

이 자료는 9월 5일(월) 06시부터 사용하시기 바랍니다.

| | | | |
|-----|--------------------------|------|---|
| 배포일 | 2022년 9월 2일(금) (총 9쪽) | 담당부서 | 시장조사국 유통조사팀 |
| | | 담당자 | 정대균 팀장 (043-880-5561) 조해령 조사관 (043-880-5565) |

오디오북 서비스 만족도, ‘재생기능’ 높고 ‘가격’ 낮아

- 무료체험 후 고지 없이 결제되는 피해 많아 -

최근 디지털 콘텐츠 및 스트리밍 서비스의 소비자 이용이 증가하면서, 오디오북* 시장도 성장**하고 있다. 이에 한국소비자원(원장 장덕진)이 오디오북 이용 경험이 있는 소비자를 대상으로 만족도 등을 조사한 결과, 재생기능에 대한 만족도는 높고 가격과 관련한 만족도는 낮은 것으로 나타났다.

* 오디오북 : 글자로 되어 있는 종이책 또는 전자책을 음성으로 변환하여 제공하는 서비스

** 국내 오디오북 시장 규모(한국출판문화산업진흥원 등) : (19년) 약 171억 원 → (20년) 약 300억 원 추정

【 조사개요 】

- 조사대상 : 오디오북 서비스(상위 3개 사업자*) 이용경험자 약 800명
* 밀리의 서재, 스토리텔, 윌라 오디오북(가나다순)
※ 구독형 월정액제 서비스 운영업체 중 앱 다운로드 수, 사용자 수, 오디오북 권수 등 기준 상위 3개 업체
- 조사방법 : 온라인 설문조사(22.5.11. ~ 5.18.)
- 분석개요 : 만족도는 부문별 기중 평균 적용(5점 리커트 척도), 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±3.41%p

□ ‘재생기능’ 만족도 높고, ‘가격’ 만족도는 낮아

조사대상 3개 업체의 오디오북 서비스의 종합만족도는 평균 3.47점으로 다른 유사 콘텐츠 이용 서비스*에 비해 낮은 것으로 나타났다. 업체별로는 윌라 오디오북 3.49점, 스토리텔 3.46점, 밀리의 서재 3.45점 순이나, 업체 간 점수 차이는 오차범위 안에 있는 것으로 조사되었다.

* '20년 전자책(E-BOOK) 서비스 3.64점, '21년 온라인 동영상(OTT) 서비스 3.55점 등

[소비자 만족도 조사 결과]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 종합 만족도 | 3대 부문 만족도(3.47점) | | | 포괄적 만족도(3.46점) | | |
|----|-----------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------|
| | | 서비스 품질 ¹⁾ | 서비스 상품 ²⁾ | 서비스 체험 ³⁾ | 전반적 만족도 | 기대 대비 만족도 ⁴⁾ | 이상 대비 만족도 ⁵⁾ |
| 전체 | 3.47 | 3.52 | 3.45 | 3.45 | 3.55 | 3.42 | 3.41 |

* 한국소비자원의 종합만족도 : 3대 부문 만족도(서비스품질, 서비스상품, 서비스체험)와 포괄적 만족도(전반적 만족, 기대 대비 만족, 이상 대비 만족)를 각각 50%로 반영하여 산출

- 1) 상품 및 본원적 서비스 외의 모든 요소에 대한 만족도 (공감성, 효율성, 대응성, 신뢰성 등)
- 2) 상품 및 본원적 서비스에 대한 만족도 (가격, 가청도, 재생기능 등)
- 3) 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 긍정·부정감정의 빈도 (즐거움, 편안함, 실망감, 황당함 등)
- 4) 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도
- 5) 해당 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도

해당 서비스 업종의 특성을 반영해 평가하는 서비스상품 만족도의 6개 요인(가격, 가청도, 상품, 재생기능, 구매취소 및 환불, 부가기능) 중에서는 '재생기능'에 대한 만족도가 평균 3.68점으로 가장 높았고, '가격' 만족도가 평균 3.24점으로 가장 낮았다.

서비스 품질 및 상품의 만족도를 구성하는 일부 세부 요인에서는 업체 간 점수에 차이가 있었다. 화면 구성의 이용 용이성·접근성 등을 평가하는 '효율성'과 재생기능의 편리성, 조정의 용이성 등을 평가하는 '재생기능'에서 밀리의 서재가 가장 높은 점수를 받았다.

