

2011

음악 산업백서

MUSIC
INDUSTRY
WHITE PAPER



K-POP

2011 음악 산업백서

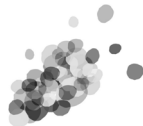
Music Industry White Paper 2011

발행인 이재웅
발행일 2011년 12월 31일 초판 제1쇄 발행
발행처 한국콘텐츠진흥원

편집·인쇄 경성문화사
150-872 서울특별시 영등포구 국회대로 66길-11 총회BD 1/5F
전화 (02)786-2999 / 팩스 (02)786-2930

© 한국콘텐츠진흥원, 2011
ISBN: 978-89-6514-107-5 03600

본 책의 내용에 대한 저작권은 한국콘텐츠진흥원에 있습니다.
아울러 책의 내용에 대해 무단전재를 금하여, 가공·인용 할 때
에는 반드시 한국콘텐츠진흥원 「2011 음악 산업백서」라고
밝혀주시기 바랍니다.



한국콘텐츠진흥원 KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

121-270 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 (마포구 상암동 1602)
전화 (02)3153-1114 / 팩스 (02)3153-1115
www.kocca.kr

Contents

Section 1

제1부 총론

제1장 2010년 음악산업 주요 이슈 및 2011년 상반기 동향2	
제1절 대중음악 심의제도의 현황과 개선방향2	
제2절 음악산업의 사회적 기여 대두7	
제3절 유튜브와 SNS를 통한 음악 마케팅 활동의 증가11	
제4절 스타 오디션 프로그램 증가가 음악시장에 미치는 영향13	
제5절 국립국악원 60주년을 기점으로 국악 현상 분석과 미래 전망19	
제6절 케이팝(K-pop)의 세계 음악시장 진출과 나아갈 방향25	
제7절 저 수익구조의 인디음악환경과 해결과제31	
제8절 디지털 음원시장의 분배 현황 논의37	
제9절 나는 가수다, 2011 상반기 음원시장의 활성화 촉매제42	
제10절 노래연습장 주류 판매 금지 및 규제 완화를 위한 노력47	
제2장 국내외 음악산업 동향분석50	
제1절 2011년 상반기 국내 음악산업 동향분석50	
제2절 2010년 한국의 음악산업 수익 현황 : IFPI 보고서 분석60	

Section 2

제2부 국내 음악산업 현황

제1장 오프라인 음악시장68	
제1절 음반산업 구조 및 현황68	
제2절 매장음악산업 구조 및 현황74	
제2장 온라인 디지털 음악시장80	
제1절 모바일 음악산업 구조 및 현황80	
제2절 인터넷 음악서비스 구조 및 현황90	
제3장 음악공연산업 현황99	
제4장 노래연습장업 현황114	

Section 3

제3부 국내·외 음악산업 동향

제1장 국내 음악산업 동향	126
제1절 기업 일반	131
제2절 산업 규모	133
제3절 매출 현황	136
제4절 수출입 현황	156
제2장 국내 음악산업 종사자 현황	161
제1절 산업 규모별 종사자 현황	163
제2절 고용형태별 종사자 현황	167
제3절 학력별 종사자 현황	173
제4절 인구통계학적 종사자 현황	175
제3장 해외 음악산업 현황	182
제1절 총괄	182
제2절 일본	188
제3절 중국	196
제4절 인도	202
제5절 미국	206
제6절 유럽	215
제7절 호주	240
제8절 브라질	245

Section 4

제4부 국내 음악 이용자 동향

제1장 음악 소비자 실태조사 결과	254
제1절 음악 소비자 실태조사 개요	254
제2절 전반적인 음악 이용실태	257
제3절 CD/카세트테이프 등 음반 이용실태	263
제4절 온라인 음악파일 다운로드 이용실태	272
제5절 온라인 스트리밍 서비스 이용실태	295
제6절 온라인 배경음악 서비스 이용실태	304
제7절 휴대폰 모바일 음악 서비스 이용실태	314
제8절 노래연습장 이용실태	326
제9절 음악공연 관람실태	332
제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과	341
제1절 콘텐츠 관련 교육기관 현황조사 개요	341
제2절 대학 콘텐츠 관련 학과 조사 결과	345
제3절 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 조사 결과	358
제4절 비정규교육기관 콘텐츠 관련 학과 조사 결과	371

Section 5

제5부 음악 정책 동향

제1장 음악산업 정책 및 법제도 현황376	
제1절 음악산업 정책 동향376	
제2절 음악산업 법제도 동향379	
제2장 국내 음악산업 지원 현황396	
제1절 음악산업 정부 지원 현황396	
제2절 음악산업 관련 협회 현황401	
제3장 해외 음악산업 정책 동향412	
제1절 일본412	
제2절 중국415	
제3절 인도418	
제4절 미국419	
제5절 유럽425	

