

■ 세계 디지털 음악시장의 현황과 전망 ■

하윤금(KOCCA 통계정보팀 수석연구원)

세계 디지털 음악시장을 살펴보기 위해서는 먼저 세계 음악시장의 분류를 살펴보는 것이 필요하다. 크게 음악시장은 라이브음악(live music) 시장과 기록음악(recorded music) 시장으로 나눌 수 있다. 기록음악 시장은 다시 음반, CD, DVD 등의 물리적(physical) 유통시장과 디지털(digital)화된 음원을 통한 디지털 유통시장, 그리고 공적 장소나 매체에 의해 음악을 재생하는 실연권(performance rights)시장, 영화, 게임, 광고 등에 사용되는 배경음악(synchronisation) 시장 등으로 나뉜다. 일반적으로 디지털 유통시장을 디지털 음악시장으로 부른다.

<표 1> 음악시장의 분류

라이브음악 (live music) 시장	기록음악(recorded music) 시장			
	물리적 유통	디지털 유통 (디지털 음악시장)	실연권	배경음악
공연, 콘서트, 음악 페스티벌 등	카세트, CD, LP/EP ¹⁾ , DVD 등의 유통	온라인이나 모바일을 통한 다운로드, 스트리밍, 벨소리 등의 디지털 음원 유통	기록음악의 공공 장소, 매체에서의 재생	기록음악의 영화, 게임, 광고 등에서 배경음악 처리

이처럼 기록음악시장 속에서 디지털 유통시장에 해당하는 디지털 음악시장은 다시 서비스 유형에 따라 다음과 같은 시장으로 분류된다.

<표 2> 디지털 음악 시장 서비스별 분류²⁾

유통 시장		유통 방식	
디지털 유통	다운로드 (download)	영구적 다운로드 (permanent digital download)	
		일시적 다운로드(limited download)	
	스트리밍 (streaming)	오디오	On-Demand
			Radio-Style 클라우드
모바일 (mobile)	뮤직 비디오 mastertone(컬러링), ringtone(벨소리), ringbacktone(통화연결음) 등의 모바일 상품		

이 분류에 따르면 특히 미국의 경우 디지털 음악시장에서 현재 새롭게 관심을 모으고 있는 인터넷 라디오 스트리밍 서비스는 방송 산업에 분류되고, 그 수익의 일부인 저작권 로열티는 실연권에 속해 기록음악 시장 매출에 포함된다.³⁾

1) EP= Extended Play, LP= Long Playing record. EP는 일반적으로 3-5개의 음악 수록, LP는 full album 형식

2) 미국의 디지털 음악서비스 분류는 Federal Register의 Copyright Royalty Board, 2009. 1. 26일자 37 CFR Part 385에 규정

3) 미국의 경우 인터넷 라디오 서비스는 Pandora, Last.fm, Slaker Radio 등이 해당. cf. Brian T. Yeh(2009.3.29). Statutory Royalty Rates for Digital Performance of Sound Recordings: Decision of the Copyright Royalty Board, Congressional Research Service.

세계 디지털 음악시장의 규모를 <표 3>을 통해 살펴보면, 우선 2011년 세계 음악시장은 전체 498억 8,600만 달러로 1.3%의 성장을 기록하였다. 2007년 이후 지속적인 감소세에서 2011년 처음으로 성장세로 돌아섰고, 앞으로 2016년까지 평균 3.7%의 지속적인 성장이 예상된다. 세부적으로 살펴보면, 세계 음악시장은 라이브음악 시장이 261억 8,600만 달러로 전체의 52.50%의 비중을, 기록음악 시장이 237억 달러로 47.50%의 비중을 차지하는 등 공연 등의 라이브 음악시장이 기록음악 시장보다 더 큰 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 기록음악 분야 중 물리적 유통은 159억 6,900만 달러(32%), 디지털 유통은 77억 3,100만 달러(15.50%)로 현재 디지털 음악시장은 전체 음악시장의 1/6을 차지하고 있으며, 물리적 유통시장의 1/2에 불과함을 알 수 있다.

하지만 2011년 세계 음악시장에서 가장 큰 성장을 보인 분야는 디지털 음악시장으로 8.7%, 그 다음은 라이브 음악분야로 4.8%의 성장을 기록하였으며, 기록음악의 물리적 유통 분야는 -7.0%로 시장이 축소되고 있음을 알 수 있다. 앞으로 2016년까지 가장 크게 성장할 시장 역시 디지털 음악시장으로 12.6%의 연평균 성장을 보일 것으로 예상되고, 그 다음이 라이브 음악시장으로 5.6%, 반면 물리적 유통시장은 -6.7%로 지속적인 시장 축소가 예상된다.

이와 같은 세계 음악시장의 변화에 따라 2015년 세계 음악시장에서 디지털 음악시장이 물리적 음악 시장 규모를 추월할 것으로 전망되고, 디지털 음악시장으로의 변화와 지속적인 성장은 거스를 수 없는 대세가 되고 있다.

