

<미국사무소 이슈페이퍼>

미국 문화산업 니치마켓으로서의 Asian-American 시장 분석

2007년 9월

KOCCA 미국사무소

목 차

■개 요	3
1. Asian American 인구통계 분석	4
2. 아시안 아메리칸의 소득 경제수준분석	8
3. Asian American 엔터테인먼트/미디어 소비현황.....	12
■ 참고자료	20

■ 개 요

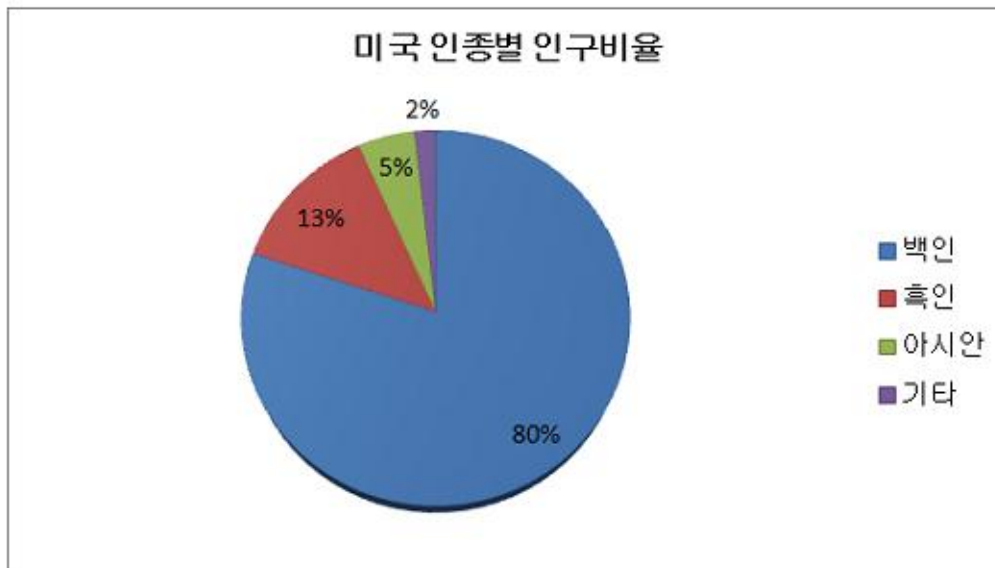
- 본 이슈페이퍼는 미국 내 문화산업 니치마켓으로서의 아시아인 아메리칸 시장의 인구통계적 특성과 문화산업 및 미디어 산업 소비성향을 분석한 자료로서 향후 한국문화콘텐츠 업계에서 미국 시장 진출을 위한 시장 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.
- 특히, 인구규모 측면에서는 미국 내 아시아인 아메리칸 그룹이 백인, 흑인, 히스패닉계에 비해 상대적으로는 소규모 시장으로 분류되고 있지만, 가장 빠른 인구증가율, 가장 높은 소득수준, 1인당 가장 높은 소비구매력, 가장 높은 교육수준 등의 요인을 감안할 때 문화산업분야로는 매력적인 니치마켓으로 분류 될 수 있다.

1. Asian American 인구통계 분석

□ 미국 내 Asian American 인구수 현황

- 2006년 미국 Census의 미국 내 인구 추정치 발표자료에 따르면, 미국 전체 인구는 약 2억 9천9백4십만명에 이르는 것으로 나타났으며, 이 가운데 아시안 아메리칸 인구(혼혈인구 포함)는 약 1천4백9십만 명을 넘어선 것으로 나타났다.