Section 6

제6부 부 록

1. 음악산업 관련 국내외 기관 및 단체현황434	
2. 2010년도 및 2011년 상반기 국내외 Top 30436	
3. 2010년 국내·외 음악 주요행사 현황450	
4. 2010년 및 2011년 노래연습장 선곡 BEST 100453	

표 목 차

【제1부 총 론】

(표 1-1-1) 대중음악의 청소년 유해매체를 지정 관련 사례5
 (표 1-1-2) 국립 예술기관의 예산 비교표21
 (표 1-1-3) 한국 가수의 일본대투 연표26
 (표 1-1-4) 2009~2010년 케이팝 가수들의 앨범판매 순위 및 판매량28
 (표 1-1-5) K-POP 아티스트별 음반판매량 Top 5028
 (표 1-1-6) K-POP 가수별 매출액비교(2009년 vs 2010년)29
 (표 1-1-7) 노래연습장과 단란주점에 대한 정의48

(표 1-2-1) 음악산업 부문별 CBI51
 (표 1-2-2) '10년 2분기~'11년 2분기 음악산업(상장사) 경영실적 변동52
 (표 1-2-3) '10년 2분기~'11년 2분기 음악산업(상장사별) 매출액 변동52
 (표 1-2-4) '10년 2분기~'11년 2분기 음악산업(상장사별) 수출액 변동54
 (표 1-2-5) '10년 2분기~'11년 2분기 음악산업(상장사별) 영업이익액 변동55
 (표 1-2-6) '10년 2분기~'11년 2분기 음악산업(상장사별) 종사자수 변동56
 (표 1-2-7) '10년 2분기~'11년 2분기 음악(상장사) 재무분석 변동 추이58
 (표 1-2-8) '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 음악산업 규모(예측치)58
 (표 1-2-9) '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 음악산업 투자관련 규모(예측치)59
 (표 1-2-10) '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 음악산업 전체 매출액 대비 상장사 매출액 비교59
 (표 1-2-11) '10년 1~4분기, '11년 1~2분기 음악산업 전체 수출액 대비 상장사 수출액 비교60

【제2부 국내 음악산업 현황】

(표 2-1-1) 2001~2010년 국내 10만장 이상 판매음반 추이72
 (표 2-1-2) 2001~2010년 Top10 가요 음반 판매량 합계73
 (표 2-1-3) 2010년 업체별 음반산업 규모74
 (표 2-1-4) 음악저작권 3개 단계 사용요금 (매출액 대비 비율)75
 (표 2-1-5) 2006년 하반기 - 2010년 상반기 매장음악시장 규모 변동 추이표77

(표 2-2-1) 슈퍼스타 K 방영 당시 음원 차트89
 (표 2-2-2) 음악전문사이트 음악서비스 현황 (2010~2011년 상반기)95

(표 2-3-1) 음악 공연업 소분류별 매출액 현황102
 (표 2-3-2) 음악공연업 장르별 매출액 현황103
 (표 2-3-3) 2009~2011년 상반기 공연 장르별 상품수 비교104
 (표 2-3-4) 2010년 상반기 및 2010년 상반기 공연 장르별 판매금액 및 판매매수 비교104
 (표 2-3-5) 2006~2011년 상반기 공연 장르별 판매 추이105
 (표 2-3-6) 40대가 가장 많이 본 공연작품 Top10107
 (표 2-3-7) 전국 광역시도별 공연 판매량 비중108
 (표 2-3-8) 서울 구별 공연 구매자 분포108
 (표 2-3-9) 2011년 상반기 뮤지컬 인기공연 Top10109
 (표 2-3-10) 2011 상반기 외국인관객 인기공연 Top10111
 (표 2-3-11) 2011년 상반기 콘서트 인기공연 Top10112
 (표 2-3-12) 내한공연 순위113
 (표 2-3-13) 2011년 상반기 클래식 인기공연 Top10113

(표 2-4-1) 2010년 노래연습장 산업규모117
 (표 2-4-2) 2002~2010년 시·도별 노래연습장 등록현황118
 (표 2-4-3) 2006~2010년 시·군·구별 노래연습장 등록현황119
 (표 2-4-4) 2010년 과징금부과 및 사용내역123
 (표 2-4-5) 2010년 시·도별 과징금부과 및 사용내역123
 (표 2-4-6) 2009~2010년 노래연습장 업주 시·도별 교육실시 현황124

