

Vol. 293

GLOBAL TREND

미국 영상 서비스 이용 현황

Index

글로벌 주요 이슈

미국 영상 서비스 이용 현황

Traditional TV

- 이용 현황
- 연령별/시간대별 이용률
- 디바이스 동시 이용 행태

Online Video

- 이용 현황
- TV와 이용 차이 및 이용 연령
- 이용 디바이스 및 플랫폼

Streaming

- 이용 현황
 - TV와 이용 차이 및 이용 연령
 - 이용 디바이스 및 플랫폼
-

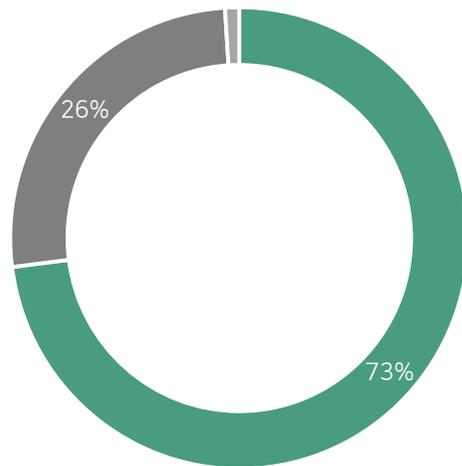
※ 본 자료는 Audienceproject에서 발간한 insight2019 보고서를 기반으로 정리 및 재가공한 자료임을 알립니다.

※ 국내 시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다.

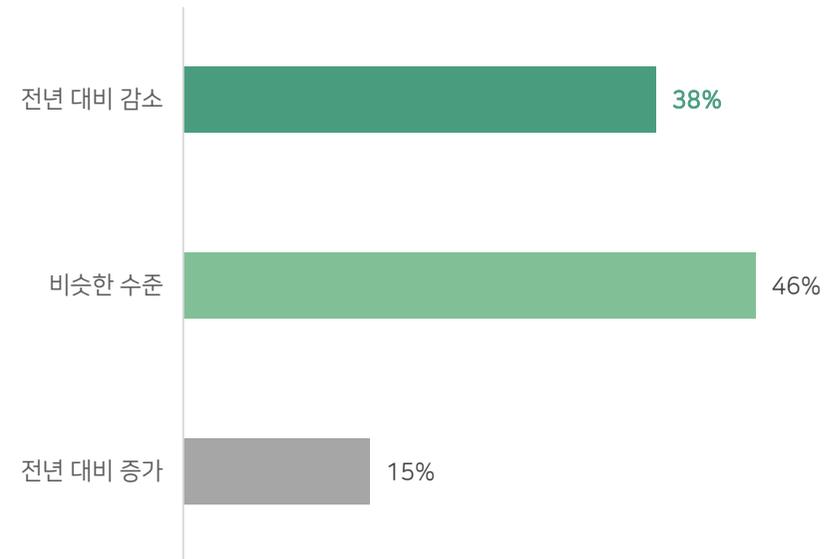
Traditional TV: 이용 현황

미국 Traditional TV 이용률(Weekly)

