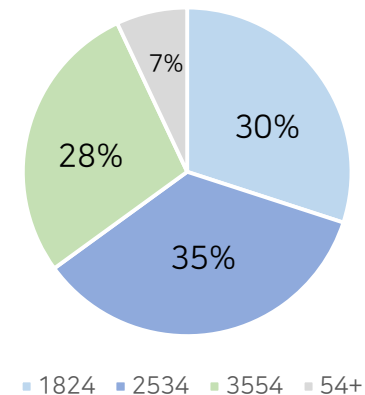
대학교 졸업자(51%) 및 사무직 직업군 비중이 높은 SNS

LinkedIn 이용자 주요 데이터

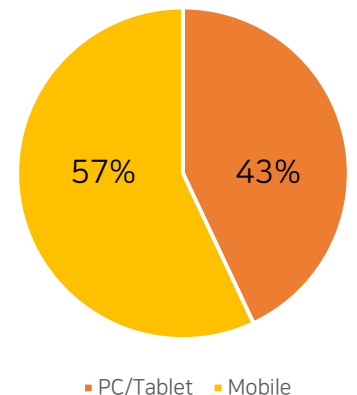
성별



연령대별



이용기기 별



북미 주요 매체 _Twitch

트위치 : 실시간 게임 스트리밍에서는 유튜브보다 더 높은 일일 사용자를 보유하고 있는 게임 플랫폼
(트위치 50만 > 유튜브 30만)

Twitch 매체

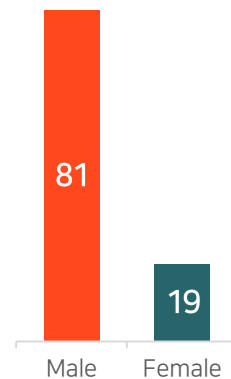


실시간 게임 스트리밍 플랫폼, Twitch

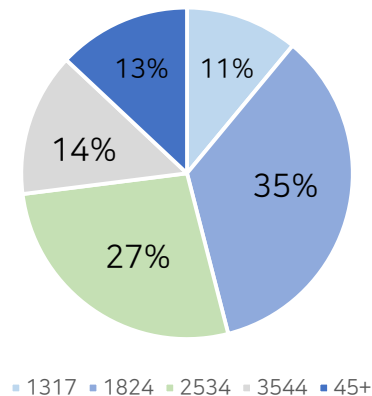
남성 위주 충성도 높은 이용자 (매주 20시간 게임영상 시청)

Twitch 이용자 주요 데이터

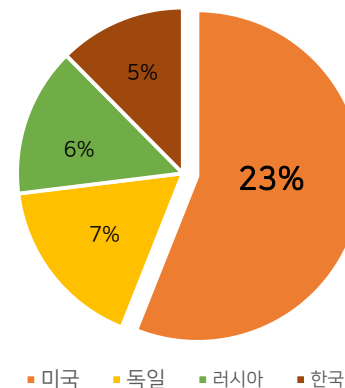
성별



연령대별



국가별 트래픽 Top 4



2020, 06 Global Trend Report _ North America

Thank You

Global Marketing No.1 nasmedia Your Best Partner

더 많은 북미 관련 광고/마케팅 자료는
globalm@nasmedia.co.kr