[주요 세부 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 | 전체 |
|--------------|--------------------|--------|------|---------|------|
| 주요 부문 | 주요 구성요인 | | | | |
| 서비스품질 만족도 | 효율성 ¹⁾ | 3.66 | 3.53 | 3.59 | 3.60 |
| 서비스상품 만족도 | 가격 | 3.21 | 3.22 | 3.27 | 3.24 |
| | 재생기능 ²⁾ | 3.74 | 3.59 | 3.69 | 3.68 |

* 서비스상품 만족도의 가격 요인은 업체별 차이가 유의하지 않음.

1) 화면 구성의 이용 용이성, 접근성 등

2) 재생기능의 편리성, 조정의 용이성 등

한편, 소비자들은 오디오북 서비스 선택요인으로 '오디오북의 수(32.0%)', '서비스 이용 가격 및 제휴 할인(28.7%)', '나레이터 및 성우의 다양성(17.5%)', '이용 플랫폼에서 안정적으로 오디오북이 재생되는지 여부(7.8%)' 등이 중요하다고 응답했다.

□ '무료체험 후 고지 없이 결제' 피해가 가장 많아

오디오북 서비스 이용 중 겪은 소비자피해 경험에 대한 설문에서는 조사대상 823명의 12.9%(106명)가 피해 경험이 있다고 응답했다. 주요 피해 유형은 '무료체험 후 고지 없이 결제'가 41.5%(44명)로 가장 많았고, '제공 서비스 미흡'과 '시스템 미흡'이 각각 31.1%(33명), '구독 취소 및 중도해지 거부' 24.5%(26명) 등의 순으로 나타나(복수응답), 무료체험이 끝나고 유료로 전환될 때 안내 및 고지 강화가 필요한 것으로 조사됐다.

□ 유료 이용에 부담 느끼는 소비자, 다양한 요금제 원해

조사대상(823명) 중 현재까지 오디오북을 이용 중인 응답자는 24.8%(204명)에 그쳤다. 더 이상 오디오북을 이용하지 않는다고 응답한 소비자(619명)에게 이용을 중단한 이유를 질문한 결과, '구독 이후 잘 이용하지 않게 되어서'가 28.1%, '무료 체험 기간이 종료되어서' 20.5%, '오디오북 종류가 다양하지 않아서' 17.1%, '가격이 부담스러워서' 14.7% 등으로 조사돼, 응답자의 35.2%가 요금에 부담을 느끼는 것으로 나타났다.

오디오북 서비스에 대한 개선의견으로는 '선택할 수 있는 요금제가 다양해져야 한다'는 항목의 점수가 4.13점으로 가장 높았고, '오디오북 콘텐츠의 지속적인 업데이트 필요(4.12점)', '다양한 나레이터 제공(3.98점)', '오디오북 이외 콘텐츠의 제공(3.85점)', '개별콘텐츠 구매 기능 제공(3.82점)' 등의 순이었다(5점 만점).

오디오북 플랫폼에 한 달간 최대 얼마까지 지불할 의사가 있는지 묻는 질문에는 '1만 원 미만'이 62.0%로 가장 많았고, '1만 원 이상~1만 5천 원 미만(27.6%)', '1만 5천 원~2만 원 미만(7.5%)' 등의 순으로 나타났다.

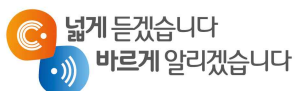
□ 선호하는 오디오북 장르는 소설이 압도적으로 높아

오디오북 선호 장르에 대한 조사에서는 소설이 53.7%로 다른 장르를 크게 앞질렀고, 이어서 자기계발 16.3%, 시·에세이 7.4%, 인문·철학·역사 6.2% 등의 순이었다(복수응답).

소비자가 오디오북을 이용할 때 오디오북에만 집중하는 경우는 8.5%로 소수에 불과했고, '출·퇴근 및 통학하는 중에 청취'가 28.8%, '잠자리에 들기 전 청취'가 26.4% 등 주로 동시에 다른 일을 하면서 듣는 경우(멀티태스킹)가 많았다.

또한, 오디오북을 청취하는 시간대는 '밤 시간(21시~자정 이전)'이 30.1%로 가장 많고, '저녁 시간(17~21시)' 19.4%, '이른 아침(9시 이전)' 17.0% 등의 순이었다.

한국소비자원은 소비자의 합리적 선택 및 서비스 분야의 품질 향상을 위해 비교 정보를 지속적으로 생산하고, 사업자들이 콘텐츠 및 요금제 다양화 등 서비스 개선에 활용할 수 있도록 사업자별 맞춤형 정보를 제공할 예정이다.