■ 시청하고 있다 ■ 시청하지 않는다 ■ 잘 모르겠다



Traditional TV 이용량 변화

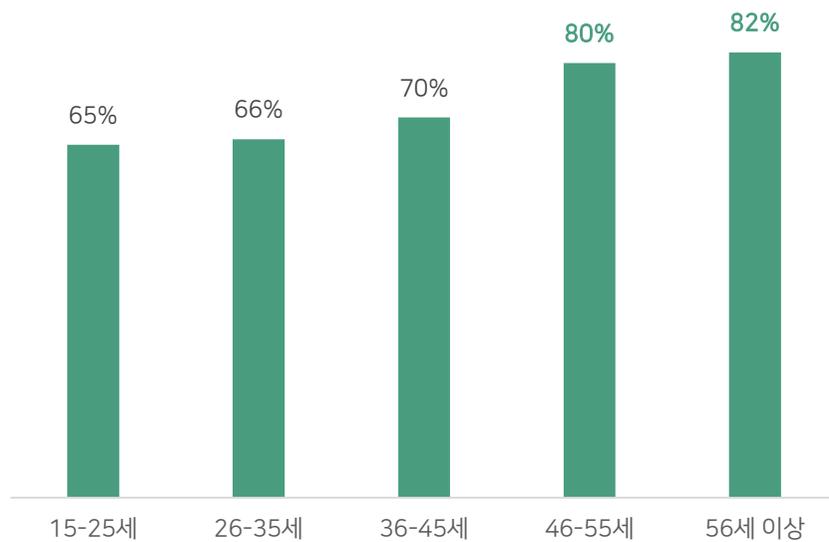


* Source : Audienceproject_Insight2019

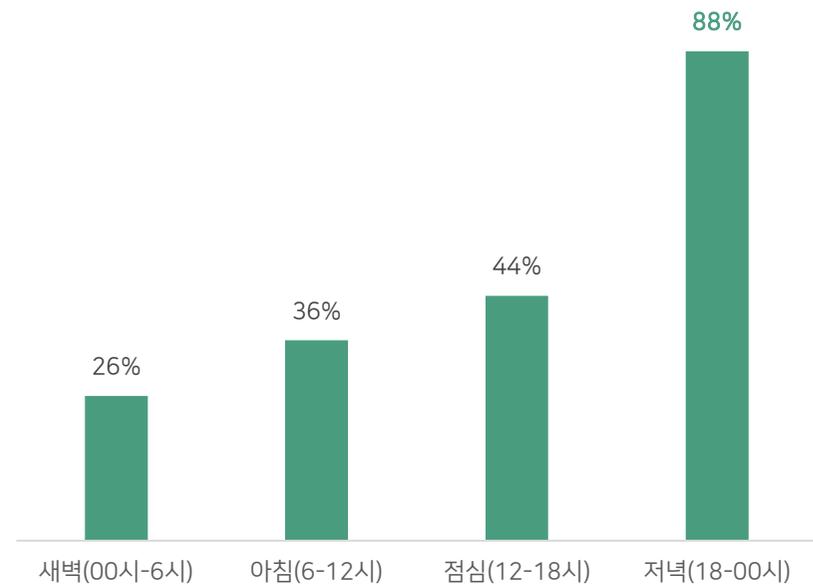
- 주간 기준 미국의 Traditional TV 이용률은 73%로 나타남
- TV 시청 시간은 전년 대비 감소했다고 응답한 비율(38%)이 증가했다고 응답한 비율(15%)보다 높아 전체적으로 이용량이 감소하는 것으로 나타남

Traditional TV: 연령별/시간대별 이용률

연령별 Traditional TV 이용률



시간대별 Traditional TV 이용률



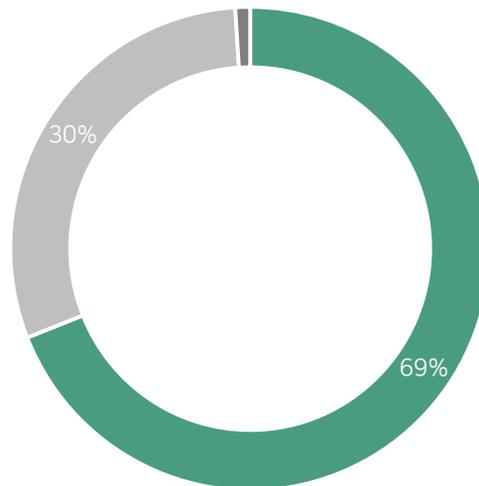
* Source : Audienceproject_Insight2019

- 연령별 TV 이용률을 살펴보면, 46세 이상 연령층의 이용률이 80% 이상인 반면 연령이 낮아질수록 이용률이 낮게 나타남
- TV 매체의 경우, 휴대가 어렵고 고정되어 있는 특성이 있어 주로 저녁 시간(88%)에 이용이 집중되어 있음