【제3부 국내·외 음악산업 동향】

(표 3-1-1) 조사개요126
 (표 3-1-2) 음악산업 분류체계127
 (표 3-1-3) 음악산업 전수조사와 표본조사 구분128
 (표 3-1-4) 응답한 음악산업 사업체 설립연도 분포131
 (표 3-1-5) 음악산업 사업체형태 분포132
 (표 3-1-6) 음악산업 경영형태 분포133
 (표 3-1-7) 음악산업 총괄134
 (표 3-1-8) 음악산업 사업체별 평균매출액 및 종사자별 평균매출액 현황(2010년)135
 (표 3-1-9) 음악산업 업종별 매출액 현황137
 (표 3-1-10) 음악산업 음악제작업 매출액 현황139
 (표 3-1-11) 음악산업 음악 및 오디오물 출판업 음반복제 및 배급업 매출액 현황140
 (표 3-1-12) 음악산업 음반 도소매업 매출액 현황141
 (표 3-1-13) 음악산업 온라인 음악 유통업 매출액 현황142
 (표 3-1-14) 음악산업 음악 공연업 매출액 현황143
 (표 3-1-15) 음악산업 음악공연업 장르별 매출액 현황144
 (표 3-1-16) 음악산업 노래연습장 운영업 매출액 현황145
 (표 3-1-17) 음악산업 사업형태별 업종별 매출액 현황(2010년)146
 (표 3-1-18) 음악산업 사업형태별 연도별 매출액 현황147
 (표 3-1-19) 음악산업 매출액 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)148
 (표 3-1-20) 음악산업 매출액 규모별 연도별 매출액 현황149
 (표 3-1-21) 음악산업 종사자 규모별 업종별 매출액 현황(2010년)150
 (표 3-1-22) 음악산업 종사자 규모별 연도별 매출액 현황151
 (표 3-1-23) 음악산업 지역별 업종별 매출액 현황(2010년)152
 (표 3-1-24) 음악산업 지역별 연도별 매출액 현황153
 (표 3-1-25) 음악산업 부가가치 구성 현황(2010년)155
 (표 3-1-26) 음악산업 연도별 부가가치 구성 현황155
 (표 3-1-27) 음악산업 수출 및 수입액 현황156
 (표 3-1-28) 음악산업 지역별 수출액 현황157
 (표 3-1-29) 음악산업 지역별 수입액 현황158
 (표 3-1-30) 음악산업 해외 수출방식159
 (표 3-1-31) 음악산업 해외 진출형태160

(표 3-2-1) 음악산업 업종별 종사자 현황162
 (표 3-2-2) 음악산업 매출액 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)164
 (표 3-2-3) 음악산업 매출액 규모별 연도별 종사자 현황164
 (표 3-2-4) 음악산업 종사자 규모별 업종별 종사자 현황(2010년)166
 (표 3-2-5) 음악산업 종사자 규모별 연도별 종사자 현황166
 (표 3-2-6) 음악산업 고용형태별 업종별 종사자 현황(2010년)168
 (표 3-2-7) 음악산업 고용형태별 연도별 종사자 현황169
 (표 3-2-8) 음악산업 고용형태별 성별 및 업종별 종사자 현황(2010년)170
 (표 3-2-9) 음악산업 고용형태별 성별 및 연도별 종사자 현황171
 (표 3-2-10) 음악산업 직무별 업종별 종사자 현황(2010년)172
 (표 3-2-11) 음악산업 직무별 연도별 종사자 현황173
 (표 3-2-12) 음악산업 학력별 업종별 종사자 현황(2010년)174
 (표 3-2-13) 음악산업 학력별 연도별 종사자 현황175
 (표 3-2-14) 음악산업 지역별 업종별 종사자 현황(2010년)176
 (표 3-2-15) 음악산업 지역별 연도별 종사자 현황177
 (표 3-2-16) 음악산업 성별 업종별 종사자 현황(2010년)178
 (표 3-2-17) 음악산업 성별 연도별 종사자 현황179
 (표 3-2-18) 음악산업 연령별 업종별 종사자 현황(2010년)180
 (표 3-2-19) 음악산업 연령별 연도별 종사자 현황181

(표 3-3-1) 2006~2015년 권역별 음악시장 규모183
 (표 3-3-2) 2006~2015년 주요 국가별 음악시장 규모184
 (표 3-3-3) 온라인 음악 다운로드 서비스 비교185

