ISSN 2384-1672

KISDI STAT REPORT

2015. 7. 15 / Vol. 15-08

정보통신정책연구원 KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI 정보사회분석실 ICT통계분석센터의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인에 배포합니다.

라디오 이용 행태 추이 분석

박선영
연구원, ICT통계분석센터

분석 데이터 및 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)이 매년 수행하고 있는 '방송매체 이용행태 조사'는 방송통신위원회가 주관하는 국가승인통계로 TV수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 그 결과를 '방송매체 이용행태 조사' 보고서로 제공하고 있음
- '방송매체 이용행태 조사'는 2000년 『TV 시청행태 연구』라는 명칭으로 제1회 조사 실시를 실시하였고 2014년의 경우 전국의 3,427가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 가구 6,042명을 대상으로 조사함
- 본 리포트는 '2012년~2014년 방송매체 이용행태 조사' 결과 중에서 라디오 이용행태의 특성을 분석하고 시사점을 도출함

[표 1] 2012~2014년 방송매체 이용행태 조사 개요

법적 근거	통계청 승인 일반 · 조사 통계(승인 번호 : 제16402호)	
조사 지역	전국 16개 광역시도	
조사 방법	가구용과 개인용 설문지를 구성, 가구방문 일대일 면접 조사	
조사 기간	2012년 5월 23일(수) ~ 2012년 7월 25일(수)	
	2013년 5월 28일(화) ~ 2013년 7월 29일(월)	
	2014년 6월 16일(월) ~ 2014년 8월 22일(금)	
표본 크기	2012년	3,453가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 6,441명 조사
	2013년	3,434가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 6,240명 조사
	2014년	3,427가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 6,042명 조사
표본 추출	2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구 선정 방식	

표본 오차	2012년	가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.5%p 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±1.8%p
	2013년	가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.9%p 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.5%p
	2014년	가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.7%p 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.1%p
응답률	2012년	20.9%(총 16,787가구 접촉, 거절 31.8%, 부재 45.4%, 가구 없음 1.8%) ※ 조사구 대체율: 17.6%(340개 조사구 중 60개 조사구 대체)
	2013년	19.6%(총 17,587가구 접촉, 거절 35.3%, 부재 43.3%, 가구 없음 1.5%) ※조사구 대체율: 15.3% (340개 조사구 중 52개 조사구 대체)
	2014년	16.6%(총 20,734가구 접촉, 거절 38.0%, 부재 45.1%, 가구 없음 0.3%) ※조사구 대체율 : 10.3% (340개 조사구 중 35개 조사구 대체)

Ⅲ 응답자 특성

- 가구의 경우, 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 가구분포와 지역구분(동부, 읍면부), 주택 유형, 가구주 연령, 가구원 수 정보를 이용, 가중치 부여하여 모집단 정보와 일치
- 개인[1]의 경우, 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 인구분포와 지역구분(동부, 읍면부), 성, 연령대, 인구분포 정보를 이용, 가중치 부여

[표 2] 2012~2014년 방송매체 이용행태 조사 응답자 분포(가중치 적용)

