
문제점 목록

Project Name	조각 라디오 웹 포털 개발 : 피스캐스트
-----------------	------------------------

07 조

202102621 김예림

202102697 전규리

202202584 박민지

지도교수: 이영석 교수님 (서명)

Document Revision History

REV#	DATE	AFFECTED SECTION	AUTHOR
1	2025/03/21	초안 작성	김예림
2	2025/03/21	설문조사 통계 내용 정리	박민지
3	2025/03/21	AS-IS 내용 작성	전규리

Table of Contents

1.	이해당사자(stakeholder)의 문제 이해	5
2.	AS-IS 파악	9

List of Figure

그림 목차 항목을 찾을 수 없습니다.

1. 이해당사자(stakeholder)의 문제 이해

1.1. 설문 목적

방송사 관계자를 대상으로 라디오 시장의 현황을 파악하고, 일반 사용자들이 라디오 서비스에 대해 어떤 경험을 가지고 있는지 알아보기 위해 진행하였다. 또한, 이 설문을 통해 라디오 서비스 개선 및 새로운 서비스인 조각 라디오 서비스 프로토타입에 대한 피드백을 수집하고자 한다.

1) 방송사 대상

- 목적: 라디오 시장의 현황을 파악하고, 라디오 서비스에 대한 방송사의 의견을 수집하여 향후 서비스 개선 방향을 정립하려는 목적으로 진행했다.

- 주요 질문: 라디오의 차별점, 라디오의 핵심 요소, 라디오 시장에 대한 생각, 라디오의 주요 수입원, 서비스 개선을 위한 필요성

2) 일반인 대상

- 목적: 일반인의 라디오 청취 경험 및 이에 대한 의견을 통해 라디오 서비스 개선의 필요성을 인지하고, 새로운 서비스가 도입된다면 사용자의 기대를 반영하려는 목적으로 진행하였다.

- 주요 질문: 라디오 청취 경험, 라디오 청취 빈도, 기존 서비스에 대한 불만사항, 라디오 서비스 개선이 필요한 점, 라디오 청취 시 겪는 불편함, 프로토타입 서비스가 출시되었을 때의 수용도

1.2. 설문 대상

- 방송국 관련 종사자: 7 명

- 라디오 시장의 현황 및 방송사 관점에서의 의견을 얻기 위해 방송국 관계자를 대상으로 설문을 실시했다.

- 일반인: 63 명

- 라디오 청취 경험이 있는 사용자: 60 명
- 라디오 청취 경험이 없는 사용자: 3 명
- 라디오 청취 경험이 있는 사용자의 의견을 주로 수집하되, 청취 경험이 없는 사람들의 의견도 새로운 유입에 있어 중요한 참고 자료이므로 포함한다.

