

# 2010 음악산업백서 요약

## □ 2009년 및 2010년 상반기 음악산업계 주요이슈

### 1. 모바일 음악산업의 새로운 발전 시도

- 모바일 음악 서비스업은 이미 성장 단계를 넘어 포화 상태에 이르렀으며 이용자들의 새로운 욕구 충족이 필요한 상태임
- 스마트폰 보급에 따른 다양한 음악 콘텐츠 개발이 모바일 음악산업이 성장하는데 기회요인으로 작용하고 있음
- 2009년 12월 애플이 온라인 음악 서비스 업체인 라라미디어를 인수하며 스트리밍 방식과 클라우드(소프트웨어 저장 공간 공유체계)기반 음악 서비스를 시작
- 2010년 7월 모바일 음악산업의 발전과 함께 적극적 정책의 뒷받침을 위해 '모바일 통합 콘텐츠 협회' 설립

### 2. 아이돌 공화국, 다양한 콘텐츠 산업으로 부상

- 2010년 5월 SM엔터테인먼트의 1분기 영업이익이 104억 원(전년대비 471%)을 기록했고 이와 같은 성공은 아이돌 그룹 소녀시대 덕분이라는 평가가 지배적
- 아이돌의 무수한 변형 이름들(연기돌, 성인돌, 예능돌, 생계돌 등)은 대중문화 전반으로 콘텐츠 사업 범위를 넓히려는 기획사들의 시도임
- 아이돌 그룹은 엔터테인먼트 프로그램, 드라마, CF, 뮤지컬, 게임 아이템 등 다양한 콘텐츠로 부상하며 음악산업에서 큰 입지를 차지하고 있음

### 3. 음악 불법복제물에 대한 법 개정과 시행 성과

- 2009년 한 해 동안 불법 복제물 이용 경험이 가장 많은 분야는 '음악물'로 전체 시장의 28.5%를 차지함 (온라인 : 12억 6,279만 9,351 곡, 오프라인 : 5억 446만 5,598 곡)
- 2009년 7월 개정된 저작권법은 저작물을 불법으로 3번 이상 업로드 시 최고 6개월까지 해당 사이트의 계정을 정지하는 것에 관한 법임
- 2009년 8월에 조사한 '개정 저작권법 국민 인식 조사 결과 보고서'에 따르면, 불법 저작물을 다운로드 해본 경험자의 45%는 개정 저작권법 시행 후 불법저작물 다운로드 횟수가 줄었다고 응답함

#### 4. 대중음악계 표절 사건과 논란 의혹 지속

- 2009년 12월 문화체육관광부는 한국저작권위원회 내에 음악 및 학술논문 등에 대한 표절 위원회를 발족시켰음
- 표절위원회의 출현에도 불구하고 2009년 하반기부터 가요계는 끊임없는 표절 논란에 휩싸이며 B2M 엔터테인먼트 소속 이효리의 4집 앨범 중 6곡이 표절 곡으로 판명됨
- 국내에서의 표절은 외국보다 그 사회적 허용 범위가 넓기 때문에 국내에서 표절을 근절시킬 수 있는 여러 대안들이 제시되어야함

#### 5. 누구나 음악인이 될 수 있는 환경

- 2010년 '슈퍼스타 K' 형태의 오디션 프로그램은 누구나 재능이 있으면 음악 아티스트가 될 수 있다는 희망과 함께 대중 음악계에 개성 있는 음악이 존재 할 수 있다는 점에서 긍정적 영향을 줌
- 음악제작부분에서는 '홈레코딩' 방식이 보편화 되면서 뮤지션들의 자가 레이블이 활성화됨
- 전문성에 국한되지 않은 생활기능성 '음악 애플리케이션'이 나오면서 일반인들도 음악을 창작하고 공유할 수 있게 되었음

#### 6. 국내 음반사의 비즈니스 다각화 확대

- 국내 음악기업의 사업 다각화는 크게 대기업 계열의 음악기업과 대형 음악제작사 두 가지로 나누어 볼 수 있음
- 2010년 4월 온라인 음악 서비스 전문 기업이었던 <네오위즈박스>는 <네오위즈인터넷>과 합병해 온라인 음악 사업으로 그 영역을 확대함
- 대기업 기업인 <엠넷미디어>는 음악사업 뿐만 아니라 공연사업, 방송사업, 디지털미디어사업, 글로벌사업, 브랜드 사업 등으로 그 영역을 확대하고 있음

#### □ 2009년 및 2010년 상반기 국내 음악산업 현황

- 오프라인 음악산업에서 음반산업은 2009년 802억 원 정도 수준으로 전년대비 소폭 감소하였고, 매장음악산업은 2010년도 상반기 자료를 기준으로 볼 때 연간 36억 원 수준임.
- 모바일 음악산업은 아이돌이 미치는 영향이 커지게 되면서 '디지털 싱글'이 보편화되는 경향을 보였음
- 2009년 음악공연산업은 작년 대비 꾸준한 성장세를 보이고 있으며 매출액은 2,577억원으로 전년대비 6.6% 증가하였으며 연평균증감률 7.3 증가했음.