<미국 인종별 인구구성비율>

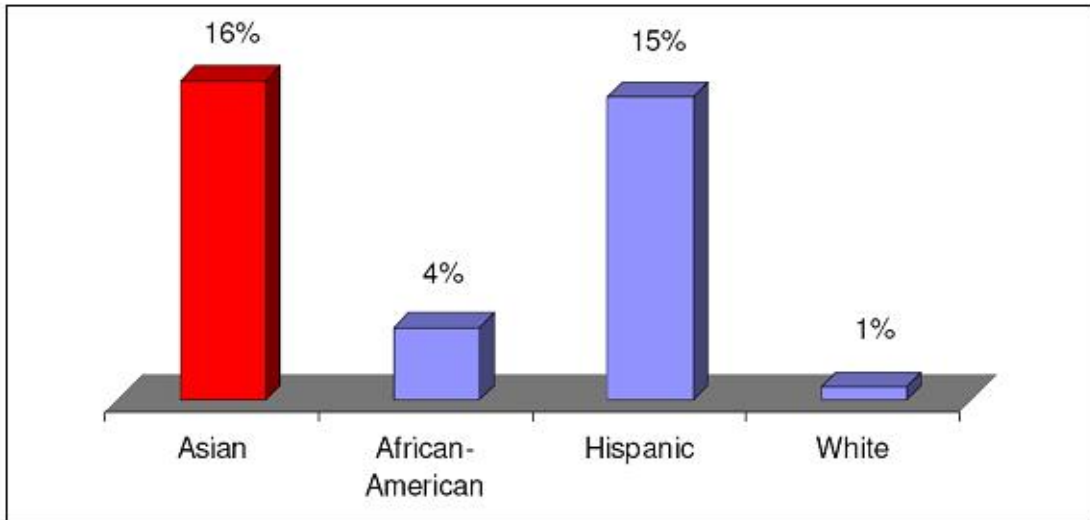


출처: U.S. Census, 2006

□ 미국 내 Asian American 인구증가율

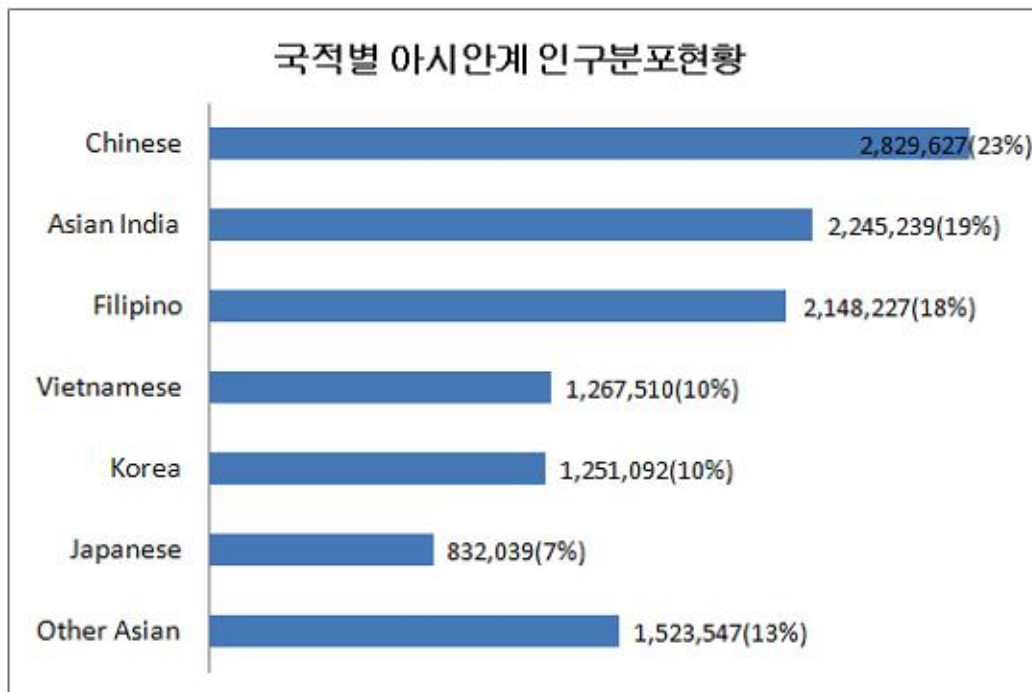
- 아시안 아메리칸의 인구는 미국 전체 인구의 약 5%에 육박하는 수치이며, 2000년부터 2003년까지 인종별 인구 증가 비율은 분석한 자료에 따르면, 아시안계 인구 증가율이 약 16%로 히스패닉(15%), 흑인(4%), 백인(1%)등 기타 인종들보다 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 분석되었다. (Geoscape, 2003)

<미국 인종별 인구 증가비율 2000~2003>



출처: Geoscape 2003

□ 국적별 아시안계 인구분포현황



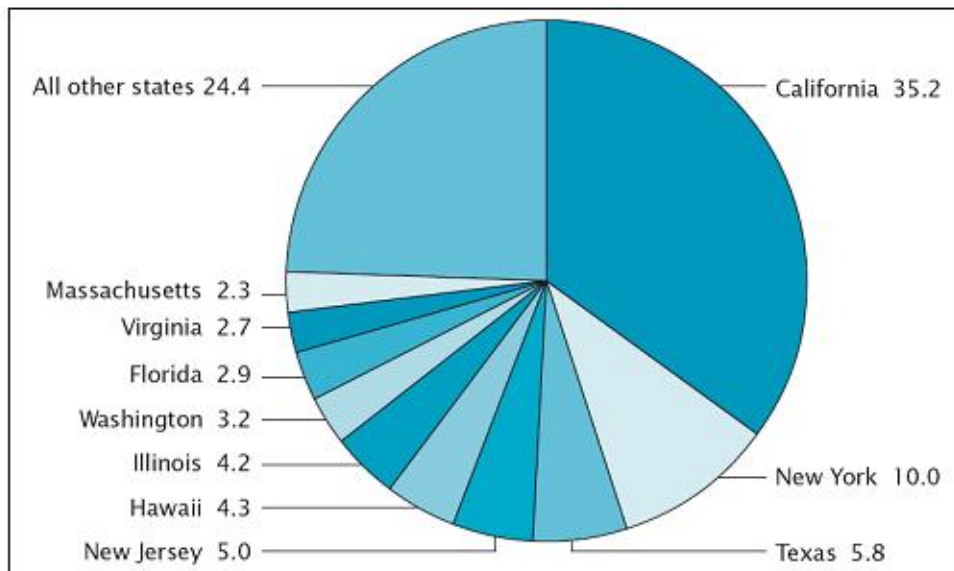
출처: U.S. Census, 2004

- 아시안 아메리칸들(혼혈인구 제외)의 국적별 분포도를 살펴보면, 전체 아시안계 인구의 약 87%가 중국(대만제외), 인도, 필리핀, 베트남, 한국, 일본 등 6개국 인구들로 구성되어있는 것으로 분석되었다.