1.3. 이해당사자의 주요 문제

문제점	문제점 파악 방법	문제 상세 기술		
		이해당사자	고충/니즈	이유
원하는 방송이나 코너를 다시 찾아듣기 어려움 특정 사연을 다시 찾기 어려움	설문조사	사용자	키워드, 챗터 등이 포함된 편리한 검색 기능이 필요함.	다시 듣기 서비스에서 아쉬움으로 해당 문항이 51%의 응답률을 기록함. 콘텐츠 검색 기능이 부족함.
방송의 특정 부분을 저장할 수 없음	설문조사	사용자	듣다가 좋은 노래나 정보가 나와도 잊어버려기에 특정 부분을 편리하게 저장하는 기능을 원함.	중요한 정보나 흥미로운 내용이 나왔을 때 이를 쉽게 저장할 수 있다면, 사용자들은 원하는 순간을 다시 듣거나 공유할 수 있어 편의성이 크게 향상될 것으로 예상됨. 클립 분할 및 저장 기능이 부족함.
라디오 프로그램이 너무 많아 선택하는 데에 어려움이 있음	설문조사	사용자	본인의 취향에 맞는 콘텐츠를 자동으로 추천하는 기능을 원함. 사용자가 선택할 수 있는 간단한 필터링 옵션이 제공되어 자신에게 맞는 프로그램을 빠르게 찾기를 원함.	프로그램을 선택하는 과정에서 불필요한 고민을 줄임으로 콘텐츠 탐색에 드는 시간을 절약하고, 더 나은 청취 경험을 제공할 수 있음.
라디오 다시 듣기 시 음악을 함께 들을 수 없음	설문조사	사용자	다시 듣기의 음악 부분이 잘려 온전한 감상을 방해하는 경우가 존재함. 음악도 함께 재생하는 기능이 필요함. 해당 방송에서 소개된 음악들만 따로 재생하는 기능을 원함.	방송사의 라디오 다시 듣기 서비스는 음악의 저작권 문제로 인해 음악은 들을 수 없기에, 음악이 중요한 요소로 작용하는 프로그램의 경우, 흐름이 끊기거나 감상의 재미가 반감될 수 있음.
라디오 앱으로 다시 듣기 시 데이터가 많이 소모됨	설문조사	사용자	오프라인으로 다운받아 일상에서 가볍게 사용하기를 원함.	차량 등 와이파이 연결이 어려운 상황에서는 다시 듣기 이용 시 많은 데이터가 소모될 수 있어, 사용자가 데이터 요금의 부담을 느끼거나 네트워크가 불안정한

				상황에서 원활하게 이용하지 못하는 문제로 이어짐.
라디오라는 매체에 대한 진입 장벽, 접근성	설문조사	라디오 미청취자	최근 레트로와 Y2k 가 트렌드로 자리 잡고 있기에, 이러한 트렌드를 저격한 라디오 제품이나 어플을 원함. 자주 사용하는 앱에서도 라디오를 듣고 싶어함. 모든 연령이 따로 앱을 설치하지 않아도 쉽게 접근할 수 있길 원함.	라디오의 아날로그, 소통의 재미 등 트렌드와 사회 정서에 적합한 매력을 어필할 필요가 있음.
차량에서 라디오 다시 듣기 서비스 사용 시의 불편함	설문조사	사용자	디스플레이와 연동되는 기능을 원함. 음성 명령으로 쉽게 조작할 수 있는 기능이 필요함. 운전 중 다시 듣기 조작이 어렵고 UI 가 복잡함.	통계 자료에 의하면 라디오 청취자의 70% 이상이 차량에서 라디오를 청취한다고 응답함. 운전 중 다시 듣기를 조작하려면 안전상의 위험이 발생할 수 있기에 편리한 방식의 조작이 필요함.
긴 러닝 타임	설문조사	라디오 방송사	긴 러닝타임의 콘텐츠는 청취자가 집중해서 듣기에 부담이 됨. 청취자는 특정 주제나 핵심 정보만 빠르게 소비하는 것을 선호함.	현대 청취자들은 필요한 정보나 흥미로운 콘텐츠를 짧은 시간 내에 소비하려는 경향이 강함. 긴 러닝 타임의 방송은 시간이 부족한 사용자들에게 부담이 될 수 있으며, 원하는 내용만 빠르게 접할 수 있는 방식이 제공된다면 접근성이 높아지고 청취 경험이 향상될 것으로 예상됨.
젊은 세대층의 이탈 및 유입 부족	설문조사	라디오 방송사	진입 장벽을 낮추어 라디오의 장점을 알리고 싶어함. 젊은 세대는 라디오 청취율이 낮으며, 다른 OTT 를 더 선호함.	최근 미디어 소비자는 자신이 콘텐츠에 영향을 줄 수 있는 것에서 효능감을 느낌. 그런 면에 있어 라디오는 혼자만의 공간에서 제작자와 친밀하다고 느끼고, 효능감을 느끼기 좋은 콘텐츠임.
인력 부족	설문조사	라디오 방송사	방송 후 콘텐츠를 자동으로 클립별로 나누고, 내용을 정리하여 재게시하는 작업이	인력과 예산 문제로 코너별 콘텐츠는 제공하지 못하는