- 2009년 노래연습장 산업규모는 2008년에 비해 4.2%로 성장한 1조 3,400억 원으로 나타나 사업체수가 2008년 대비 547개소 증가했음.

## □ 2009년 및 2010년 상반기 음악산업

### 1. 음악산업 전체규모

- 2009년 국내 음악산업의 업체 수는 38,259개이며 총매출액은 76,539억 원 규모로 조사되었으며, 총매출액 규모는 2008년 대비 5.3% 증가한 수준

구분	사업체수(개)	종사자(명)	매출액			
			매출액 (백만 원)	1인당 평균 매출액	전년대 비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
음악 제작업	1,266	2,429	360,329	148	12.2	△4.3
음악 및 오디오물 출판업	65	81	10,100	125	△12.2	-
음반복제 및 배급업	66	278	83,026	299	△12.7	-
음반도소매업	221	753	120,039	159	0.2	△11.2
온라인 음악 유통업	336	2,479	569,601	230	8.2	15.4
음악공연업	441	2,628	257,662	98	6.6	7.3
노래연습장운영업	35,864	67,891	1339,996	19	4.2	7.4
총합계	38,259	76,539	2,740,753	36	5.3	7.8

### 2. 음악산업 수출입규모

- 음악산업 2009년 수출액은 3,126.9만 달러이며 전년대비 89.9% 증가했고, 수입액은 1,193.6만 달러로 전년대비 3.9% 증가했음

구분	수출입규모(천 달러)		전년대비증감률(%)
	2008년	2009년	
수출액	16,468	31,269	89.9
수입액	11,484	11,936	3.9

### 3. 지역별 수출입 현황

- 2009년 가장 많은 수출이 이루어진 지역은 일본으로 수출액은 약 242.8만 달러(20.3%)로 나타났으며, 음악산업 전체 수출액은 전년대비 92.9% 증가
- 2009년 가장 많은 수입이 이루어진 지역은 유럽으로 수입액은 약 676.8만 달러(56.7%)로 나타났으며, 음악산업 전체 수입액은 전년대비 3.0% 증가

(단위: 천 달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	총계
----	----	----	-----	----	----	----	----

수출액(비중)	2,369(7.6%)	21,638(69.2%)	6,411(20.5%)	351(1.1%)	299(1.0%)	201(1.5%)	31,269
수입액(비중)	98(0.8%)	2,428(20.3%)	53(0.4%)	2,151(18.0%)	6,768(56.7%)	438(3.7%)	11,936

□ 2009년 및 2010년 상반기 음악 소비자 동향

1. 음악 감상행태

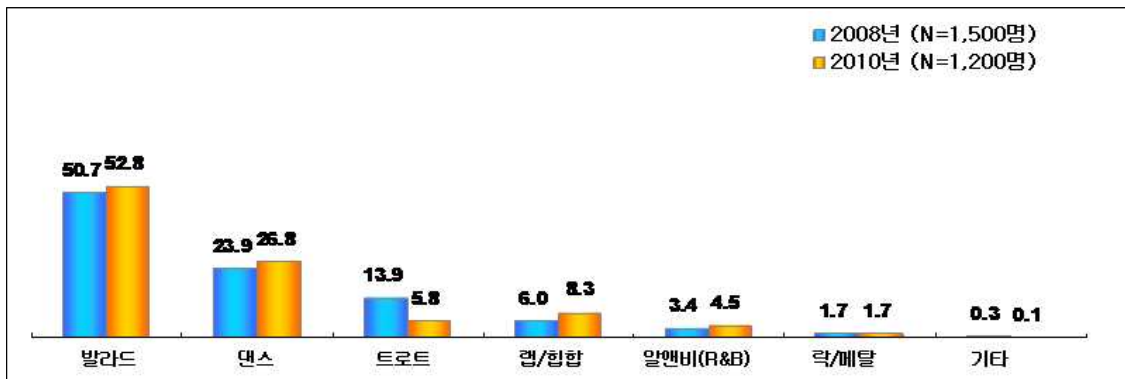
- 2010년도 주요 감상 음악장르는 국내 대중가요가 81.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 미국팝음악이 9.3%, OST 5.3%, 클래식 2.3% 순으로 나타남