□ 미국 내 아시안계 주요 거주지 분석

<미국 내 아시안계 거주지역 분석>

(단위:%)



출처: U.S. Census, 2004

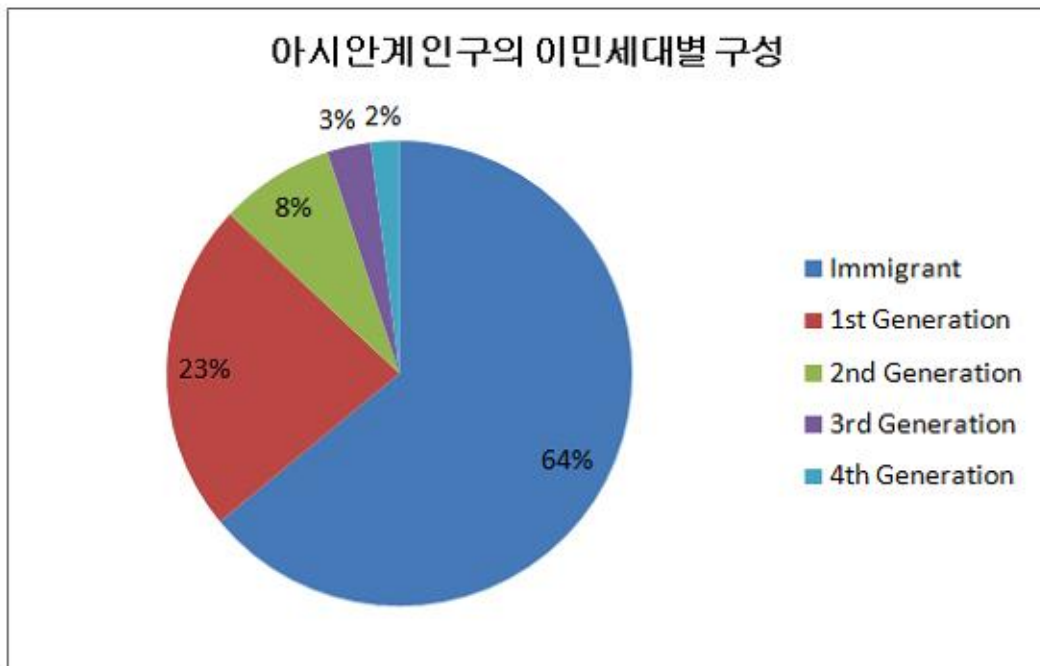
- 미국 내 아시안 아메리칸 인구의 지역적 분포도를 분석한 결과 California, New York, Texas, Hawaii, New Jersey, Illinois 등 6개 주(State)에 전체 인구의 약 65% 이상이 거주하는 것으로 나타났다.

<아시안계 거주지 상위 6개 State 현황>

순위	주	Asian 인구
1	California	3,697,513
2	New York	1,044,976
3	Texas	562,319
4	Hawaii	503,868
5	New Jersey	480,276
6	Illinois	423,603

출처: U.S. Census, 2000

□ 미국 내 아시안계 주요 거주지 분석

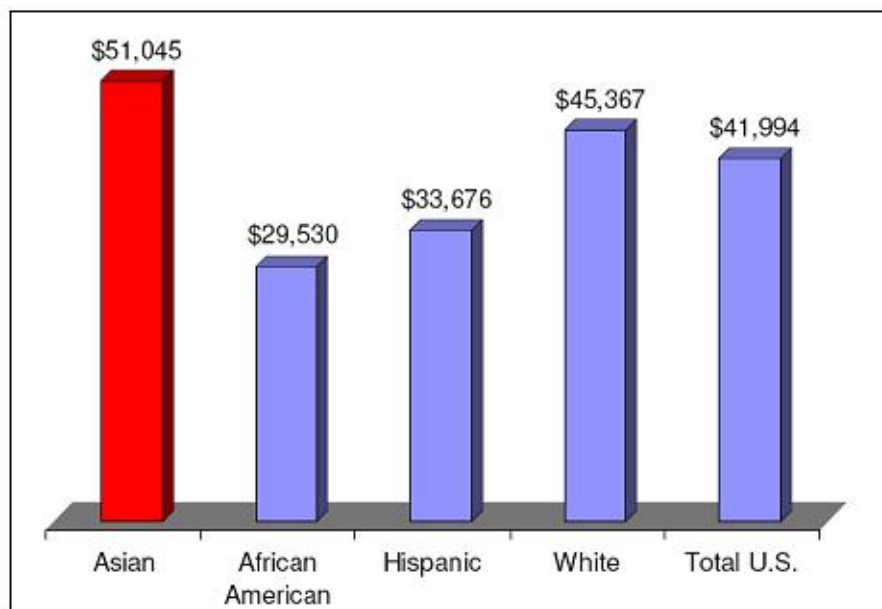


- 미국 내 거주하는 아시안계 인구의 이민세대별 구성현황을 살펴보면, 전체의 약 64%가 이민 당사자로 분류되며, 그 다음으로 이민 1세대가 약 23%를 차지하는 것으로 나타났다.
- 특히, 높은 비율을 차지하고 있는 이민자 그룹은 문화적 소양으로 볼 때 아시아 자국 또는 기타 아시아 지역에 대한