위 자료를 인용하여 보도할 경우에는
출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
www.kca.go.kr



[붙임] 오디오북 서비스 소비자 만족도 및 이용실태 결과

1 소비자 만족도

【 조사개요 】

- **조사대상** : 오디오북 서비스(상위 3개 사업자*) 이용경험자 823명
 - * 밀리의 서재, 스토리텔, 윌라 오디오북(가나다순)
 - ** 최근 1년여 이내('21.1.~조사시점('22.5.11.))에 오디오북 서비스를 이용한 경험이 있는 소비자
 - ※ 오디오북 구독형 월정액제 서비스 운영하는 사업자로 한정함.
- **조사방법** : 온라인 설문조사('22.5.11. ~ 5.18.)
- **분석개요** : 만족도는 부문별 가중 평균 적용(5점 리커트 척도), 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±3.41%p

□ '재생기능' 만족도 높고, '가격' 만족도는 낮아

- 종합만족도는 서비스품질, 서비스상품, 서비스체험의 중요도(가중치)를 반영한 평균값을 50%, 전반적인 만족도, 기대 대비 만족도, 이상 대비 만족도를 산술 평균한 값을 50%로 반영하여 산출된 값을 의미함.
- (전체) 3개 오디오북 서비스의 종합만족도는 평균 3.47점이었으며 업체 간 차이는 통계적으로 유의하지 않음.

[소비자 만족도 조사 결과]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 종합 만족도 | 3대 부문 만족도(3.47점) | | | 포괄적 만족도(3.46점) | | |
|-----------|-------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------|
| | | 서비스 품질 ¹⁾ | 서비스 상품 ²⁾ | 서비스 체험 ³⁾ | 전반적 만족도 | 기대 대비 만족도 ⁴⁾ | 이상 대비 만족도 ⁵⁾ |
| 전체 | 3.47 | 3.52 | 3.45 | 3.45 | 3.55 | 3.42 | 3.41 |

- 1) 상품 및 본원적 서비스 외의 모든 요소에 대한 만족도 (공감성, 효율성, 대응성, 신뢰성 등)
- 2) 상품 및 본원적 서비스에 대한 만족도 (가격, 가청도, 재생기능 등)
- 3) 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 긍정·부정감정의 빈도 (즐거움, 편안함, 실망감, 황당함 등)
- 4) 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도
- 5) 해당 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도

- (부문별) 서비스 제공 과정 전반에 대해 평가하는 '서비스품질 만족도'가 3.52점으로 가장 높았고, 상품 및 본원적 서비스에 대해 평가하는 '서비스상품 만족도'와 소비자가 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 감정에 대한 평가인 '서비스 체험 만족도'가 3.45점으로 비교적 낮았음.

- 서비스상품 만족도의 평가 요인은 가격, 가청도, 상품, 재생기능, 구매취소 및 환불, 부가기능으로 구성되었고, 이 중 '재생기능'에 대한 만족도는 평균 3.68점으로 가장 높은 반면, '가격' 만족도는 평균 3.24점으로 가장 낮음.

[서비스상품 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | | | | | | | 서비스 상품 만족도 |
|----|------|------|------|------|-----------------|------|------------------|
| | 가격 | 가청도 | 상품 | 재생기능 | 구매취소 및 환불 | 부가기능 | |
| 전체 | 3.24 | 3.53 | 3.43 | 3.68 | 3.41 | 3.49 | 3.45 |

- 서비스품질의 효율성은 밀리의 서재(3.66점), 윌라 오디오북(3.59점), 스토리텔 (3.53점) 순이었고, 서비스상품의 재생기능은 밀리의 서재(3.74점), 윌라 오디오북 (3.69점), 스토리텔(3.59점) 순이었음.

[주요 세부 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 | 전체 |
|---------------|--------------------|--------|------|---------|------|
| 주요 부문 | 주요 구성요인 | | | | |
| 서비스 품질 만족도 | 효율성 ¹⁾ | 3.66 | 3.53 | 3.59 | 3.60 |
| 서비스 상품 만족도 | 가격 | 3.21 | 3.22 | 3.27 | 3.24 |
| | 재생기능 ²⁾ | 3.74 | 3.59 | 3.69 | 3.68 |

* 서비스상품 만족도의 가격 요인은 업체별 차이가 유의하지 않음.