			현재는 사람의 손을 거쳐야 하므로 시간과 노력이 많이 들고 비효율적임.	경우가 많음.
자본 부족	설문조사	라디오 방송사	새로운 형태 및 폭넓은 광고 유형이 필요함.	수익 모델을 만들기 위한 비용도 만만찮은데, 수입 창출 자체가 힘든 상황임. 지역 라디오는 광고 수입이 아닌 수신료를 바탕으로 운영 중임.
시간대마다 비슷한 포맷	설문조사	라디오 방송사	청취자에게 새로움을 줄 필요가 있음. 프로그램 제작 시 도움을 얻기 위해 청취자 데이터 분석 기능이 필요함.	시간대마다 비슷한 포맷의 프로그램이 반복되면 청취자들에게 신선함과 다양성을 제공하기 어려움.
저작권 문제	설문조사	라디오 방송사	저작권 문제로 다시 들기와 같은 서비스를 제공할 수 없는 문제가 있음.	지역 라디오의 경우 생방송에서도 각 방송사의 아카이브를 쓰는 경우가 있음. 그 정도로 음악 저작권에는 예민하므로 주의가 필요함.
환경 구축	설문조사	라디오 방송사	중년층 이상도 사용하기 좋은 UI의 플레이어가 필요함.	특히 지역방송을 보았을 때 자동차에서 라디오가 사라지면 타격이 큼. 라디오 기기를 쓰는 사람도 있지만 매우 드뭄.
프로그램 홍보	설문조사	라디오 방송사	특정 라디오 프로그램을 좋아할 만한 (잠재적) 청취자를 끌어들이고 싶음. 다양한 프로그램이 존재하지만, 청취자들이 원하는 방송을 쉽게 발견하지 못함.	프로그램이 적절한 청취자에게 도달하면 청취율이 증가할 가능성이 높음.

2. AS-IS 파악

2.1. 현재 시스템의 상황 및 문제

2.1.1. 라디오 시장의 상황

최근 라디오 청취율은 전반적인 하락세를 보이고 있다. OTT, 유튜브, 팟캐스트 등 디지털 플랫폼이 대중의 미디어 소비 습관을 변화시키면서, 전통 라디오의 영향력이 감소하고 있기 때문이다. 특히, 유튜브의 숏폼 콘텐츠와 개인 맞춤형 스트리밍 서비스는 짧고 강렬한 콘텐츠 소비 패턴을 만들며 라디오 청취율 감소에 영향을 미치고 있다.

이러한 변화속에서 미국 대표 라디오 회사 ‘오다시’ (Audacy)는 2024년 1월, 전통 라디오 광고 시장 축소와 무리한 사업 확장으로 인해 파산보호를 신청했다.¹ 최근 미디어 시장은 OTT, 유튜브 등의 뉴미디어가 장악했으며, 특히 유튜브의 숏폼 콘텐츠는 대중의 시청 패턴을 변화시키며 전통 미디어의 입지를 좁히고 있다.

그럼에도 불구하고 라디오는 청취자와의 소통이라는 고유한 강점을 지닌다. 국내 공동체 라디오 방송국들은 낮은 출력과 재정적 어려움 속에서도 지역 공론장 형성, 공동체 구축, 재난방송 등 사회적 역할을 수행해 왔다. 또한, 음악에 대한 지속적인 수요와 간접 경험을 제공하는 특성은 여전히 경쟁력이 될 수 있다.

2.1.2. 현재 라디오 서비스의 문제

1) 다시 듣기 서비스의 한계 (음악 저작권 문제)

- 제작자와 친밀감을 조성하는 라디오는 라이브 방송을 중심으로 운영되어 한 번 놓치면 그 친밀감이 끊기기 쉽다. 그러나 음악 저작권 문제로 인해 다시 듣기 서비스에서는 음악이 제거되면서 방송의 흐름이 깨지고, 이질감이 발생해 장기 청취자자를 유치하기 어렵다.
- 클립으로 분할 및 저장 기능 등 음악을 포함한 기능을 제공할 수 없다.