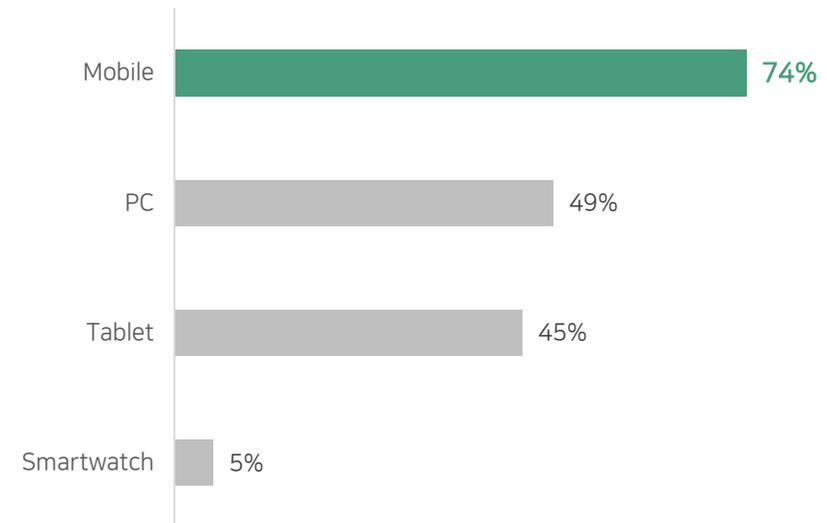
Traditional TV: 디바이스 동시 이용 행태

Traditional TV 시청 시 다른 디바이스 이용 경험률

■ 다른 디바이스 이용 경험 있음 ■ 다른 디바이스 이용 경험 없음 ■ 모르겠다



Traditional TV 시청 시 동시 이용 디바이스



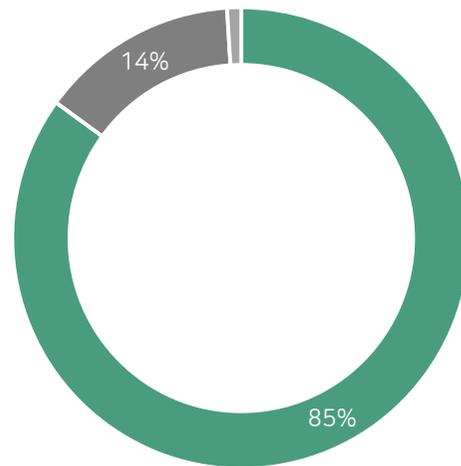
* Source : Audienceproject_Insight2019

- 미국의 TV 이용자 10명 중 7명은 TV 시청 시 다른 디바이스를 동시에 이용한 경험이 있음
- 동시에 이용하는 디바이스는 모바일이 74%로 가장 높게 나타났으며, PC(49%) > Tablet(45%) > Smart watch(5%) 순

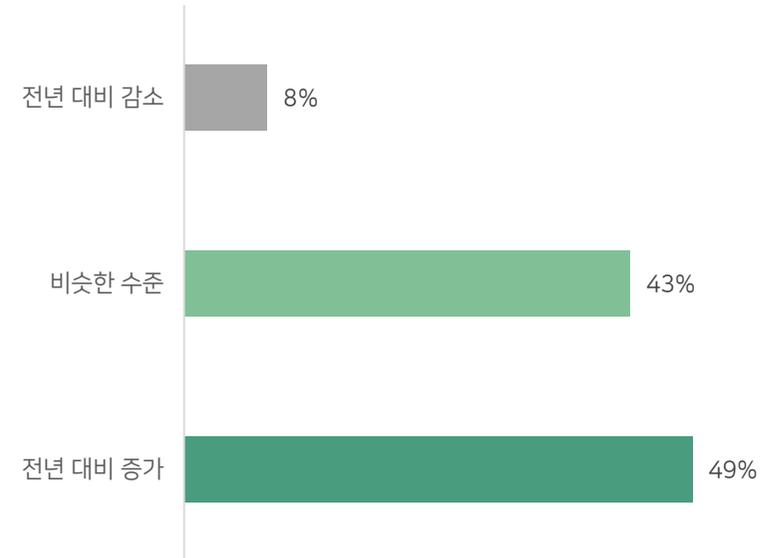
Online Video: 이용 현황

미국 Online Video 이용률(Weekly)