<표 3> 글로벌 음악시장 분야별 현황

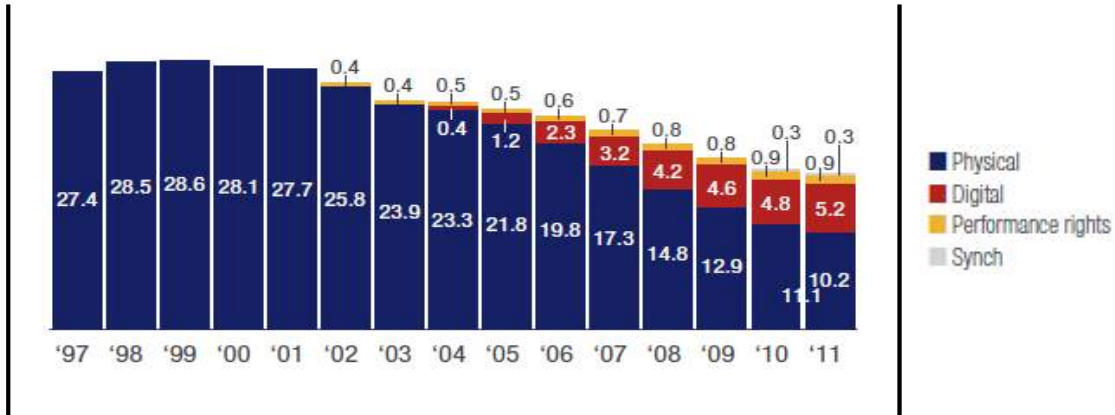
(Retail Value, 백만 달러, 변화율 %)

분야	2007	2008	2009	2010	2011p	2012	2013	2014	2015	2016	2011-16 CAGR	
기록 음악	물리적 유통	27,151	22,954	19,974	17,163	15,969	14,610	13,506	12,603	11,873	11,308	
		-13.6	-15.5	-13.0	-14.1	-7.0	-8.5	-7.6	-6.7	-5.8	-4.8	-6.7
	디지털 유통	5,173	6,204	6,799	7,114	7,731	8,864	10,063	11,326	12,631	13,966	
		42.0	19.9	9.6	4.6	8.7	14.7	13.5	12.6	11.5	10.6	12.6
기록 음악 전체	32,324	29,158	26,773	24,277	23,700	23,474	23,569	23,929	24,504	25,274		
	-7.8	-9.8	-8.2	-9.3	-2.4	-1.0	0.4	1.5	2.4	3.1	1.3	
라이브 음악 전체	24,469	25,063	26,381	24,993	26,186	27,650	29,202	30,881	32,637	34,467		
	4.5	2.4	5.3	-5.3	4.8	5.6	5.6	5.7	5.7	5.6	5.6	
전체 음악 총계	56,793	54,221	53,154	49,270	49,886	51,124	52,771	54,810	57,141	59,741		
	-2.9	-4.5	-2.0	-7.3	1.3	2.5	3.2	3.9	4.3	4.6	3.7	

* 출처: Global Entertainment and media outlook, 2012-2016, PricewaterhouseCoopers, 2012.

반면 IFPI에 의하면, 세계 디지털 음악시장이 포함된 세계 기록음악 시장의 전체 규모는 2000년도부터 계속적으로 축소되는 추세이다. 이와 같은 축소는 물리적 유통에서 기인하며 주로 CD 판매의 부진에 의한다. 기록음악 시장에서 물리적 유통 비중의 축소는 디지털 유통 비중의 확대에 대체되고 있는 상황이다. 그러나 물리적 유통 분야의 지속적인 하락과 동시에 디지털유통 분야의 상승이 일어나고는 있지만 디지털 유통의 상승분이 물리적 유통의 하락분의 차이(갭)을 상쇄해 주지는 못하고 있는 실정이다.

<그림 1> 세계 기록음악 시장 비중추이(1997~2011년, 분야별)



※ 출처: IFPI (2012). Recording Industry in Numbers

세계 디지털 음악시장을 각 권역별로 살펴보면, 미국과 캐나다가 포함된 북미 시장이 전체의 42.5%를 차지하고 있고, 아시아 태평양 시장이 30.5%로 두 번째 시장을, 유럽 아프리카 등의 시장은 24.6%로 세 번째 시장을 형성하고 있다. 특히 국가별로 미국시장은 40.6%를 차지하여 단일 시장으로 가장 큰 시장을 형성하고 있고 다음이 일본으로 15.2%, 영국이 3위로 7.6%, 한국이 4위로 5.4%의 시장을 점유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4> 세계 디지털 음악시장 권역별, 국가별 비중

(백만 달러)

권역 (점유율)	국가	디지털 시장	전체 (성장률)	권역 (점유율)	국가	디지털 시장	전체 (성장률)
북미 (42.5%)	미국	3,137	3,288 (8.7%)	아시아, 태평양 등 (30.5%)	중국	156	2,355 (0.6%)
	캐나다	151			인도	152	
유럽, 아프리카 등 (24.6%)	프랑스	154	1,901 (19.6%)		일본	1,174	
	독일	366			한국	416	
	스위스	143			태국	69	
	영국	585			호주	196	
	러시아	87			남미 (2.4%)	브라질	
	이태리	63		멕시코		87	
전체 음악시장	7,731						

※ 출처: Global Entertainment and media outlook, 2012-2016, PricewaterhouseCoopers, 2012.