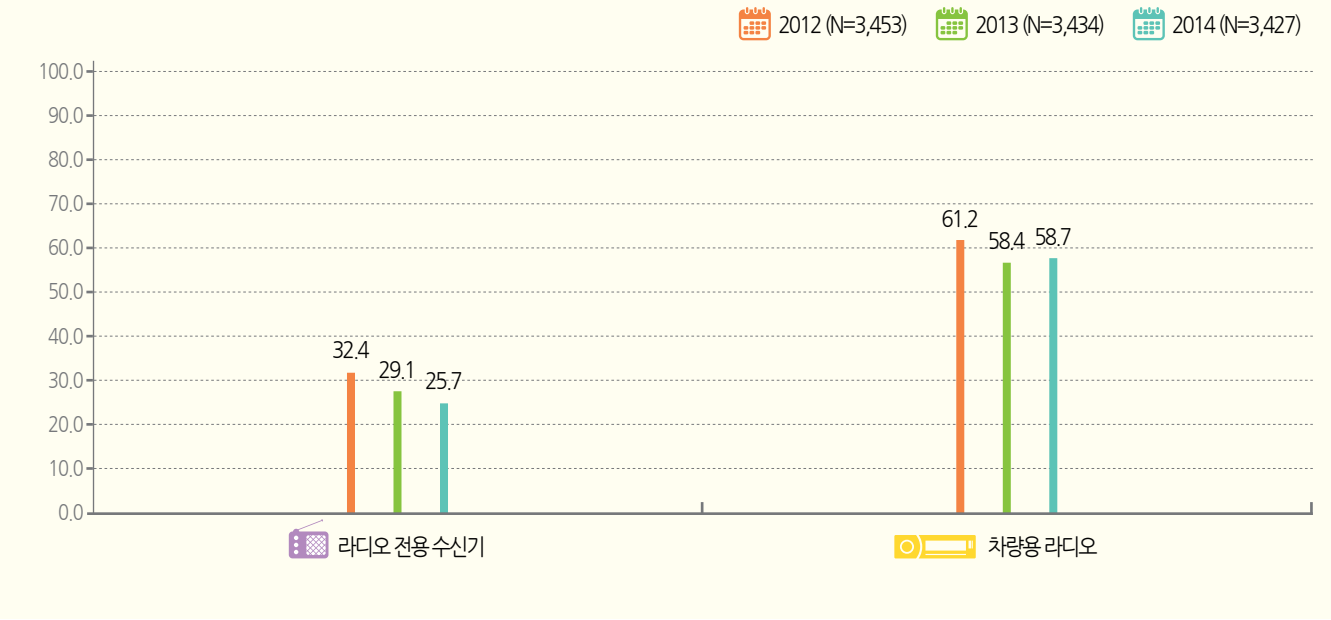
구 분			2012		2013		2014	
			사례수	백분율(%)	사례수	백분율(%)	사례수	백분율(%)
가구기준	전 체		3,453	100.0	3,434	100.0	3,427	100.0
	연령	20대 이하	207	6.0	274	8.0	285	8.3
		30대	708	20.5	733	21.3	692	20.2
		40대	836	24.2	817	23.8	809	23.6
		50대	816	23.6	764	22.2	801	23.4
		60세 이상	886	25.7	847	24.7	840	24.5
개인기준	전 체		6,441	100.0	6,240	100.0	6,042	100.0
	연령	10대	745	11.6	700	11.2	672	11.1
		20대	983	15.3	984	15.8	948	15.7
		30대	1,218	18.9	1,177	18.9	1,141	18.9
		40대	1,278	19.8	1,239	19.9	1,201	19.9
		50대	1,027	15.9	993	15.9	963	15.9
		60세 이상	1,190	18.5	1,148	18.4	1,116	18.5
라디오이용자 기준	전 체		1,843	100.0	1,656	100.0	1,442	100.0
	연령	10대	81	4.4	43	2.6	39	2.7
		20대	185	10.0	196	11.8	106	7.3
		30대	462	25.1	431	26.0	400	27.7
		40대	525	28.5	500	30.2	435	30.2
		50대	373	20.2	335	20.2	289	20.1
		60세 이상	216	11.7	152	9.2	173	12.0

1) 개인의 응답자 특성은 라디오 이용자와 동일함

연도별 라디오 보유 및 이용 추이

- 라디오 보유 추이를 살펴보면, 라디오 전용 수신기(컴퓨터 제외) 보유율 보다 차량용 라디오 보유율이 높게 나타남([그림 1] 참조)
  - 최근 3년간 라디오 전용 수신기와 차량용 라디오 수신기의 보유율 차이를 살펴보면, 28.8%(2012년), 29.3%(2013년), 33%(2014년)으로 나타나 증가 추이를 보임
- 연도별 라디오 전용 수신기(컴퓨터 제외)를 보유한 가구당 비율은 최근 3년 동안 6.7%p 감소하였고, 차량용 라디오 보유율은 '12~'13년 2.8%p 감소하다가 '13~'14년 0.3%p 소폭 증가함