구 분	국내 대중가요	미국팝음악	일본팝음악	클래식	OST	기타
2008년 (N=1,500명)	84.6	8.0	0.4	2.8	3.3	0.9
2010년 (N=1,200명)	81.7	9.3	1.1	2.3	5.3	0.4

- 2010년 국내 음악소비자들의 주요 감상 대중가요 장르를 살펴보면, 발라드(52.8%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 댄스(26.8%), 랩/힙합(8.3%), 트로트(5.8%), 알앤비(4.5%)순으로 선호

<주요 감상 대중가요 장르>

(단위 : %)



- 음악소비자들의 하루 평균 음악을 감상하는 시간은 88분(1시간 28분)으로 집계되어 2008년도 대비 2010년은 40세 이상을 제외하고는 성별/연령에 상관없이 하락세를 보였음
- 음악 감상 시 주 이용 매체는 mp3 플레이어(57.8%), 컴퓨터/노트북(46.4%), TV(41.3%) 순으로 선호

## 2. 음반 소비행태

- 음반상품을 소비하는 경로는 노래연습장이용이 85.0%로 가장 많았으며, 음반(정품)을 구입한 경험이 있다고 응답한 비중은 전체 26.9%로 작년에 비해 6% 감소

## 3. 인터넷 음악파일 다운로드 이용행태

- 인터넷 음악파일 다운로드 경험률은 71.9%로 2008년에 비해 약 11.2% 증가했으며, 인터넷 음악파일을 음악전문사이트에서 이용한 빈도는 한 달에 한번 이상이 71.4%로 나타남
- 인터넷 음악파일을 다운로드 하기 위해 즐겨 찾는 사이트는 1위 멜론, 2위 네이버, 3위 소리바다, 4위 벅스뮤직 순으로 조사됨

## 4. 스트리밍 서비스 이용행태

- 인터넷 음악 스트리밍 서비스 경험률은 42.4%로 2008년에 비해 약 4.6% 증가
- 인터넷 음악 스트리밍 서비스 중 이용해본 방법은 '음악전문 사이트'가 48.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '포털사이트'가 28.9%를 나타냄
- 인터넷 음악 스트리밍 서비스 주 이용 사이트는 멜론(52.2%), 포털사이트(11.6%), 벅스뮤직이 10.0% 순으로 나타남

## 5. 배경음악 서비스 이용행태

- 인터넷 배경음악 서비스 경험률은 37.9%로 2008년에 비해 약 6.8% 증가하였으며, 10대 후반과 20대 초반이 각각 55.8%와 52.2%로 타 연령에 비해 서비스를 이용한 경험률이 높게 나옴

## 6. 휴대폰 모바일음악 서비스 이용행태

- 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 이용 경험률은 42.3%로 2008년 대비 8.1% 감소했으며, 휴대폰 모바일 통화연결음 서비스 이용 경험률 역시 29.5%로 2008년 대비 5.2% 감소했음
- 이와 같은 결과는 소비자들의 새로운 서비스에 대한 니즈와 소비시장 창출이 불가능하기 때문에 향후에도 정체 혹은 하락세가 지속될 것으로 전망됨

## 7. 음악공연 관람행태

- 음악공연 관람 경험률은 22.9%로 2008년에 비해 약 15.7% 감소했으며, 연령별 음악공연 경험은 20대에서 가장 높게 나타남
- 음악 공연 종류별 관람횟수는 전체적으로 감소한 것으로 나타난 가운데 '클래식'이 2008년 1년에 2.46회 2010년 1.50회로 가장 많이 감소함

## □ 해외 음악산업 현황

- 2010년 세계 음악 시장규모는 163억 4,200만 달러로 나타났으며, 향후 5년간 연평균 0.9%의 감소세를 기록하며 2015년에는 155억 8,500만 달러에 이를 것으로 전망됨
- 세계 음악시장은 시장규모 면에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 오프라인 음악시장이 감소함에 따라 전체 시장 역시 하락세를 보이며, 2012년까지 지속적인 하락세를 보일 것으로 예측되나 디지털 음악시장 성장이 궤도에 오르는 2013년을 기점으로 점차 회복을 보일 것으로 전망