■ 이용하고 있다 ■ 이용하지 않는다 ■ 잘 모르겠다



Online Video 이용량 변화

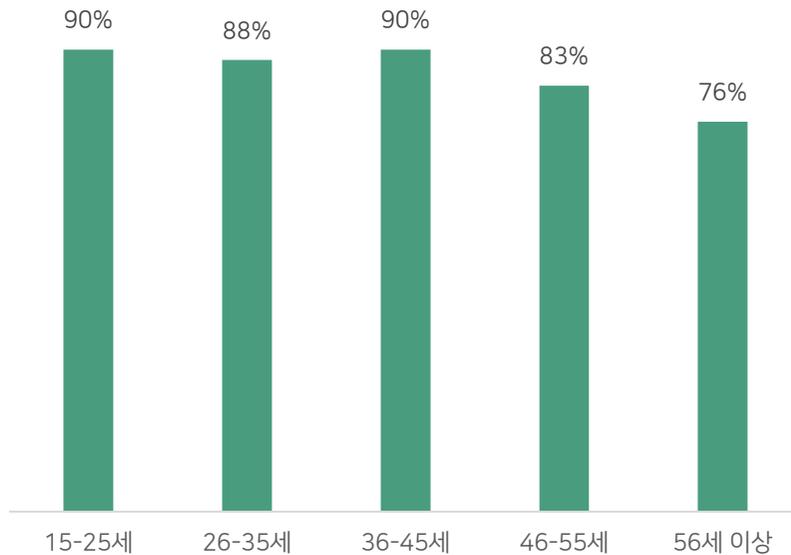


* Source : Audienceproject_Insight2019

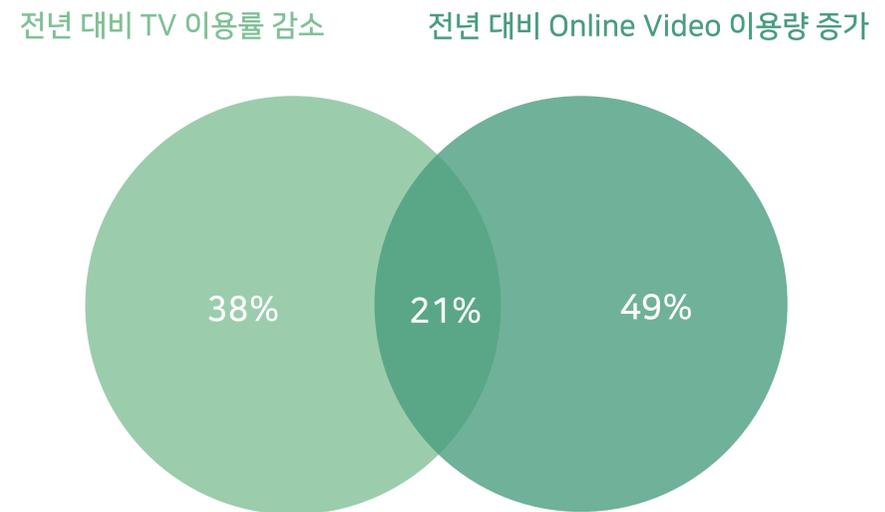
- 미국 주간 Online Video 이용률은 85%로 Traditional TV 이용률(73%) 대비 약 12%p 높게 나타남
- Online Video 이용량이 전년 대비 증가했다고 응답한 비율(49%)이 감소했다는 비율(8%) 대비 월등히 높아 Online Video 시청 시간은 지속 증가하는 것으로 보임