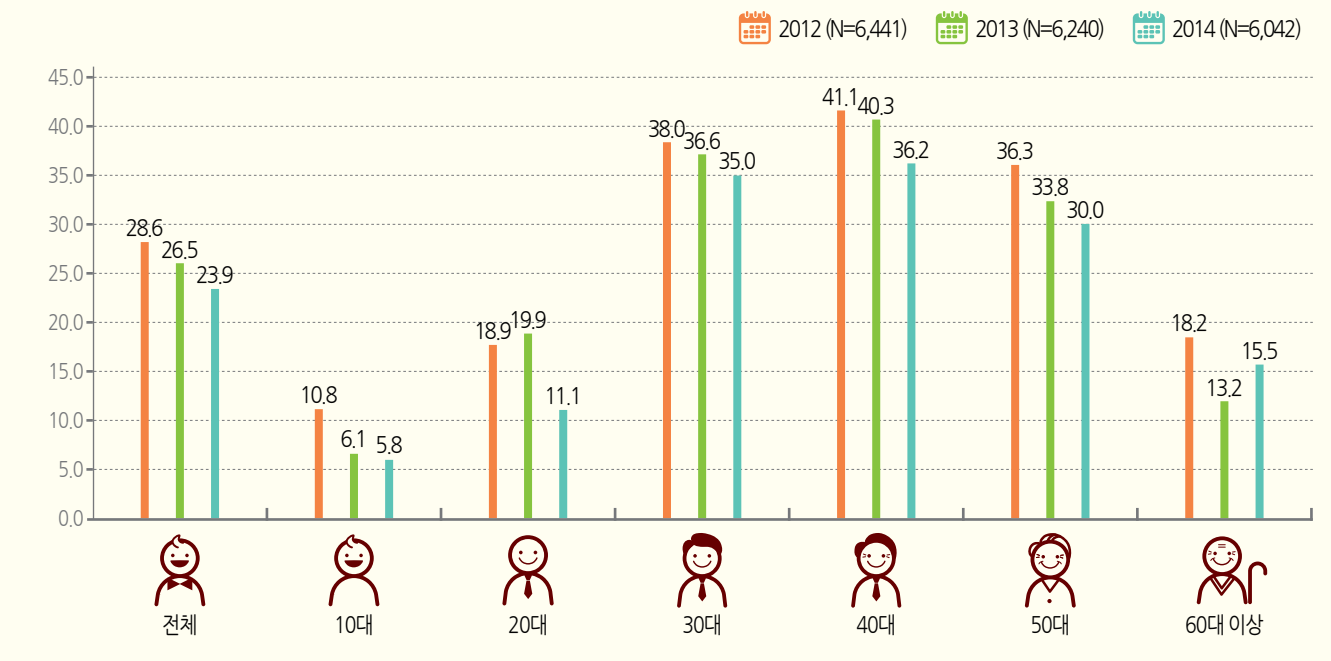
[그림 1] 연도별 라디오 보유율 추이 (단위: 가구, %)



주1: 전체 조사 대상 가구, 주2: 가구당 매체 보유율 = 매체를 보유하고 있는 가구 / 총 가구 수 자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

- [그림 2]에서와 같이 연도별 라디오 이용 경험 추이는 지속적으로 감소한 것으로 나타남
  - 전체 응답자 기준, 최근 일주일 이내 라디오 이용 경험은 2012년~2014년 동안 4.7%p 감소함
- 연령별 라디오 주 이용층은 30~50대로 나타났는데 2014년 기준으로 40대 36.2%, 30대 35%, 50대 30% 순으로 높게 나타남
  - 라디오 이용 경험은 전반적으로 감소 추이를 보이고 있는데 최근 3년간 30대는 3%p, 40대는 4.9%p, 50대는 6.3%p로 감소하는 경향을 보임
- 10~20대 젊은층의 이용은 저조한 것으로 나타났는데 특히 20대의 경우 2012년 18.9%에서 2014년 11.1%로 최근 3년간 7.8%p 감소하여 이용률 하락이 뚜렷하게 나타남

[그림 2] 연령별 라디오 이용 경험률 추이 (단위: 명, %)