(표 3-3-4) 2006~2015년 세계 소비 지출 음악시장 규모186
 (표 3-3-5) 2006~2010년 세계 음악시장 매출 규모187
 (표 3-3-6) 2006~2010년 일본 음악산업 시장규모191
 (표 3-3-7) 2006~2015년 일본 음악시장 규모191
 (표 3-3-8) 2006~2010년 일본 음악산업 분야별 판매 규모193
 (표 3-3-9) 일본의 주요 합법 음악서비스195
 (표 3-3-10) 2006~2015년 중국 음악산업 시장규모197
 (표 3-3-11) 2006~2010년 중국 음악시장 매출 규모197
 (표 3-3-12) 2006~2010년 중국 음악산업 오프라인 분야별 판매 규모199
 (표 3-3-13) 중국의 주요 합법 음악 서비스201
 (표 3-3-14) 2006~2015년 인도 음악시장 규모203
 (표 3-3-15) 2006~2010년 인도 음악시장 매출 규모203
 (표 3-3-16) 2006~2010년 인도 음악산업 오프라인 분야별 판매 규모205
 (표 3-3-17) 2006~2015년 미국 음악산업 시장규모207
 (표 3-3-18) 2006~2015년 미국 음악시장 매출 규모207
 (표 3-3-19) 2006~2010년 미국 음악산업 분야별 판매 규모209
 (표 3-3-20) 2010년 미국 Top10 판매 음반210
 (표 3-3-21) 미국의 주요 합법 음악서비스214
 (표 3-3-22) 2006~2015년 영국 음악산업 시장규모216
 (표 3-3-23) 2006~2015년 미국 음악시장 매출 규모216
 (표 3-3-24) 2006~2015년 영국 음악산업 분야별 판매 규모218
 (표 3-3-25) 2010년 영국 Top10 판매 음반219
 (표 3-3-26) 영국의 주요 합법 음악서비스221
 (표 3-3-27) 2006~2015년 독일 음악산업 시장규모222
 (표 3-3-28) 2006~2015년 독일 음악시장 매출 규모223
 (표 3-3-29) 2006~2015년 독일 음악산업 분야별 판매 규모224
 (표 3-3-30) 2010년 독일 Top10 판매 음반225
 (표 3-3-31) 독일의 주요 합법 음악서비스227
 (표 3-3-32) 2006~2015년 프랑스 음악산업 시장규모228
 (표 3-3-33) 2006~2015년 프랑스 음악시장 매출 규모229
 (표 3-3-34) 2006~2015년 프랑스 음악산업 분야별 판매 규모230
 (표 3-3-35) 2010년 프랑스 Top10 판매 음반231
 (표 3-3-36) 프랑스의 주요 합법 음악서비스233
 (표 3-3-37) 2006~2015년 이탈리아 음악산업 시장규모235
 (표 3-3-38) 2006~2015년 이탈리아 음악시장 매출 규모235
 (표 3-3-39) 2006~2015년 이탈리아 음악산업 분야별 판매 규모237
 (표 3-3-40) 2010년 이탈리아 Top10 판매 음반238
 (표 3-3-41) 이탈리아의 주요 합법 음악서비스239
 (표 3-3-42) 2006~2015년 호주 음악산업 시장규모241
 (표 3-3-43) 2006~2015년 호주 음악시장 매출 규모241
 (표 3-3-44) 2006~2015년 호주 음악산업 분야별 판매 규모243
 (표 3-3-45) 호주의 주요 합법 음악서비스245
 (표 3-3-46) 2006~2015년 브라질 음악산업 시장규모247
 (표 3-3-47) 2006~2015년 브라질 음악시장 매출 규모248
 (표 3-3-48) 2006~2015년 브라질 음악산업 오프라인 분야별 판매 규모250
 (표 3-3-49) 2010년 브라질 Top10 판매 음반251
 (표 3-3-50) 브라질의 주요 합법 음악서비스252

【 제4부 국내 음악 이용자 동향 】

(표 4-1-1) 음악산업 소비자 조사 설계255
 (표 4-1-2) 연령별 음악콘텐츠 이용률 반영 기층치256
 (표 4-1-3) 조사 표본 구성256
 (표 4-1-4) 주요 음악감상 장르257
 (표 4-1-5) 국내 대중가요 부문 주 감상 장르 (1순위)258
 (표 4-1-6) 국내 대중가요 부문 주 감상 장르 (종합순위)259
 (표 4-1-7) 국내 대중가요 부문 주 감상 장르 (종합순위) - 성, 연령별260