1) 화면 구성의 이용 용이성, 접근성 등

2) 재생기능의 편리성, 조정의 용이성 등

- (포괄적 만족도) 전반적 만족도, 기대 대비 만족도, 이상 대비 만족도 중 전반적인 만족도가 3.55점으로 나타난 반면, 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도는 3.41점으로 상대적으로 낮았음.

2

이용실태

□ '재생기능' 만족도 높고, '가격' 만족도는 낮아

- (플랫폼 선택요인) 플랫폼 선택의 중요한 요인으로는 오디오북의 수가 32.0%로 가장 높고, 서비스 이용 가격 및 제휴 할인(28.7%), 나레이터 및 성우의 다양성(17.5%), 이용 플랫폼에서 안정적으로 오디오북이 재생되는지 여부(7.8%) 등의 순임.

[플랫폼 선택요인]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분(1순위 응답 기준) | 전체 |
|-----------------------------------|-----------|
| 오디오북의 수 | 32.0(263) |
| 서비스 이용 가격 및 제휴 할인 | 28.7(236) |
| 나레이터 및 성우의 다양성 | 17.5(144) |
| 이용 플랫폼에서 안정적으로 오디오북이 재생되는지 여부 | 7.8(64) |
| 유명 성우나 연예인이 참여한 콘텐츠 보유 여부 | 5.1(42) |
| 나에게 맞는 콘텐츠를 추천해주는 정도 | 5.1(42) |
| 오디오북 외 서비스(전자책, 클래스, 팟캐스트 등)제공 여부 | 2.8(23) |
| 부가 서비스(내 콘텐츠 관리 등) | 0.4(3) |
| 개인 콘텐츠 제작 가능 여부 | 0.4(3) |
| 기타 | 0.4(3) |
| 전체 | 100(823) |

□ '무료체험 후 고지 없이 결제' 피해 경험 가장 많아

- (소비자피해 경험 여부) 전체 응답자 중 12.9%(106명)가 소비자피해를 경험함.

[소비자피해 경험 여부]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 |
|-------|-----------|
| 경험 있음 | 12.9(106) |
| 경험 없음 | 87.1(717) |
| 전체 | 100(823) |

- (소비자피해 유형) 주요 소비자피해 유형은 '무료체험 후 고지 없이 결제(41.5%)'가 가장 많았으며 '제공 서비스 미흡(31.1%)', '제공 시스템 미흡(31.1%)', '구독 취소 중도해지 거부(24.5%)', '해지 후 환불 지연(18.9%)', '서비스 미제공(17.0%)' 순임.

[소비자피해 유형(복수응답)]

(n=106명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 |
|-----------------|------------|
| 무료체험 후 고지 없이 결제 | 41.5(44) |
| 제공 서비스 미흡 | 31.1(33) |
| 제공 시스템 미흡 | 31.1(33) |
| 구독 취소 중도해지 거부 | 24.5(26) |
| 해지 후 환불 지연 | 18.9(20) |
| 서비스 미제공 | 17.0(18) |
| 전체 | 164.1(174) |

* 소비자피해 경험이 있는 응답자에 대한 결과임.

□ **유료 이용에 부담 느끼는 소비자, 다양한 요금제 원해**

- **(이용 현황)** 오디오북 서비스를 계속 이용 중인 경우가 24.8%, 이용 경험이 있지만 현재는 이용을 중단한 경우가 75.2%로 다수임. 사업자별로는 밀리의 서재가 76.5%, 스토리텔 75.5%, 윌라 오디오북 73.7% 순으로 이용중단 비율이 높음.

[**이용 현황**]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 현재 이용 중 | 24.8(204) | 23.5(72) | 24.5(50) | 26.3(82) |
| 현재 이용하지 않지만 이용 경험 있음 | 75.2(619) | 76.5(235) | 75.5(154) | 73.7(230) |
| 전체 | 100(823) | 100(307) | 100(204) | 100(312) |

- **(이용중단 사유)** 현재 오디오북 서비스 이용을 중단한 소비자들의 주요 사유로는 ‘오디오북을 구독 이후 잘 이용하지 않게 되어서’가 28.1%로 가장 많고, ‘무료체험 기간이 종료되어서’가 20.5%, ‘오디오북 종류가 다양하지 않아서’ 17.1%, ‘가격이 부담스러워서’ 14.7% 등으로 조사됨.