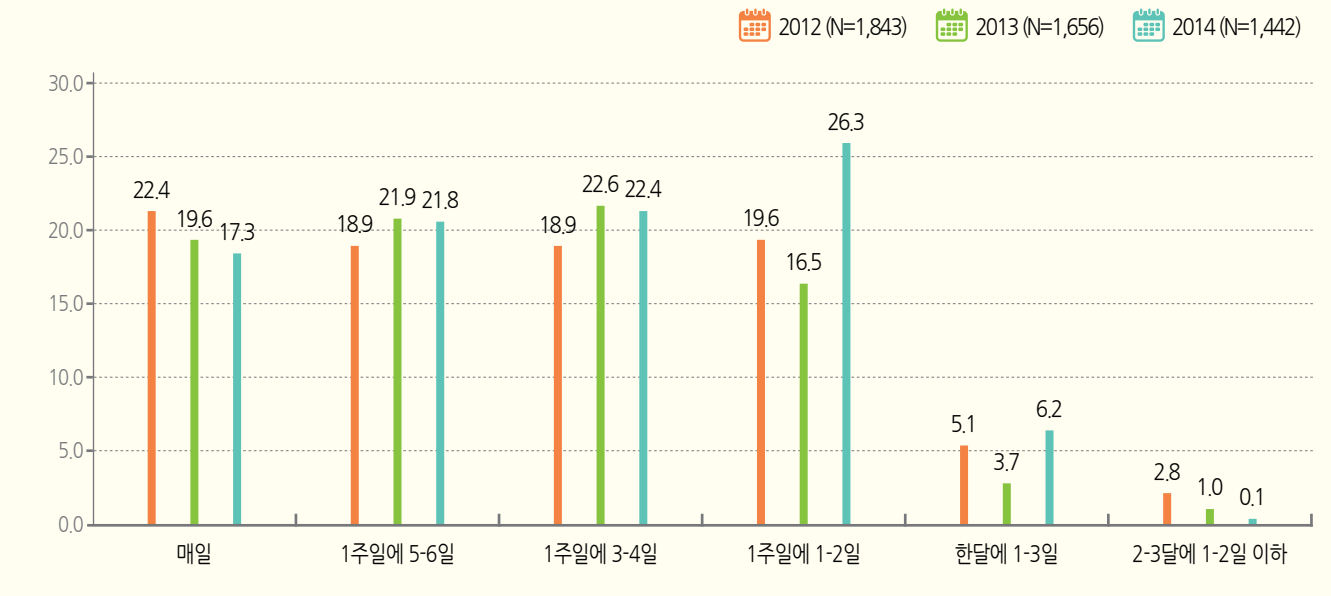


주: 이용 경험률 = 최근 일주일 이내 라디오 이용자(인터넷, 스마트폰 이용 포함) / 총 사람 수

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

- 연도별 라디오 이용 빈도를 살펴보면, 자주 이용하는 빈도는 감소하는 반면 가끔 이용하는 빈도는 증가하는 것으로 나타남([그림 3] 참조)
- '매일' 듣는 이용 빈도는 최근 3년간 5.1%p 감소하는 추세를 보임
- 반면 '1주일에 1-2일' 이용하는 비율은 '12년~'13년 3.1%p 감소하다가 '13년~'14년 9.8%p 증가함

[그림 3] 연도별 라디오 수신기 이용 빈도 추이 (단위: 명, %)



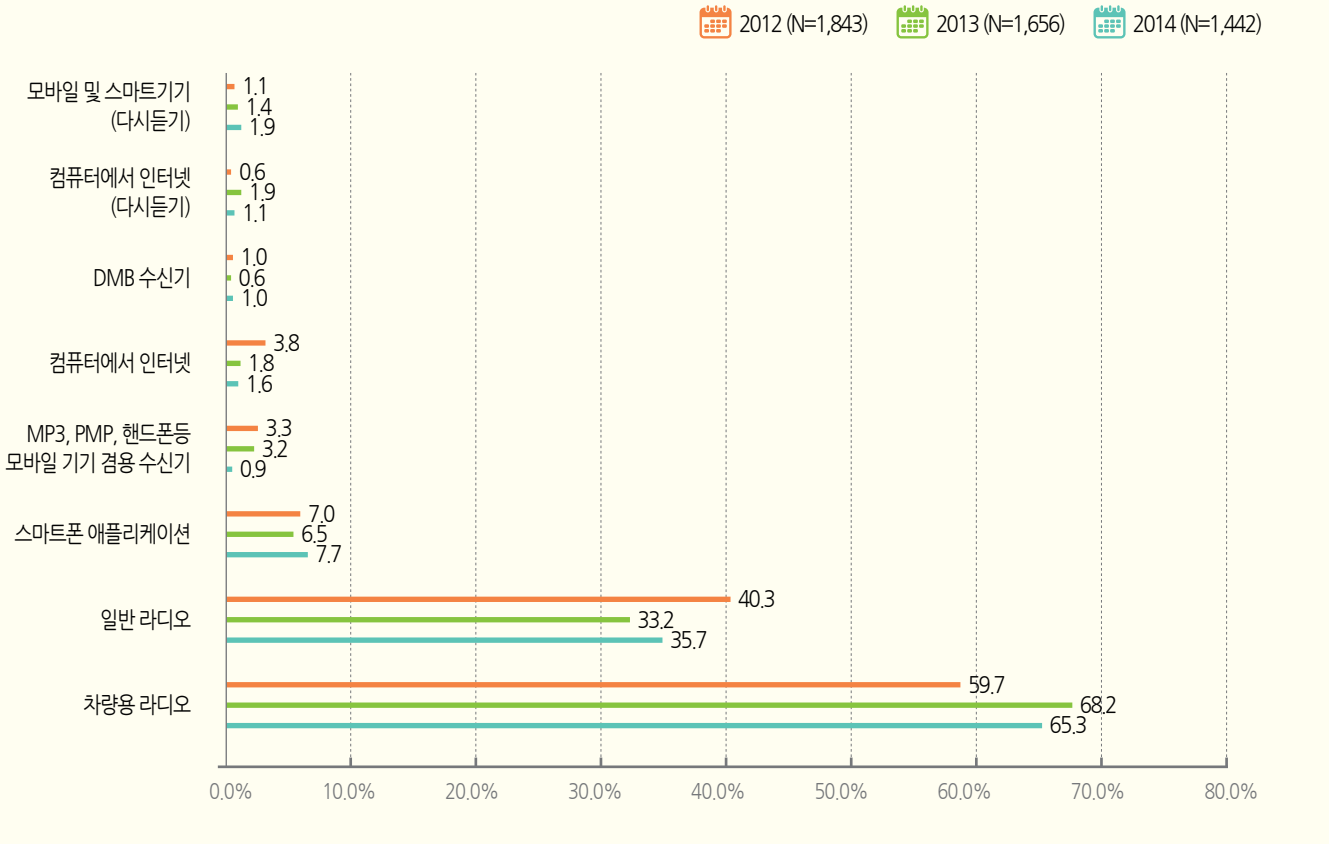
주: 최근 일주일 이내 라디오 이용자(인터넷, 스마트폰 이용 포함) 기준