(표 4-1-8) 음악 감상 시 주 이용 매체 (복수응답)261
 (표 4-1-9) 음악 감상 시 주 이용 매체 (복수응답) - 성, 연령별261
 (표 4-1-10) 하루 평균 음악 감상시간262
 (표 4-1-11) 음악 콘텐츠 이용실태263
 (표 4-1-12) 정품 음반 구입 경험265
 (표 4-1-13) 정품 음반 구입 경험 - 성, 연령별265
 (표 4-1-14) 정품 음반 구입 빈도 - 성, 연령별266
 (표 4-1-15) 정품 음반 구입 장소266
 (표 4-1-16) 정품 음반 구입 장소 - 성, 연령별267
 (표 4-1-17) 정품 음반 1회 평균 구입 비용268
 (표 4-1-18) 정품 음반 비 구매 이유 (1순위)269
 (표 4-1-19) 정품 음반 비 구매 이유 (종합순위)269
 (표 4-1-20) 정품 음반 비 구매 이유 (종합순위) - 성, 연령별270
 (표 4-1-21) 향후 정품 CD/카세트테이프 구입 의향270
 (표 4-1-22) 향후 정품 음반 구입 의향 - 성, 연령별271
 (표 4-1-23) 온라인 음악파일 다운로드 경험272
 (표 4-1-24) 온라인 음악파일 다운로드 경험 - 성, 연령별273
 (표 4-1-25) 온라인 음악파일 다운로드 이용방법 (복수응답)273
 (표 4-1-26) 온라인 음악파일 다운로드 이용방법 (복수응답) - 성, 연령별273
 (표 4-1-27) 온라인 음악파일 다운로드 주 이용방법274
 (표 4-1-28) 온라인 음악파일 다운로드 주 이용방법 - 성, 연령별275
 (표 4-1-29) 온라인 음악파일 다운로드 이용빈도276
 (표 4-1-30) 온라인 음악파일 다운로드 결제방법277
 (표 4-1-31) 온라인 음악파일 다운로드 시 주 이용 사이트 (Top10)278
 (표 4-1-32) 온라인 음악파일 주 감상매체280
 (표 4-1-33) 온라인 음악파일 다운로드 후 음반구입 경험 - 성, 연령별281
 (표 4-1-34) 포털사이트 유료 음악 서비스 이용 합법여부 인식281
 (표 4-1-35) 포털사이트 유료 음악 서비스 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별282
 (표 4-1-36) 음악전문사이트 이용 합법여부 인식282
 (표 4-1-37) 음악전문사이트 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별283
 (표 4-1-38) 토렌트 등 P2P 이용 합법여부 인식283
 (표 4-1-39) 토렌트 등 P2P 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별284
 (표 4-1-40) 웹하드 이용 합법여부 인식284
 (표 4-1-41) 웹하드 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별285
 (표 4-1-42) 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용 합법여부 인식285
 (표 4-1-43) 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별286
 (표 4-1-44) 인터넷 카페, 블로그 등에서 다운로드 및 스트리밍 이용 합법여부 인식286
 (표 4-1-45) 인터넷 카페, 블로그 등에서 다운로드 및 스트리밍 이용 합법여부 인식 - 성, 연령별287
 (표 4-1-46) 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식287
 (표 4-1-47) 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식 - 성, 연령별288
 (표 4-1-48) 불법성 인지 후 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식 변화289
 (표 4-1-49) 불법성 인지 후 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식 변화 - 성, 연령별290
 (표 4-1-50) 향후 온라인 음악파일 유료 다운로드 의향290
 (표 4-1-51) 향후 온라인 음악파일 유료 다운로드 의향 - 성, 연령별291
 (표 4-1-52) 온라인 음악 유료 사이트 이용 방식 (복수응답)292
 (표 4-1-53) 온라인 음악 유료 사이트 주 이용 방식293
 (표 4-1-54) 온라인 음악 유료 사이트 주 이용 방식 - 성, 연령별293
 (표 4-1-55) 온라인 음악 유료 사이트 이용방법별 이용빈도294
 (표 4-1-56) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 경험295
 (표 4-1-57) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 경험 - 성, 연령별295
 (표 4-1-58) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 방법296
 (표 4-1-59) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 방법 - 성, 연령별296