문화적 동질감이 높으며, 결과적으로 아시아 문화콘텐츠에 대한 소구력이 기타 이민세대보다 상대적으로 높다고 유추할 수 있다.

2. 아시안 아메리칸의 소득 경제수준분석

□ 아시안 아메리칸의 소득수준 분석



출처: U.S. Census Bureau, 2000

- 미국 내 각 인종별 소득 수준을 분석한 2000년 미국 센서스 자료에 따르면, 아시안 아메리칸 그룹의 중간 소득은 연간 \$51,045로 나타났으며, 이는 전체 미국인의 중간 소득 평균인 \$41,994 보다 약 22% 이상 높은 수준으로 나타났다.
- 특히, 타인종 그룹과의 소득 비교에서도 백인 (\$45,367), 히스패닉(\$33,676), 흑인(\$29,530) 보다도 상대적으로 매

우 높은 소득수준을 유지하고 있는 것으로 분석되었다.

□ 아시안 아메리칸의 구매력 분석

- 아시안 아메리칸 전체 그룹의 소비구매력은 2006년 현재 약 \$427 billion 규모로 미국 전체 \$9,525.5 Trillion의 약 4.5%를 차지하는 것으로 나타났으며, 이는 2011년까지는 5% 수준인 약 \$622 billion 규모로 성장할 것으로 예측되고 있다.

<인종별 소비구매력 비교>

Buying Power (billions of dollars)				
	1990	2000	2006	2011
African American	318.1	590.2	798.9	1,071.7
Hispanic	211.9	489.4	798.3	1,180.0
Asian American	116.5	268.8	426.9	621.5
Total	4,270.5	7,187.6	9,525.5	12,364.9

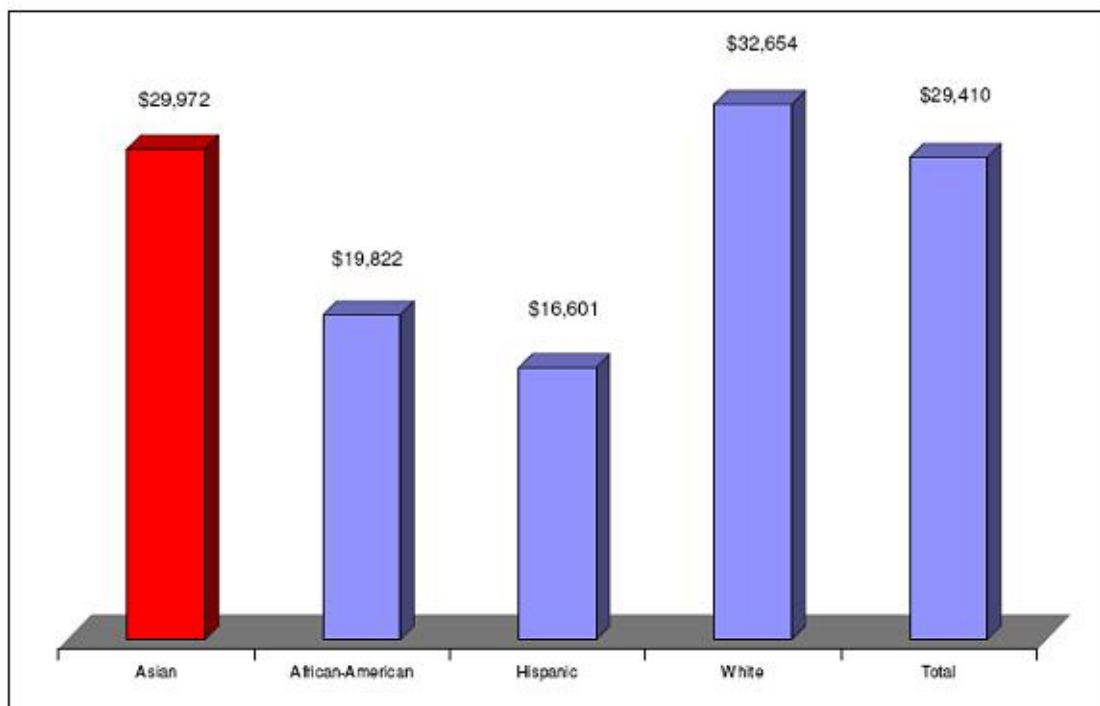
<인종별 소비구매력 성장률 비교>

Percentage Change in Buying Power				
	1990-2006	1990-2011	2000-2006	2006-2011
African American	151.1	236.9	35.4	34.2
Hispanic	276.8	457.0	63.1	47.8
Asian American	266.5	433.6	58.8	45.6
Total	123.1	189.5	32.5	29.8

※ 소비구매력(Buying Power)란 개인 소득에서 소비한 상품과 서비스에 대한 세금을 제외한 금액으로 Disposable Personal Income을 의미한다.