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

연도별 라디오 청취 방식 및 이용 장소 추이

- 연도별 라디오 청취 방식 추이를 살펴보면, 차량용 라디오와 스마트폰 이용이 증가하는 것으로 나타났는데 차량용 라디오는 최근 3년간 5.6%p 증가하였고 스마트폰 및 스마트기기 다시듣기, 인터넷 다시듣기의 경우는 2%p 증가함([그림 4] 참조)
- 반면 일반 라디오 청취는 감소하였는데 2012년~2014년 동안 4.6%p 하락함

[그림 4] 연도별 라디오 청취 방식 추이 (중복응답, 단위: 명, %)

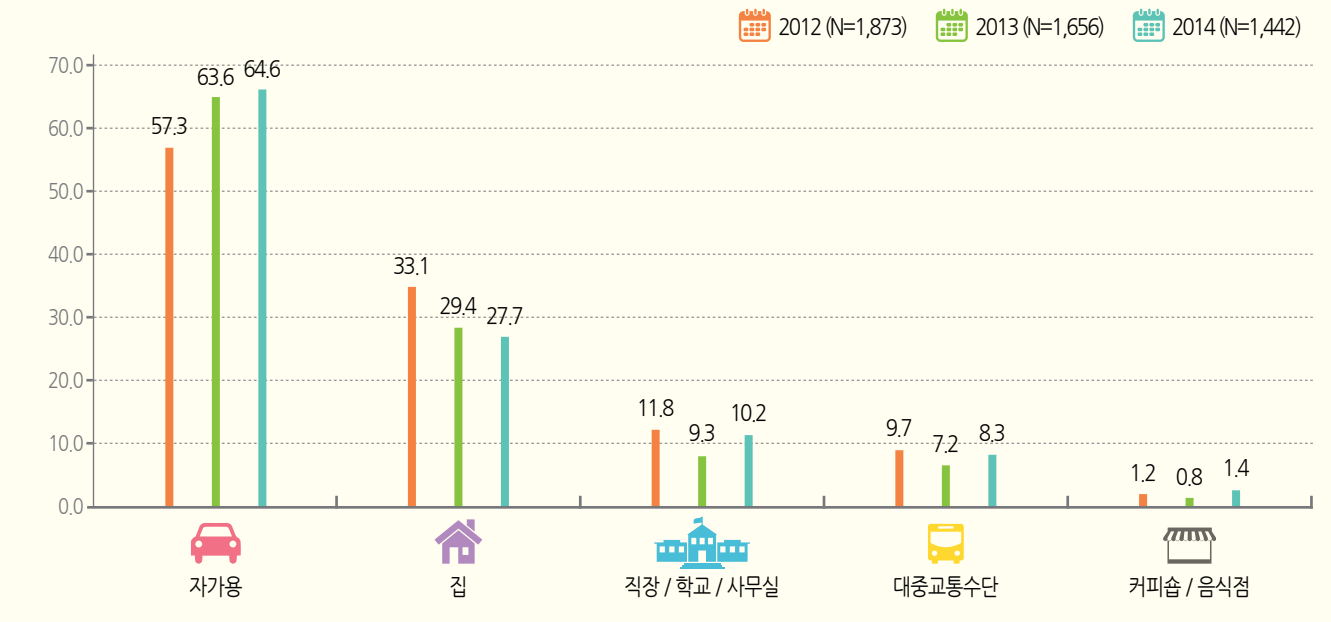


주: 최근 일주일 이내 라디오 이용자(인터넷, 스마트폰 이용 포함) 기준

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

- [그림 5]에서와 같이, 라디오의 주이용 장소는 '자가용'으로 나타났는데 최근 3년간 7.3%p 증가한 반면 '집'은 5.4%p 감소하여 '자가용'은 증가하고 '집'은 감소하는 뚜렷한 차이를 보임