2) 라디오 시장의 약화

- 부족한 수입의 큰 부분을 차지하는 광고지만, 과도한 광고는 사용자의 불편을 초래하며 이는 수익 모델의 한계가 된다.
- 라디오 프로그램에 지원되는 인력이 부족하여 부가적인 콘텐츠(예: 클립, 하이라이트 등) 제공에 어려움이 있다.
- 청취자 이탈을 막고 새로운 청취층을 유입할 전략이 부족하여 청취층이 고령화되고 있다.

3) 검색 및 다시 듣기 기능 부족

- 원하는 방송이나 코너를 쉽게 검색하기 어렵다.
- 긴 러닝타임으로 인해 듣고 싶은 부분만 선택하여 듣는 것이 불편하다.
- 기억에 남는 사연이나 멘트가 있어도 다시 찾기 어려운 구조이다.
- 코너별 챕터 구분, 하이라이트 제공, 특정 구간만 재생하는 기능이 부족하다.

¹ <https://www.mk.co.kr/news/world/10915847>

4) 추천 시스템 부재

- 방송 프로그램이 많지만, 사용자의 선호도를 반영한 맞춤형 추천 기능이 부족하다.
- 데이터 기반 청취 패턴 분석 시스템이 미흡하여 더 효율적인 제공이 불가능하다.

5) 라디오 자체의 진입장벽 존재

- 기존 청취 방식이 아날로그적인 특성이 강하여, 젊은 세대가 접근하기 어려운 구조다.
- OTT 및 팟캐스트처럼 사용자가 원하는 시간에 원하는 방식으로 소비할 수 있는 유연성이 부족하다.

2.2. 개선 방향 도출 (TO-BE)

다음과 같은 개선 방향을 통해 조각 라디오 서비스의 실현 가능성을 높이고, 라디오 시장을 활성화할 계획이다.

1) 저작권 문제 해결

- 음악과 멘트를 필터링하여 구분 후 음악 부분을 음원 스트리밍 API 를 이용하여 제공하도록 한다.

2) 운영 효율화

- AI 를 활용하여 방송의 주요 내용을 자동으로 분석하고 요약하여 하이라이트나 클립을 제공한다. 이를 통해 부가적인 콘텐츠 제공 부담을 줄인다.
- 광고 및 구독 모델, 프리미엄 제공 등을 통해 수익 구조를 개선하여 효율적인 수입 창출을 도모한다.
- 유연한 소비 방식을 제공하고, 젊은 세대를 대상으로 한 맞춤형 콘텐츠와 홍보 전략을 통해 청취층을 다양화한다.

3) 검색 및 다시 듣기 개선

- 방송을 조각화하여 키워드로 검색할 수 있도록 하며, 원하는 방송이나 코너를 빠르게 찾을 수 있도록 한다.
- 방송을 챕터별로 나누어 하이라이트나 특정 부분을 쉽게 찾을 수 있도록 한다.
- 사용자가 원하는 특정 구간만 선택해 들을 수 있는 기능을 제공하여 긴 방송의 러닝타임을 단축시킨다.

4) 취향 기반 추천 시스템 도입

- 나이, 성별, 청취 이력 등을 기반으로 사용자가 관심을 가질 수 있는 방송을 추천한다.
- AI 추천 알고리즘을 활용하여 개인 맞춤형 콘텐츠를 추천한다.

5) 클립 저장 및 공유 기능 추가

- 조각화를 통해 사용자가 원하는 부분을 직접 클립으로 저장 가능하도록 한다.
- 클립을 공유할 수 있는 기능을 추가하여 유입 가능성을 넓힌다.

6) 차량을 위한 기능 제공 및 UI/UX 개선

- 차량 내 디스플레이와 연동할 수 있는 서비스를 제공한다.
- 음성 검색과 조작 기능을 제공한다.
- 기존의 주 청취층인 중장년층을 위한 직관적인 디자인을 적용한다.