출처:University of Georgia Selig Center for Economic Growth,
 “The Multicultural Economy 2006,” Third Quarter 2006.

- 한편, 아시안 아메리칸 그룹의 1인당 소비 구매력 (Buying Power)을 분석한 결과 1인당 소비구매력은 약 \$29,972 로 나타났으며, 이는 미국 전체 인구의 1인당 구매력인 \$29,410 보다도 높은 것으로 분석되었다.
- 인종 그룹 가운데는 백인(\$32,654) 다음으로 높은 소비구매력 수준을 보이고 있으며, 특히, 흑인(\$19,822)과 히스패닉(\$16,601)보다도 상대적으로 매우 높은 구매력을 보이고 있다.



출처: Selig Center 2004, CAG

- 특히, 아시안들의 주요 주거지별로 소비구매력을 분석한 결과 상위 10개 지역의 소비구매력이 전체의 약 76를 차지하는 것으로 나타났으며, 특히, California 주에 거주하는 아시

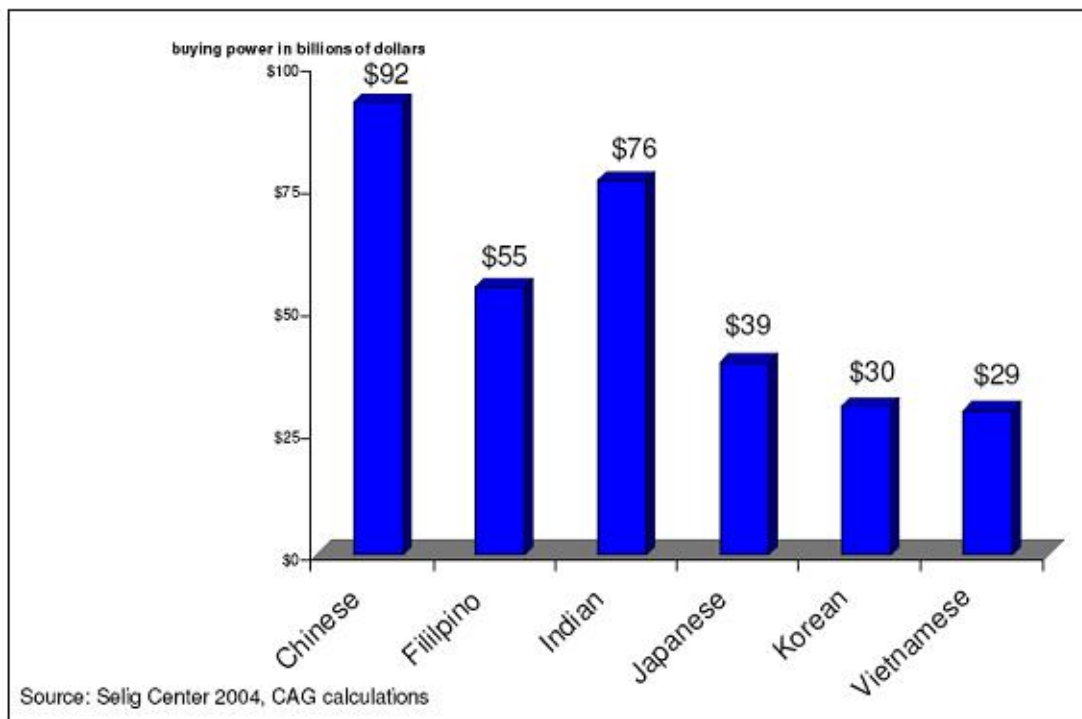
안 그룹 전체의 소비구매력이 약 \$140.5 Billion 으로 가장 높게 나타났다.

<아시안계 거주지 상위 10개 State현황>

순위	지역(States)	구매력(\$Billion)
1	California	140.5
2	New York	41.5
3	New Jersey	26.8
4	Texas	25.9
5	Hawaii	20.4
6	Illinois	18.7
7	Washington	13.0
8	Virginia	12.6
9	Florida	12.2
10	Massachusetts	10.9

출처:University of Georgia Selig Center for Economic Growth,
 "The Multicultural Economy 2006," Third Quarter 2006.

□ 국적별 소비구매력 비교분석



- 미국 내 아시안 그룹의 국적별 소비구매력을 비교분석한 결과 중국인 그룹 전체 소비구매력인 약 \$92Billion으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 인도인 그룹이 약 \$76 Billion 으로 나타났다. 그 밖에 필리핀(\$55Billion), 일본(\$39 Billion), 한국(\$30 Billion), 그리고 베트남(\$29 Billion) 그룹 순으로 나타났다.