표 목 차

〈표 4-1-60〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 주 이용 방법	297	〈표 4-1-114〉 음악공연 종류별 유료 관람 횟수	333
〈표 4-1-61〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 주 이용 방법 - 성 연령별	297	〈표 4-1-115〉 공연별 총 관람비용	334
〈표 4-1-62〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 빈도	298	〈표 4-1-116〉 음악관련 공연 관람 규모	334
〈표 4-1-63〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 유료 이용 여부	299	〈표 4-1-117〉 공연 티켓 주 구입경로	335
〈표 4-1-64〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 1회 평균 이용 비용	299	〈표 4-1-118〉 공연 티켓 주 구매 사이트	335
〈표 4-1-65〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 선택기준	300	〈표 4-1-119〉 공연정보 획득경로	336
〈표 4-1-66〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 주 이용 사이트	301	〈표 4-1-120〉 공연관람 후 관련 음반 구입 경험	337
〈표 4-1-67〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 후 음반 구입 여부	302	〈표 4-1-121〉 향후 유료 관람 의향	337
〈표 4-1-68〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 후 음반 구입 여부 - 성 연령별	302	〈표 4-1-122〉 음악관련 페스티벌 관람 여부	338
〈표 4-1-69〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 유료 비 이용 이유 - 성 연령별	303	〈표 4-1-123〉 음악관련 페스티벌 관람 여부 - 성 연령별	338
〈표 4-1-70〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 향후 이용 의향	303	〈표 4-1-124〉 음악관련 페스티벌 참여이유 - 성 연령별	339
〈표 4-1-71〉 온라인 음악 스트리밍 서비스 향후 이용 의향 - 성 연령별	304	〈표 4-1-125〉 음악관련 페스티벌 향후 참여 의향	340
〈표 4-1-72〉 온라인 배경음악 서비스 경험여부	305	〈표 4-1-126〉 향후 음악관련 페스티벌 참여 의향 - 성 연령별	340
〈표 4-1-73〉 온라인 배경음악 서비스 이용 경험 - 성 연령별	305	〈표 4-2-1〉 조사 개요	341
〈표 4-1-74〉 온라인 배경음악 서비스 이용방법 (복수응답)	306	〈표 4-2-2〉 장르별 모집단 정의	342
〈표 4-1-75〉 온라인 배경음악 서비스 이용방법 (복수응답) - 성 연령별	306	〈표 4-2-3〉 단계별 모집단 선정 과정	342
〈표 4-1-76〉 온라인 배경음악 서비스 주 이용 방법	306	〈표 4-2-4〉 정규 교육기관 모집단 선정 과정	343
〈표 4-1-77〉 온라인 배경음악 서비스 주 이용 방법 - 성 연령별	307	〈표 4-2-5〉 비정규 교육기관 모집단 선정 과정	343
〈표 4-1-78〉 온라인 배경음악 서비스 이용 빈도	308	〈표 4-2-6〉 주요 조사 내용	344
〈표 4-1-79〉 온라인 배경음악 서비스 유료 이용 여부	309	〈표 4-2-7〉 대학 콘텐츠 관련 학과 분포	345
〈표 4-1-80〉 온라인 배경음악 서비스 1회 평균 이용 비용	309	〈표 4-2-8〉 대학 콘텐츠 관련 학과 보유 학교 장르별 분포	346
〈표 4-1-81〉 온라인 배경음악 서비스 선택기준	310	〈표 4-2-9〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 교원 현황	347
〈표 4-1-82〉 온라인 배경음악 서비스 주 이용 사이트	311	〈표 4-2-10〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황	348
〈표 4-1-83〉 온라인 배경음악 서비스 이용 후 음반 구입 여부	312	〈표 4-2-11〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 졸업생의 진로 현황	349
〈표 4-1-84〉 온라인 배경음악 서비스 이용 후 음반 구입 여부 - 성 연령별	312	〈표 4-2-12〉 장르별 취업자의 콘텐츠 진출	349
〈표 4-1-85〉 온라인 배경음악 유료 서비스 비 이용 이유 - 성 연령별	312	〈표 4-3-13〉 장르별 콘텐츠 관련 산업의 직군 진출 비중	350
〈표 4-1-86〉 온라인 배경음악 서비스 향후 유료 이용 의향	313	〈표 4-2-14〉 2010년 장르별 보유 시설 현황	350