세계 디지털 음악시장의 분야별 매출을 미국 리서치기관 Gartner의 자료인 <표 5>에 의해 살펴보면,⁴⁾ 2011년 전년 대비 7.6% 증가한 세계 디지털 음악시장의 매출 63억 3500만 달러 중 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있는 시장은 음원 다운로드 시장으로 2011년 36억 3000만 달러, 전체의 57.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 다음으로 큰 비중을 차지한 모바일 시장은 21억 7300만 달러로 34.3%, 스트리밍 시장은 5억 3200만 달러, 8.4%의 비중을 차지했다.

4) 스트라베이스, 2012. 01. 27

세계 디지털 음악시장의 분야별 매출을 미국 리서치기관 Gartner의 자료인 <표 5>에 의해 살펴보면⁵⁾ 2011년 전년 대비 7.6% 증가한 세계 디지털 음악시장의 매출 63억 3500만 달러 중 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있는 시장은 음원 다운로드 시장으로 2011년 36억 3000만 달러, 전체의 57.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 다음으로 큰 비중을 차지한 모바일 시장은 21억 7300만 달러로 34.3%, 스트리밍 시장은 5억 3200만 달러, 8.4%의 비중을 차지했다.

< 표 5. 세계 디지털 음악 시장 분야별 매출 추이 및 전망> (백만 달러)

구분		2010	2011	2012p	2013	2014	2015	CAGR (2010-2015)
디지털 음악	스트리밍	353	532	809	1,211	1,701	2,219	44.4%
	다운로드	3,368	3,630	3,847	3,952	4,003	4,050	3.8%
	모바일	2,167	2,173	2,141	1,958	1,723	1,461	-7.6%
	총매출	5,888	6,335	6,798	7,121	7,427	7,730	5.6%

※ 출처: Gartner

현재 디지털 음악시장에서 세계적인 유통이 가능한 글로벌 유통 플랫폼은 오디오 다운로드 분야의 iTunes store와 비디오 스트리밍 분야의 YouTube 정도이고, 유럽을 중심으로 미국 서비스를 시작한 Spotify가 오디오 스트리밍 서비스로 세계 시장에서 글로벌 서비스 플랫폼을 형성 중에 있다. 그러므로 현재 세계 디지털 음악시장은 가장 큰 유료 플랫폼인 iTunes Music Store를 중심으로 한 음원 다운로드 서비스가 가장 큰 매출 비중을 차지하고 있지만 앞으로 가장 급성장을 보일 시장은 Spotify 등의 스트리밍 서비스 시장으로 전년 대비 50.6%, 2010년 - 2015년 사이 44.4%의 연평균 성장을 보일 것으로 예측된다.

이와 같은 Spotify를 중심으로 한 유럽(스웨덴)의 추격에 세계 디지털 시장을 쥐고 있는 iTunes는 다운로드 서비스와 스트리밍 서비스가 결합된 클라우드 서비스 iTunes Match를, Google은 Google Play를, iTunes store(70%) 다음으로 미국 시장의 15%를 점유하고 있는 Amazon은 Amazon Cloud Player 서비스를 통해 세계 디지털 음악시장에서 각축을 벌이고 있다.

비록 수익모델이 안정화 단계에 이르지 못한 세계 디지털 음악시장이지만 싸이(Psy)의 경우에서 보여주는 것처럼 K-pop의 글로벌 시장 진출을 위해서는 무한한 가능성이 열려있는 시장이기도 하다. 기존의 Universal, Sony, Warner, EMI의 세계 4대 음반사, 즉 기록음악의 물리적 유통을 중심으로 형성되어있던 세계 음악시장의 진입은 쉽지 않은 일이었다. 하지만 이제는 대중을 사로잡을 수 있는 음악만 있다면 디지털 음악시장을 통한 글로벌 진출에 더 이상 장벽이 없다는 것을 알 수 있다. 뿐만 아니라 이는 기존 음악 유통시장의 구도가 세계 4대 음반사 중심에서 애플이나 구글과 같은 디지털 IT 기업으로 넘어가고 있는 상황을 보여주는 것이기도 하다.

5) 스트라베이스, 2012. 01. 27