[그림 5] 연도별 라디오 이용 장소 추이 (중복응답, 단위: 명, %)



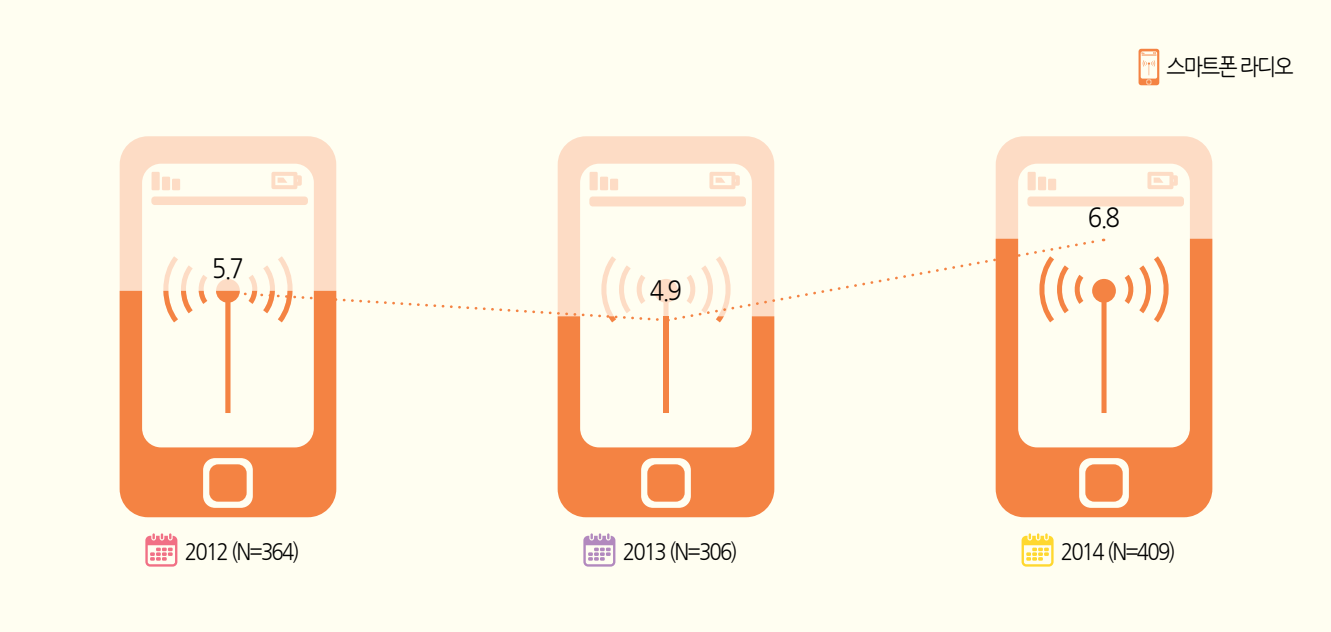
주: 최근 일주일 이내 라디오 이용자(인터넷, 스마트폰 이용 포함) 기준

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

연도별 스마트폰을 통한 라디오 이용 추이

- 전체 응답자 중에서 스마트폰 이용자의 라디오 이용률을 살펴보면, 2012년 5.7%에서 2014년 6.8%로 증가하여 최근 3년간 1.1%p 소폭 증가함([그림 6] 참조)

[그림 6] 연도별 스마트폰 라디오 이용 추이 (단위: 명, %)