### 1. 일본

- 미국에 이어 두 번째로 큰 음악시장을 가지고 있는 일본은 j-pop으로 불리는 국내 음악이 차지하는 비율이 75%로 상당히 높지만, 세계적인 음악으로 명성을 높이지는 못함
- 이에 따라 일본의 아티스트 해외진출이 더욱 활발해 지면서 음악 콘텐츠산업의 글로벌 비즈니스 전략을 모색함
- 일본은 다양한 음악 장르를 취급하기 때문에 여러 연령층이 안정된 음악시장을 구축하고 있음

### 2. 중국

- 중국 산시성 타이위안시의 한 노래연습장이 저작권 위반으로 영업중단 조치를 받아 곡당 2,500위안 씩 배상해야 한다는 법원의 판결이 있었음
- 중국 선전의 대표적인 음악기업 A8은 홍콩에 본사를 두고 있으며, 최첨단 기술을 이용한 독자적 UGC(User Generated Contents, 사용자 콘텐츠)플랫폼 구축과 국제음반사들의 판권 구입을 통해 방대한 음원을 확보하고 있음

### 3. 미국

- 2009년 11월 음악웹사이트 Blue Beat.com이 '비틀즈 리마스터 스테레오 앨범'의 곡들을 온라인에서 무허가로 불법 판매를 당해 EMI부터 고소당하였고 이로 인해 온라인 불법 판매에 대한 규제가 더욱 강력해짐
- 최근 미국 디지털 음악의 큰 트렌드 중 하나인 Social Music은 사용자들끼리 맺어져 있는 Network를 활용하여 콘텐츠를 선택하거나 구매하기 위한 정보를 얻을 수 있음

### 3. 유럽

- 모바일 애플리케이션 분야는 유럽 음악산업을 다시 살리는 역할을 하고 있으며, Social Graph를 이용한 공연산업 또한 큰 발전을 이루고 있음
- 2009년 11월 수잔보일의 앨범은 판매 시작 3일만에 2009년 가장 빨리 판매된 음반 기록을 세웠으며 영국의 음반시장을 되살리는 큰 도움을 줌
- 영국의 웨스트엔드는 2009년 뮤지컬 공연 산업으로 총 19억 파운드 수익을 창출했으며, 관람객 220만 명을 돌파했음

## □ 2009년 및 2010년 상반기 음악산업 정책 동향

### 1. 음악산업 정책 및 법제도 현황

- 2009년 2월. 문화체육관광부는 한국음악산업의 글로벌화 및 국제협력 강화, 대중음악 내수시장의 활성화, 음악산업 인프라 구축 및 성장기반 강화라는 3대 추진전략 아래 음악산업 중기계획을 세움.
- 2009년 8월에 한국음악저작권협회, 한국음악실연자연합회는 NHN(주)와 음악콘텐츠산업의 발전 및 저작권 보호, 이용자들의 공정한 저작물 이용 보장을 위해 상호 협력키로 하고 공동협약을 체결함

### 2. 음악산업 지원 현황

- 한국콘텐츠진흥원(이하 콘진원)에서는 창작 인재 발굴 및 지원을 위해 매달 우수신인음반을 선정하고 있으며, 다양한 장르 음악을 육성하기 위해 우수 인디뮤지션을 선정하여 공연의 기회를 제공하고 있음

- 2009년 문화체육관광부 주최로 중국 상해에서 열린 '2009 글로벌 뮤직 쇼케이스'는 한국 대중음악의 인지도를 극대화하여 한류 확산 및 실질적인 해외진출을 돕기 위해 개최됨
- 콘진원에서는 음악관련 각종 자료를 체계적으로 수집·분류하기 위한 한국 음악데이터센터를 구축함.

### 3. 해외 음악산업 정책 동향

- 2010년 3월 일본지적재산전략본부가 완성한 「지적재산추진계획2010」의 주요 내용은 음악, 애니메이션, 영상 등 일본 콘텐츠산업에 대하여 기업 해외진개를 지원하는 100억 엔 규모의 관민공동 펀드 창설임.
- 2009년 9월, 중국은 판매/유통과 관련해서 정부로부터 음악 콘텐츠에 대한 수입허가를 받도록 하며 라이선스와 관련해서는 모든 모바일 인터넷 음악 서비스 사업에 외자 기업은 개입할 수 없게 음악산업 수입규제 강화 방침을 세움.