3. Asian American 엔터테인먼트/미디어 관련소비현황

□ 미국 Asian American의 TV보유가구수 변화분석

- 시장조사 전문기관인 Nielsen Media Research가 처음 발표한 미국 내 아시안 아메리칸들의 TV 시청 통계자료에 따르면 지난 2006~2007년 TV 시즌 동안 아시안 아메리칸 그룹의 TV 보유가구수는 약 3.6%이상 증가해 전체 TV보유 가구수는 약 437만 가구로 집계되었다.
- 본 분석 자료는 아시안 아메리칸들을 히스패닉 그룹과 함께 미국 내에서 가장 빠르게 TV 보유가구수가 증가하고 있는 그룹으로 분류되었다.

<2006~2007 미국 인종별 TV보유 가구수 현황>

TV HHs	2006 UE (000)	2007 UE (000)	Relative Change 2006 to 2007
Total	110,200	111,400	1.10%
Hispanic	11,230	11,630	3.60%
Asian	4,220	4,370	3.60%
Black or African American	13,280	13,450	1.30%

출처: Nielsen Media Research, 2006

- 아시안 아메리칸의 2008년 시즌 상위 10개 지역 TV 보유 가구수 분석 결과 LA지역이 약 69만 가구로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 New York지역이 약 58만 가구로 나타났다.
- 특히 지난 시즌과 비교해 볼 때 Houston 지역이 새롭게 상위 10위권에 속했으며, 상위 10위권 이외의 지역 가운데에서는 Las Vegas는 최근 급증하는 유입인구로 인해 한 단계 올라서 16위로 나타났으며, 뉴올리언스의 경우 4계단 오른 47위로 나타났다.

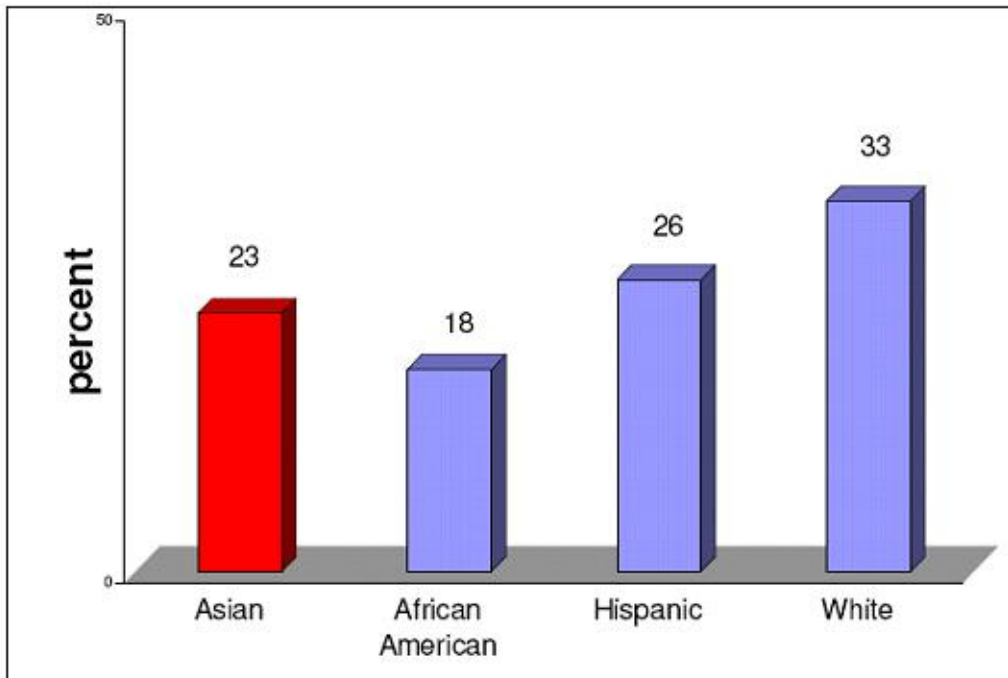
Top Ten Markets Ranked by Asian American Homes

Rank	Designated Market Area	2007 Asian-American TV Homes	2008 Asian-American TV Homes
1	Los Angeles	669,390	689,240
2	New York	564,370	581,780
3	San Francisco-Oak-San Jose	482,320	500,120
4	Honolulu	220,330	221,550
5	Chicago	166,080	171,060
6	Washington, DC (Hagrstwn)	152,880	159,200
7	Seattle-Tacoma	131,230	139,190
8	Sacramnto-Stkton-Modesto	122,350	129,020
9	Houston	103,790	109,290
10	Philadelphia	105,130	109,080