[**이용중단 사유**]

(n=619명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 |
|---------------------|-----------|----------|----------|----------|
| 오디오북을 잘 이용하지 않게 되어서 | 28.1(174) | 29.4(69) | 24.7(38) | 29.1(67) |
| 무료체험 기간이 종료되어서 | 20.5(127) | 21.3(50) | 16.9(26) | 22.2(51) |
| 오디오북 종류가 다양하지 않아서 | 17.1(106) | 17.4(41) | 17.5(27) | 16.5(38) |
| 가격이 부담스러워서 | 14.7(91) | 12.3(29) | 16.9(26) | 15.7(36) |
| 오디오북 플랫폼 이용이 불편해서 | 8.1(50) | 8.5(20) | 8.4(13) | 7.4(17) |
| 오디오북 업데이트가 충분하지 않아서 | 6.5(40) | 6.0(14) | 9.7(15) | 4.9(11) |
| 제휴할인이 종료되어서 | 4.2(26) | 4.3(10) | 5.2(8) | 3.5(8) |
| 기타 | 0.8(5) | 0.9(2) | 0.6(1) | 0.9(2) |
| 전체 | 100(619) | 100(235) | 100(154) | 100(230) |

* 오디오북 서비스 이용을 중단한 응답자에 대한 결과임.

- **(소비자 개선의견)** 오디오북 플랫폼 주요 개선의견(5점 만점)으로 요금제 다양화(4.13점), 오디오북 콘텐츠의 업데이트(4.12점), 다양한 나레이터(3.98점)가 필요하다는 점수가 높게 나타났고, 이어 오디오북 이외 콘텐츠의 제공(3.85점), 개별콘텐츠 구매 기능 제공(3.82점), 추천기능 정교화(3.73점), 독서 기록 관리(3.70점) 등의 순임.

[오디오북 플랫폼 서비스 개선의견]

(n=823, 단위 : 점/ 5점 척도)

| 순위 | 문항 | 점수 |
|----|---|------|
| 1 | 선택할 수 있는 요금제가 다양해져야 한다 | 4.13 |
| 2 | 오디오북의 콘텐츠가 지속적으로 업데이트 되어야 한다 | 4.12 |
| 3 | 같은 책이라도 다양한 나레이터가 제작한 오디오북을 선택할 수 있도록 해야 한다 | 3.98 |
| 4 | 오디오북 이외에 다양한 콘텐츠(예:전자책, 영화, 음원 등)가 제공되어야 한다 | 3.85 |
| 5 | 구독형뿐만 아니라 개별 콘텐츠 구매도 가능해야 한다 | 3.82 |
| 6 | 오디오북의 추천 기능이 더 정교화 되어야 한다 | 3.73 |
| 7 | 오디오북 플랫폼은 나의 독서 기록을 더 잘 관리해주어야 한다 | 3.70 |
| 8 | 독서습관 만들기, 자기계발 등 관련 부가기능이 강화되어야 한다 | 3.64 |
| 9 | 오디오북 이용 메뉴 구성이나 플랫폼 디자인이 개선되어야 한다 | 3.53 |
| 10 | 오디오북 플랫폼에서 이용자 간 소통 기능이 강화되어야 한다 | 3.45 |

- (지불의사 금액) 오디오북 플랫폼(정기구독과 개별콘텐츠 구매 모두 포함)에 대해 한 달 최대 지불의사금액으로 '1만 원 미만'이 62.0%로 가장 많았고, '1만 원 이상 ~ 1만 5천 원 미만(27.6%)', '1만 5천 원 이상 ~ 2만 원 미만(7.5%)', '2만 원 이상 ~ 2만 5천 원 미만(2.2%)', '2만 5천 원 이상(0.7%)' 순임.

[지불의사 금액]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1만 원 미만 | 62.0(510) | 68.4(210) | 54.9(112) | 60.3(188) |
| 1만 원 이상~1만 5천 원 미만 | 27.6(227) | 23.8(73) | 30.4(62) | 29.5(92) |
| 1만 5천 원 이상~2만 원 미만 | 7.5(62) | 5.5(17) | 10.3(21) | 7.7(24) |
| 2만 원 이상~2만 5천 원 미만 | 2.2(18) | 2.0(6) | 2.9(6) | 1.9(6) |
| 2만 5천 원 이상 | 0.7(6) | 0.3(1) | 1.5(3) | 0.6(2) |
| 전체 | 100(823) | 100(307) | 100(204) | 100(312) |

□ 선호하는 오디오북 장르는 소설이 압도적으로 높아

- (선호 장르) 선호 장르는 소설이 53.7%로 가장 많고, 자기계발 16.3%, 시·에세이 7.4%, 인문·철학·역사 6.2% 등의 순임.