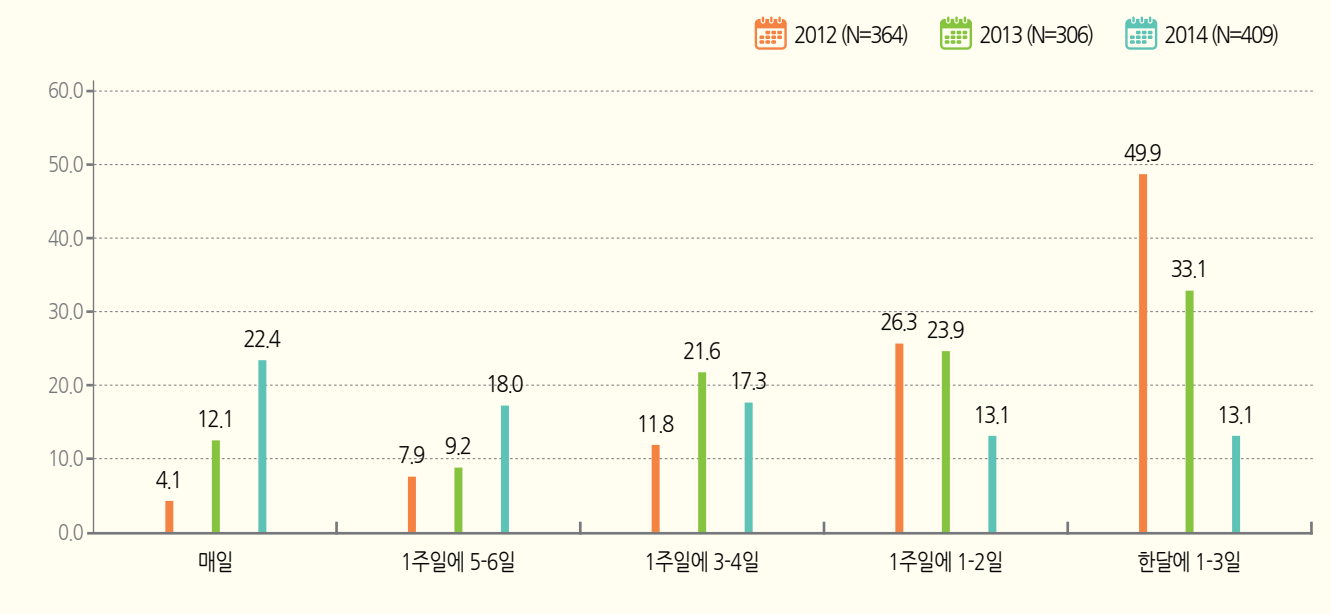


주1: 스마트폰을 통한 라디오 기능 이용자 기준
주2: 스마트폰 라디오 이용률 = 스마트폰을 통해 라디오를 이용하고 있는 응답자 / 전체 응답자

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

- 스마트폰을 통한 라디오 이용 빈도를 살펴보면, '매일' 이용은 증가한 반면 '한달에 1-3일' 이용하는 경우는 크게 감소하는 것으로 나타남([그림 7] 참조)
  - '매일' 이용하는 빈도는 최근 3년간 18.3%p 증가하였고 '한달에 1-3일' 이용하는 경우는 36.8%p 감소하는 것으로 나타남

[그림 7] 연도별 스마트폰을 통한 라디오 이용 빈도 추이 (단위: 명, %)



주: 스마트폰을 통한 라디오 기능 이용자 기준

자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

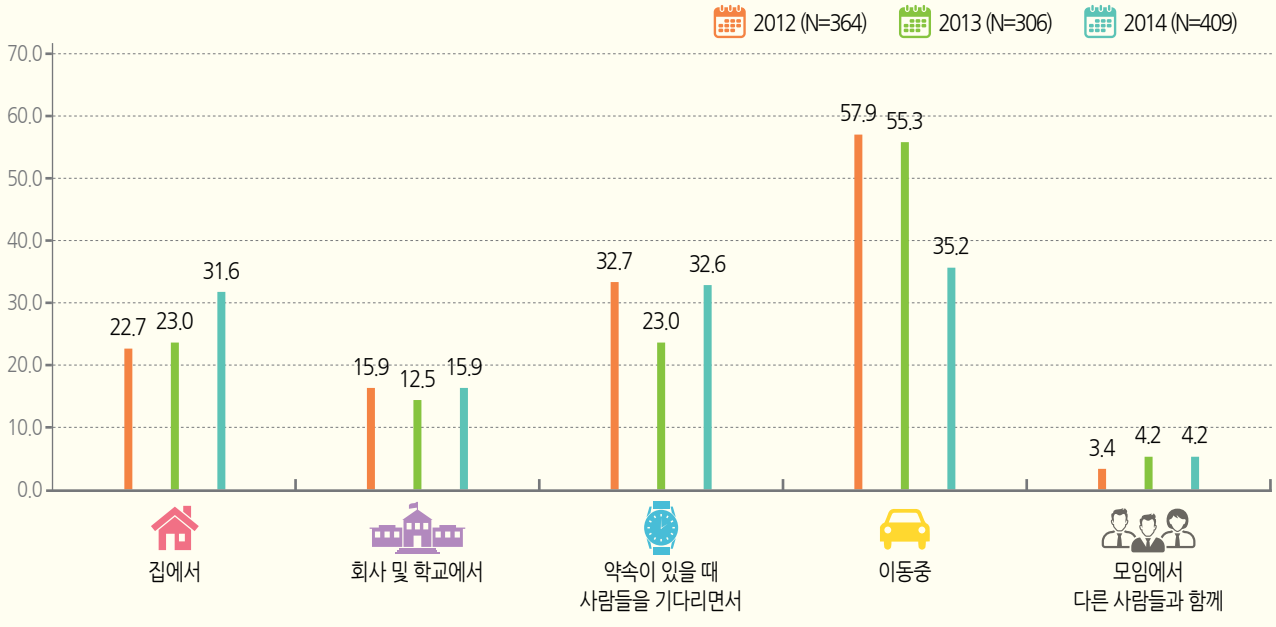
- 연도별 스마트폰 라디오의 하루 평균 청취 시간 추이를 살펴보면, 이용시간이 크게 증가한 것으로 나타남([그림 8] 참조)
- 이용자 기준, 2012년 하루 평균 54.5분 이용하다가 2014년에는 77.3분으로 최근 3년간 하루 평균 22.8분 크게 증가함