Online Video: TV와 이용 차이 및 이용 연령

연령별 Online Video 이용률



Online Video와 TV의 이용량 비교

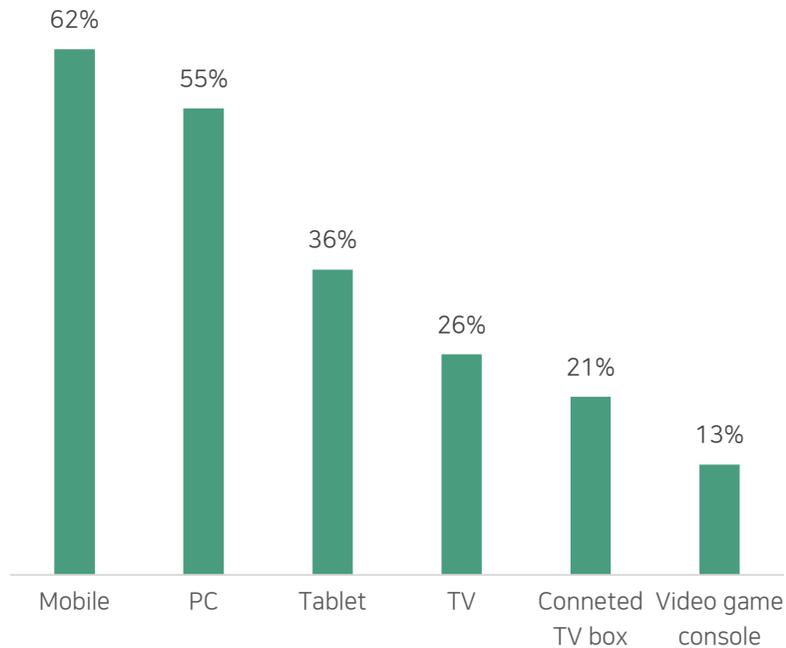


* Source : Audienceproject_Insight2019

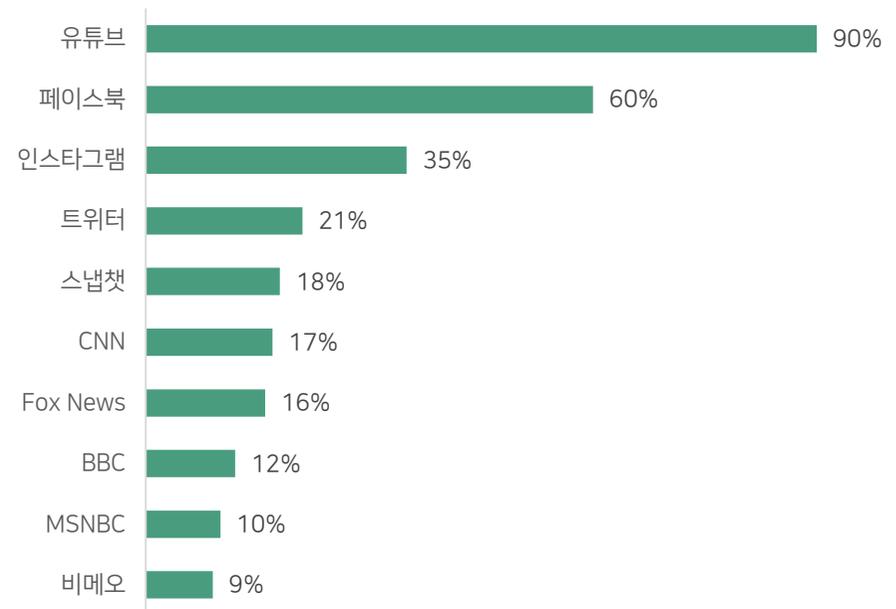
- Online Video는 저연령층의 이용률이 90% 수준으로 높은 편이며, 56세 이상 고연령층의 이용률도 76% 정도로 나타남
- 전년 대비 Online Video 이용은 증가했으나 TV 이용률은 감소했다고 응답한 비율은 21%로 Online Video가 TV를 일부 대체하고 있는 것으로 보임

Online Video: 이용 디바이스 및 플랫폼

Online Video 이용 디바이스 비율



Online Video 이용 플랫폼



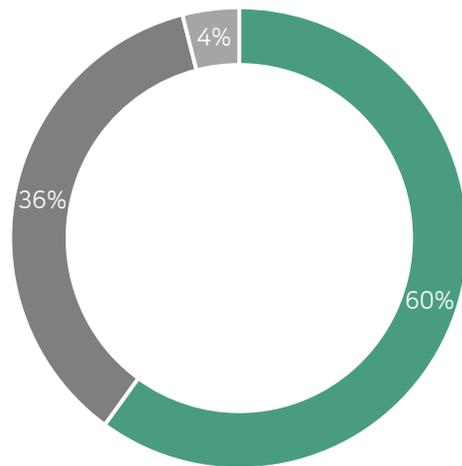
* Source : Audienceproject_Insight2019

- Online Video 이용자는 모바일(62%) 디바이스를 중심으로 시청하고 있으며, 이어 PC(55%), 태블릿(36%) 순
- Online Video 이용 플랫폼은 유튜브가 90%로 압도적으로 높았으며, 이어 페이스북, 인스타그램 등 SNS 플랫폼 순으로 나타남