출처: Nielsen, 2007

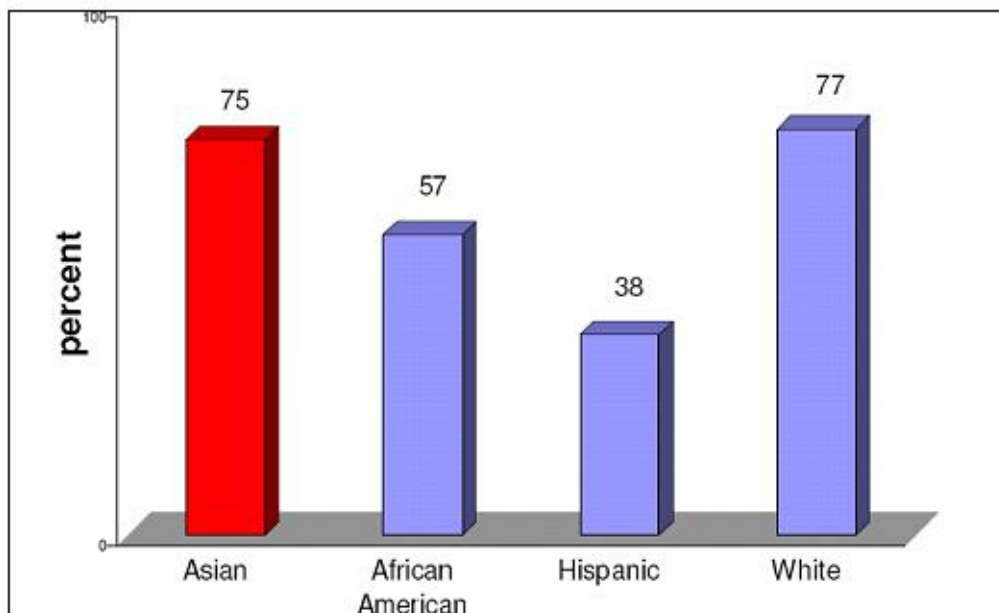
□ 미국 Asian American의 위성TV 보유 비율현황

- 최근 위성TV보유에 대한 시장보고서에 따르면, 미국 내 아시안 커뮤니티의 TV보유 가정 가정은 전체의 약 23%로 백인(33%), 히스패닉(26%) 그룹 보다는 다소 낮은 비율을 나타냈으나, 흑인(18%)보다는 다소 높은 것으로 나타났다.



출처: CAG/ISA Asian American Market Report 2005

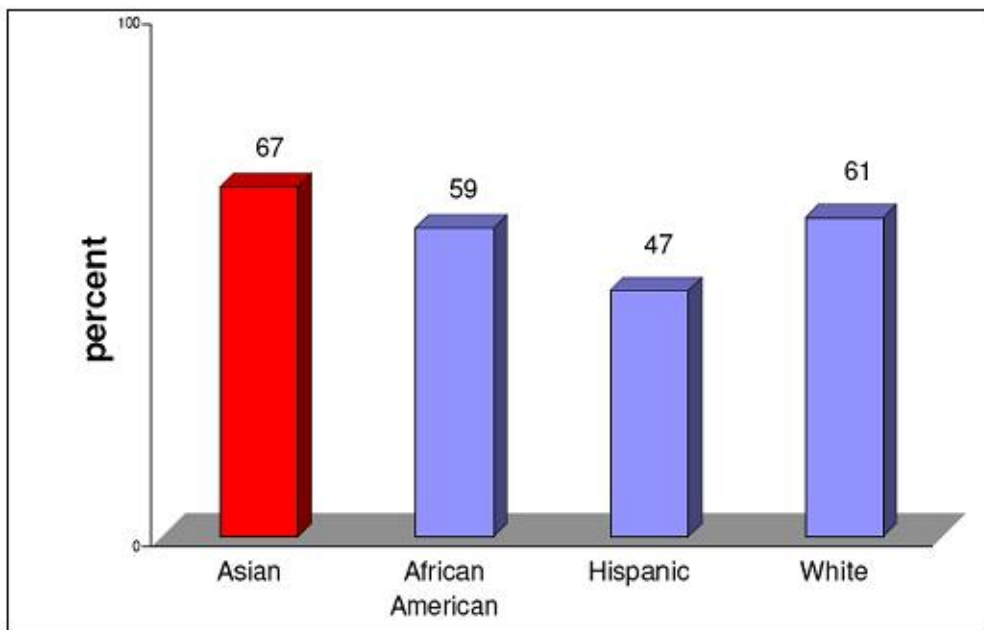
□ 미국 Asian American의 인터넷 사용비율



출처: CAG/ISA Asian American Market Report 2005

- 근무지 또는 가정에서의 인터넷 접속 비율을 조사한 결과 Asian 그룹은 약 75% 정도가 인터넷에 접속하는 것으로 나타났으며, 이는 백인(77%)에 이어 두 번째로 높은 것이다.
- 한편, Asian 그룹은 흑인과 히스패닉 그룹보다는 상대적으로 매우 높은 인터넷 접속비율을 나타내고 있다.

□ 미국 Asian American의 휴대전화 사용비율



출처: CAG/ISA Asian American Market Report 2005

- 미국 내 각 인종별 휴대전화 사용비율 비교분석 결과 아시안 아메리칸 그룹이 평균 67%이상의 사용율을 보이며, 가장 높은 수준으로 분석되었다. 한편, 백인은 61%, 흑인은 59%, 히스패닉은 약 47%의 휴대전화 사용율을 나타냈다.
- 특히, 이러한 휴대전화 사용비율은 모바일 콘텐츠 이용율에 매우 직접적인 영향을 미치기 때문에 관련 콘텐츠 소비시장으로서의 의미 있는 결과라 볼 수 있다.