[그림 8] 연도별 스마트폰 라디오 하루 평균 청취 시간 추이 (단위: 명, 분)

주: 최근 일주일 동안 라디오 청취자 중 스마트폰 청취자(실시간 청취와 다시듣기 청취 포함) 기준 자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

- 스마트폰을 통한 라디오 이용 상황을 살펴보면, '이동중'에 가장 많이 이용하는 반면 최근 3년 동안 22.7%p 감소하는 추이를 보임
- '집에서' 이용하는 비율은 최근 3년 동안 8.9%p 증가한 것으로 나타남

[그림 9] 연도별 스마트폰을 통한 라디오 이용 상황 추이 (중복응답, 단위: 명, %)



주: 스마트폰을 통한 라디오 기능 이용자 기준 자료: 2012년, 2013년, 2014년 방송매체 이용행태 조사

시사점

- 라디오 보유율은 지속적으로 감소하는 것으로 나타났는데 라디오 전용 수신기(컴퓨터 제외) 보유율 보다 차량용 라디오 보유율이 높게 나타남
- 라디오 이용 경험이 있는 주 이용층은 30~50대인 반면 10~20대 젊은층의 이용은 저조한 것으로 나타나 연령별 양극화 양상이 관찰됨
- 라디오 청취 방식에서 차량용 라디오와 스마트폰을 이용한 청취가 증가하였는데 최근 3년간 차량용 라디오 청취율은 5.6%p 증가한 반면 일반 라디오 수신기 청취는 4.6%p 감소함
- 스마트폰 이용자의 라디오 이용률 최근 3년간 1.1%p 소폭 증가하여 감소 추이를 나타내는 라디오와 차이를 보이고 있음
- 최근 3년간 라디오 방송 이용자 기준 스마트폰 라디오의 하루 평균 청취 시간[2]은 2012년도 54.5분에서 2014년 77.3분으로 크게 증가함
- PWC 자료에 따르면, 2019년 한국의 라디오 시장은 2014년 대비 연평균 1.9% 성장할 것으로 전망되고 있는데, 이는 한국 주요 방송사의 라디오 방송 서비스가 여전히 활발하고 주요 방송사의 라디오 모바일 앱이 활성화 되어 있기 때문인 것으로 파악됨
- 이러한 라디오 방송 이용 트렌트 변화를 고려하여 라디오 방송 매체 활성화 전략이 필요할 것으로 판단됨

참고문헌

- 방송통신위원회(2012),『2012년 방송매체이용행태조사』
- 방송통신위원회(2013),『2013년 방송매체이용행태조사』
- 방송통신위원회(2014),『2014년 방송매체이용행태조사』
- PriceWaterhouseCoopers(2015). Global Entertainment and Media Outlook 2015~2019.

2) 최근 일주일 동안 라디오 청취자 중 스마트폰 청취자(실시간 청취와 다시듣기 청취 포함) 기준.

KISDI ICT통계분석센터

KISDI ICT통계분석센터에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

◈ 조사 목적: 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악

◈ 조사 방법: 가구 방문 일대일 면접 조사

◈ 조사 대상: 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

◈ 조사 목적: 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악

◈ 조사 방법: 전수조사, 인터넷 설문조사

◈ 조사 대상: 미래창조과학부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

◈ 조사 목적: TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태를 분석

◈ 조사 방법: 가구 방문 일대일 면접조사

◈ 조사 대상: 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

2015년도 조사가 현재 진행 중에 있습니다. 한국미디어패널조사는 5월 18일부터 7월 26일까지, 방송산업 실태조사는 5월 22일부터 6월 25일까지 방송매체 이용행태 조사는 6월 1일부터 7월 31일까지 수행될 예정입니다. 많은 관심과 협조를 부탁드립니다.

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 위 데이터를 2차 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.

KISDISTAT
방송 · 뉴미디어 통계정보시스템

▲ 클릭하면 사이트로 이동

미디어 통계수첩 소개

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 미래창조과학부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트의 아래 주소에서 다운로드 받으실 수 있습니다.

미디어 통계 수첩

▲ 클릭하면 사이트로 이동