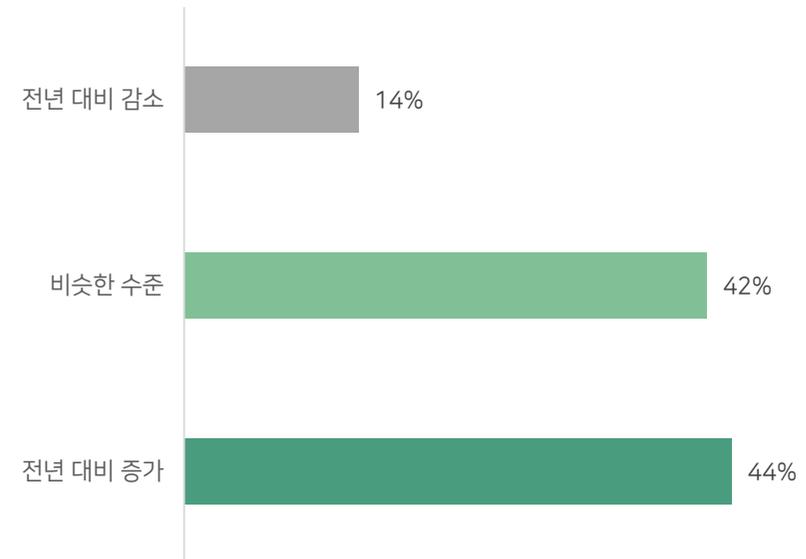
Streaming: 이용 현황

Streaming 서비스 이용률(Weekly)

■ 이용하고 있다 ■ 이용하지 않는다 ■ 잘 모르겠다



Streaming 서비스 이용량 변화

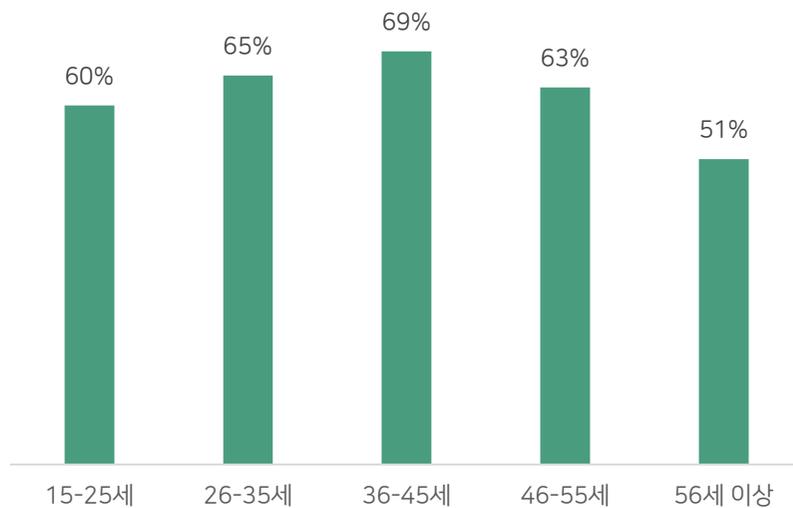


* Source : Audienceproject_Insight2019

- 미국의 Streaming 서비스 이용률은 60%로 나타남
- 전년 대비 감소했다고 응답한 비율이 14%이나 증가했다고 응답한 비율은 44%로 Streaming 서비스 이용량은 증가세인 것으로 확인됨