□ 미국 Asian American의 언어권별 TV시청 선호도

	Chinese	Filipino	Indian	Japanese	Korean	Vietnamese
English always/mostly	23%	57%	29%	53%	30%	32%
Both English and Native language equally	30%	33%	54%	27%	36%	46%
Native language mostly/always	46%	8%	16%	20%	33%	20%

출처: CAG/ISA Asian American Market Report 2005

- 미국 내 아시안 주요 6개 국적별 그룹을 대상으로 언어권별 TV시청 선호도를 분석한 결과 중국계 미국인들은 자국 언어 방송을 가장 선호하는 것으로 나타났다.
- 한편, 인도, 베트남, 한국계 미국인들은 영어방송과 자국어 방송 모두 즐겨 보는 경향이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 반면, 필리핀과 일본계 미국인들은 자국어 방송보다 영어방송을 선호하는 비율이 더 높은 것으로 나타났다.

□ 미국 Asian American의 잡지 소비현황

- 미국내 아시안 아메리칸의 잡지 구매력을 조사 분석한 결과 아시안 아메리칸들의 월별 평균 잡지구독은 8개인 것으로 나타났으며, 이는 미국인 전체 평균과 비슷한 것으로 나타났다.
- 또한 미국인 전체 평균 잡지 구매자들과 아시안-아메리칸 잡지 구독자들과의 비교분석한 결과 아시안-아메리칸의 평균 잡지 구독자들의 학력, 가구당 소득, 자녀들과 함께 집에

서 거주하는 것을 선호하는 것으로 분석되었다.

<아시안 아메리칸 그룹의 잡지 소비자 분석>

COMPARISON OF ASIAN-AMERICAN AND TOTAL U.S. POPULATION MAGAZINE READERS				
	All U.S.	All Asian-Americans	All U.S. Magazine Readers	Asian-American Magazine Readers
MEAN AGE	46	40	45	38
MEDIAN HOUSEHOLD INCOME	\$ 51,132	\$ 62,782	\$ 54,564	\$ 75,410
EDUCATION				
Bachelor's Degree or Above	25%	47%	27%	53%
Attended College or More	52%	74%	56%	84%
Graduated High School/GED	83%	90%	87%	96%
MARITAL STATUS				
Married	57%	63%	57%	59%
Single	24%	30%	25%	33%
ONE OR MORE CHILD <18 AT HOME	42%	52%	43%	52%

Base: U.S. Adults 18+
Source: Mediamark Research Inc., Spring 2004

출처: Mediamark Research Inc., Spring 2004

- 미국내 아시안 아메리칸 그룹의 상위 5가지 주요 매거진 카테고리는 news weeklies, general editorial, women's, home service and business/finance 로 분석되었으며, 이는 미국인 평균 잡지 구독자들이 선호하는 것과는 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

<미국내 아시안 아메리칸의 주요 구매 잡지 분석>

	% Asian American (Composition)	Index
Percent of Total U.S. Adult Population 18+	2.1	100
Fortune	6.2	291
BusinessWeek	6.2	287
Fast Company	5.6	262
Tennis	5.6	262
Computer Shopper	5.5	258
Popular Photo & Image	5.4	250
PC Magazine	5.3	247
W	5.3	246
Forbes	5.0	234
Best Life	4.8	224
My Business	4.8	222
Spin	4.6	216
Entrepreneur	4.4	206
Allure	4.4	204
PC World	4.2	194
Details	4.1	193
GQ	4.1	191

*Census identifies Asian Americans from age 0+ versus MRI data which is restricted to adults aged 18+.
Source: Mediamark Research, Inc., Spring 2004

□ 미국내 아시안 아메리칸 대상 10대 주요 광고주 분석

- 미국내 아시안 아메리칸을 타겟으로 하는 광고시장의 지출액은 연평균 \$2억~\$3억인 것으로 집계되었다.
- Admerasia's internal media 그룹에 따르면, 아시안 아메리칸시장을 타겟으로 하는 Top 10 광고주들은 Automotive, Financial Service, Telecommunications and Travel industries 분야인 것으로 분석

<아시안 아메리칸 10대 광고주 분석>

TOP 10 ADVERTISERS IN THE ASIAN-AMERICAN MARKET, 2002

Rank	Company
1	AT&T
2	MCI
3	Verizon
4	Ford Motor Company
5	General Motors
6	New York Life
7	HSBC
8	Office of National Drug Control Policy
9	Asiana
10	China Airlines

Source: Admerasia, 2001

■ 참고자료

- Asian-American market profile, Magazine Publishers of America, 2004
- Marketing to the Emerging Majorities, Television Bureau of Advertising, Inc., 2007
- U.S. Census Bureau, 2004 American Community Survey, Selected Population Profiles, S0201, and Detailed Tables, B02006.
- Nielsen Reports Growth of 3.6% In Hispanic and Asian U.S. Households For 2006-2007 Television Season, Nielsen Media Research, 2006