[선호 장르]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분(1순위 응답 기준) | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 |
|---------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| 소설 | 53.7(442) | 55.7(171) | 41.2(84) | 59.9(187) |
| 자기계발 | 16.3(134) | 14.7(45) | 18.6(38) | 16.3(51) |
| 시/에세이 | 7.4(61) | 9.8(30) | 7.8(16) | 4.8(15) |
| 인문/철학/역사 | 6.2(51) | 7.5(23) | 5.4(11) | 5.4(17) |
| 경제/경영 | 3.5(29) | 2.9(9) | 2.0(4) | 5.1(16) |
| 외국어 | 3.4(28) | 2.6(8) | 7.4(15) | 1.6(5) |
| 예술/종교 | 2.3(19) | 1.6(5) | 5.4(11) | 1.0(3) |
| 유아/아동/청소년 | 1.9(16) | 0.7(2) | 4.4(9) | 1.6(5) |
| 사회/정치 | 1.8(15) | 1.6(5) | 2.9(6) | 1.3(4) |
| 가정/생활/요리 | 1.5(12) | 1.3(4) | 1.5(3) | 1.6(5) |
| 건강/취미 | 1.2(10) | 1.3(4) | 1.5(3) | 1.0(3) |
| 과학 | 0.7(6) | 0.3(1) | 2.0(4) | 0.3(1) |
| 전체 | 100(823) | 100(307) | 100(204) | 100(312) |

- (멀티태스킹* 여부) 오디오북을 이용할 때 오디오북에만 집중하는 경우는 8.5%에 불과했고, '출·퇴근 및 통학하는 중에 청취'가 28.8%, '잠자리에 들기 전 청취'가 26.4% 등의 순으로 나타남.

* 오디오북 청취를 일상의 다른 일과 동시에 하는 경우

[멀티태스킹 여부]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 | |
|------------|----------------------|-----------|----------|----------|----------|
| 오디오북에만 집중함 | 8.5(70) | 6.8(21) | 7.8(16) | 10.6(33) | |
| 멀티태스킹 | 출퇴근(혹은 통학) 하는 중에 청취함 | 28.8(237) | 30.0(92) | 22.5(46) | 31.7(99) |
| | 잠자리에 들기 전에 청취함 | 26.4(217) | 31.6(97) | 24.5(50) | 22.4(70) |
| | 집안일을 하는 중에 청취함 | 13.6(112) | 10.7(33) | 20.1(41) | 12.2(38) |
| | 운동/산책 중에 청취함 | 12.4(102) | 10.1(31) | 14.7(30) | 13.1(41) |
| | 업무/학업 중에 청취함 | 7.0(58) | 7.5(23) | 6.9(14) | 6.7(21) |
| | 운전 중에 청취함 | 2.8(23) | 2.6(8) | 2.5(5) | 3.2(10) |
| | 기타 | 0.5(4) | 0.7(2) | 1.0(2) | 0.0(0) |
| 전체 | 100(823) | 100(307) | 100(204) | 100(312) | |

- (이용 시간대) 주 이용 시간대는 '밤 시간(21시~자정 이전)'이 30.1%로 가장 많고, '저녁시간(17~21시)' 19.4%, '이른 아침(오전 9시 이전)' 17.0% 등의 순임.

[주 이용 시간대]

(n=823명, 단위 : %(명))

| 구분 | 전체 | 밀리의 서재 | 스토리텔 | 윌라 오디오북 |
|-------------------|-----------|-----------|----------|----------|
| 이른 아침(오전 9시 이전) | 17.0(140) | 17.3(53) | 11.8(24) | 20.2(63) |
| 오전 시간대(9~12시 이전) | 13.2(109) | 11.7(36) | 14.2(29) | 14.1(44) |
| 점심시간(12~14시이전) | 5.1(42) | 3.3(10) | 7.4(15) | 5.4(17) |
| 오후 시간대(14~17시이전) | 10.8(89) | 8.8(27) | 13.7(28) | 10.9(34) |
| 저녁시간(17~21시 이전) | 19.4(160) | 19.9(61) | 17.6(36) | 20.2(63) |
| 밤 시간(21시~자정 이전) | 30.1(248) | 32.9(101) | 31.9(65) | 26.3(82) |
| 새벽시간(자정 이후 취침 이전) | 4.3(35) | 6.2(19) | 3.4(7) | 2.9(9) |
| 전체 | 100(823) | 100(307) | 100(204) | 100(312) |