〈표 4-1-87〉 온라인 배경음악 서비스 향후 유료 이용 의향 - 성 연령별	313	〈표 4-2-15〉 장르별 보유 시설 활용도	351
〈표 4-1-88〉 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 이용경험 및 유료 이용경험	314	〈표 4-2-16〉 2010년 장르별 보유 기자재 현황	351
〈표 4-1-89〉 휴대폰 모바일 통화연결음 서비스 이용 경험 및 유료 이용 경험	315	〈표 4-2-17〉 장르별 보유 기자재 활용도	352
〈표 4-1-90〉 휴대폰 모바일 스트리밍 서비스 이용 경험 및 유료 이용 경험	316	〈표 4-2-18〉 장르별 정부지원사업 수혜경험률 및 필요 지원사업 내용 (복수응답)	352
〈표 4-1-91〉 휴대폰 모바일 음악파일 다운로드 이용 경험 및 유료 이용 경험	317	〈표 4-2-19〉 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜경험 학과)	353
〈표 4-1-92〉 휴대폰 모바일 음악 서비스 이용빈도	319	〈표 4-2-20〉 장르별 취업관련 활동 (복수응답)	354
〈표 4-1-93〉 휴대폰 모바일 음악 서비스 1회 이용 비용	320	〈표 4-2-21〉 장르별 인력정보사이트 이용 경험 여부	354
〈표 4-1-94〉 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 주 이용 사이트 (Top10)	321	〈표 4-2-22〉 장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)	355
〈표 4-1-95〉 휴대폰 모바일 음악 유료 서비스 비 이용 이유	322	〈표 4-2-23〉 장르별 산학연계 채널의 만족도 (산학연계 경험)	356
〈표 4-1-96〉 향후 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 이용 의향	323	〈표 4-2-24〉 장르별 산학연계 진행방식 (복수응답, 산학연계 경험학과)	357
〈표 4-1-97〉 향후 휴대폰 모바일 통화연결음 서비스 이용 의향	324	〈표 4-2-25〉 장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)	358
〈표 4-1-98〉 향후 휴대폰 모바일 스트리밍 서비스 이용 의향	325	〈표 4-2-26〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황	359
〈표 4-1-99〉 향후 휴대폰 모바일 음악파일 다운로드 서비스 이용 의향	325	〈표 4-2-27〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황	360
〈표 4-1-100〉 노래연습장 이용 경험	326	〈표 4-2-28〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 교원 현황	360
〈표 4-1-101〉 노래연습장 이용 경험 - 성 연령별	326	〈표 4-2-29〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황	361
〈표 4-1-102〉 노래연습장 이용 빈도	327	〈표 4-2-30〉 장르별 졸업생 진로 현황	362
〈표 4-1-103〉 노래연습장 이용 빈도 - 성 연령별	327	〈표 4-2-31〉 장르별 취업자 콘텐츠 진출 분야	363
〈표 4-1-104〉 노래연습장 주류 이용 경험	328	〈표 4-2-32〉 2010년 장르별 보유 시설 현황	364
〈표 4-1-105〉 노래연습장 주류 이용 경험 - 성 연령별	328	〈표 4-2-33〉 장르별 보유 시설 활용도	364
〈표 4-1-106〉 노래연습장 주류 판매 합법인식	329	〈표 4-2-34〉 2010년 장르별 보유 기자재 (기자재 보유 학과)	365
〈표 4-1-107〉 노래연습장 주류 판매 합법인식 - 성 연령별	329	〈표 4-2-35〉 장르별 보유 기자재 활용도 (기자재 보유 학과)	365
〈표 4-1-108〉 노래연습장 주류 판매 향후 의향	330	〈표 4-2-36〉 장르별 정부지원사업 수혜 경험률 및 필요 지원사업 내용 (복수응답)	366
〈표 4-1-109〉 노래연습장 주류 판매 향후 의향 - 성 연령별	330	〈표 4-2-37〉 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜경험 학과)	367
〈표 4-1-110〉 회망하는 부가서비스	331	〈표 4-2-38〉 2010년 장르별 취업 관련 활동 (복수응답)	367
〈표 4-1-111〉 음악관련 공연 관람 여부	332	〈표 4-2-39〉 전문계 고등학교 인력정보사이트 이용 경험 여부	368
〈표 4-1-112〉 음악관련 공연 관람 여부 - 성 연령별	332	〈표 4-2-40〉 장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)	369
〈표 4-1-113〉 음악공연 종류별 총 관람 횟수	333	〈표 4-2-41〉 장르별 산학연계 채널 만족도 (산학연계 경험)	369
		〈표 4-2-42〉 장르별 산학연계 진행방식 (산학연계 경험학과)	370