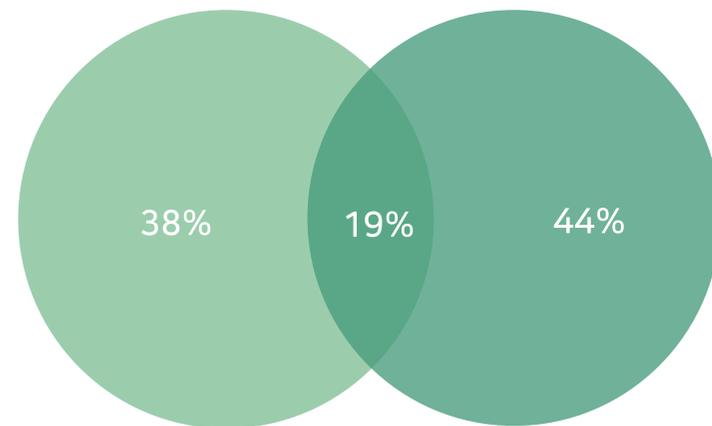
Streaming: TV와 이용 차이 비교 및 이용 연령

연령별 Streaming 서비스 이용률



Streaming 서비스와 TV 이용량 비교

전년 대비 TV 이용률 감소 전년 대비 Streaming 서비스 이용 증가

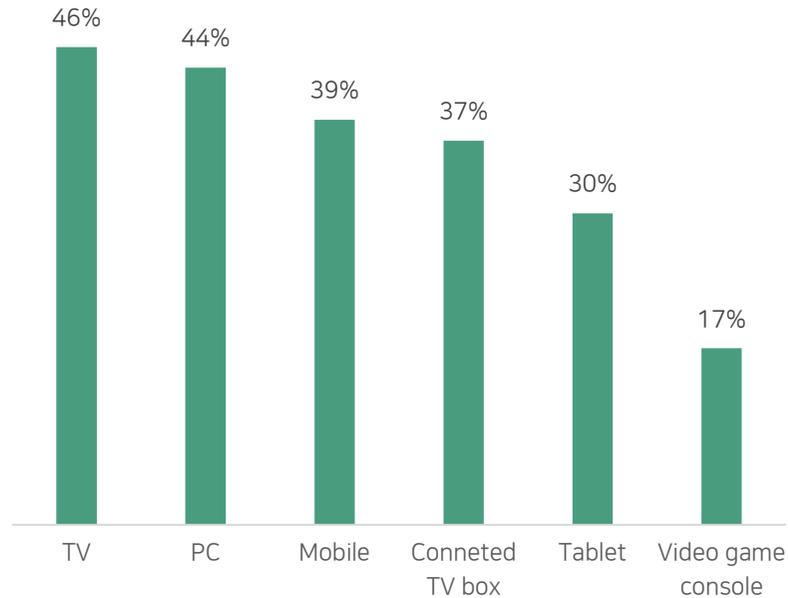


* Source : Audienceproject_Insight2019

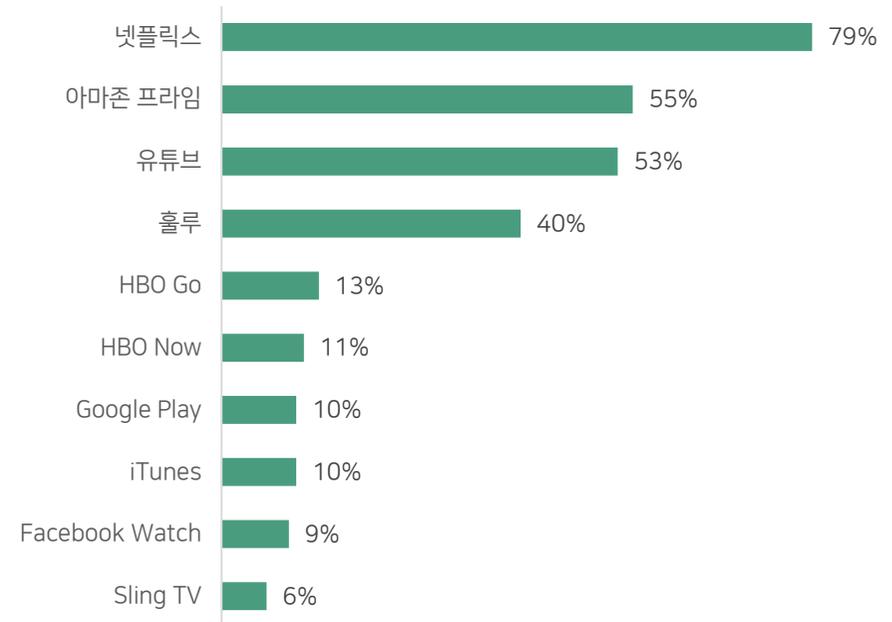
- Streaming 서비스는 36-45세 이용 비율이 69%로 가장 높게 나타났으며, 56세 이상 연령층의 이용 비율이 51% 수준으로 가장 낮음
- Streaming 서비스 이용량은 증가했으나 TV 이용량은 감소했다고 19%가 응답해 Streaming 서비스도 TV를 일부 대체하는 것으로 확인됨

Streaming : 이용 디바이스 및 플랫폼

Streaming 서비스 이용 디바이스



Streaming 서비스 주 이용 플랫폼



* Source : Audienceproject_Insight2019

- Streaming 서비스는 TV(46%)와 PC(44%) 등비교적 화면이 큰 스크린에서 시청하는 비율이 높음
- Streaming 서비스는 플랫폼 중 넷플릭스 이용률이 79%로 가장 높았으며, 이어 아마존 프라임(55%)과 유튜브(53%), 홀루(40%) 순으로 나타남
- 국내외 Streaming 사업자들의 인수/합병을 통한 이용자 확보 경쟁 치열, 주요 플랫폼들의 서비스의 변화를 주목해 볼 필요가 있을 것으로 보임

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

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청