〈표 4-2-43〉 장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)	371
〈표 4-2-44〉 비정규교육기관 구분별 장르 분포	372
〈표 4-2-45〉 비정규교육기관 개설강좌 수	372
〈표 4-2-46〉 비정규교육기관 교육기관	373
〈표 4-2-47〉 비정규교육기관 1강좌 당 연평균 학생 수	373
〈표 4-2-48〉 비정규교육기관 장르별 학생 및 학과 현황	374

■ 제5부 음악 정책 동향 ■

〈표 5-1-1〉 음악산업진흥에 관한 법률 주요 내용	380
〈표 5-1-2〉 업종 및 영업구분 예	381
〈표 5-1-3〉 저작권격권의 종류	384
〈표 5-1-4〉 저작재산권의 종류 및 내용	386
〈표 5-1-5〉 저작권등록의 효과	392
〈표 5-2-1〉 2010년 글로벌 신인스타, 우수 인디뮤지션 선정 결과	396
〈표 5-2-2〉 한국 대중음악 해외 공연 사업	399
〈표 5-2-3〉 년도별 저작권 사용료 징수 추이	402
〈표 5-2-4〉 2010년도 분야별 저작권 사용료 수입 실적	402
〈표 5-2-5〉 사용료 및 보상금 징수금액	409

그림목차

【제1부 총론】

〈그림 1-1-1〉	청소년 유해매체물 결정사유	2
〈그림 1-1-2〉	대중음악산업제도 개선 방안 제시를 위한 공연	3
〈그림 1-1-3〉	SM엔터테인먼트 오디션 광고	14
〈그림 1-1-4〉	국내 국공립 민간 국악단체 현황	20
〈그림 1-1-5〉	국내 국악 관련 학교 현황	21
〈그림 1-1-6〉	국립 예술기관의 예산 비교 현황	21
〈그림 1-1-7〉	유니버설 뮤직 소속 뮤지션	27
〈그림 1-1-8〉	일본 음반발매 시스템(싱글음반 기준)	27
〈그림 1-1-9〉	해외의 한류 팬	30
〈그림 1-1-10〉	인디음악의 태동 : 크리앙트 델리스파이스 언니네이발관	31
〈그림 1-1-11〉	2010 다음 인디음악 지원 프로젝트	37
〈그림 1-1-12〉	온라인 곡당 분배 가격	39
〈그림 1-1-13〉	온라인 곡당 분배 비율	39
〈그림 1-1-14〉	모바일 서비스 분배 비율	40
〈그림 1-1-15〉	'나는 가수다'에서 선보인 노래들이 실린 음반 (2011.7.24 기준)	43
〈그림 1-2-1〉	'10년 2분기~'11년 2분기 음악(상장사) 매출액 변동	53
〈그림 1-2-2〉	'10년 2분기~'11년 2분기 음악(상장사) 수출액 변동	55
〈그림 1-2-3〉	'10년 2분기~'11년 2분기 음악(상장사) 영업이익액 변동	56
〈그림 1-2-4〉	'10년 2분기~'11년 2분기 음악(상장사) 종사자 수 변동	57
〈그림 1-2-5〉	연도별 전체 한국 음악시장 규모 (단위: 백만 달러)	60

【제2부 국내 음악산업 현황】

〈그림 2-1-1〉	음악산업 가치사슬(Value Chain)	69
〈그림 2-1-2〉	1998~2010년 음반산업 규모	71
〈그림 2-1-3〉	2010년 업체별 음반산업 규모	73
〈그림 2-1-4〉	2006년 하반기 - 2010년 상반기 매장음악시장 규모 변동 추이표	76
〈그림 2-1-5〉	연도별 매장전송시장 vs 매장다음송시장 시장점유율 추이표	77
〈그림 2-2-1〉	스마트폰 판매량 통계	80
〈그림 2-2-2〉	다양한 서바이벌 음악 프로그램들	81
〈그림 2-2-3〉	모바일 음악 서비스 가치 사슬(Value Chain)	82
〈그림 2-2-4〉	모바일 음악 서비스 가치 사슬(Value Chain)에 따른 계약 관계	82
〈그림 2-2-5〉	통신사별 와이파이 광고	85
〈그림 2-2-6〉	글로벌 모바일음악 다운로드 증가추세 (2010년)	86
〈그림 2-2-7〉	음원 기반 리듬 액션게임	87
〈그림 2-2-8〉	스마트폰 가입자 연령별 비율 (2010년)	88
〈그림 2-2-9〉	아이돌 그룹의 음악활동	89
〈그림 2-2-10〉	인터넷 음악서비스 산업 가치사슬(Value Chain)	91
〈그림 2-2-11〉	디지털 음악사용료 분배구조	92
〈그림 2-3-1〉	공연산업의 구성요소 이해	100
〈그림 2-3-2〉	공연 기획의 3단계 과정	100
〈그림 2-3-3〉	음악 공연업 소분류별 전년대비증감률 및 연평균증감률	102
〈그림 2-3-4〉	음악공연업 장르별 전년대비증감률 및 연평균증감률	103
〈그림 2-3-5〉	2011년 상반기 공연 장르별 점유율 (판매매수 기준)	105
〈그림 2-3-6〉	2011년 상반기 공연 구매자 성별 연령대별 분포	106
〈그림 2-3-7〉	2011년 상반기 공연 장르별 연령 분포	107
〈그림 2-4-1〉	2003~2010년 노래연습장 산업규모	116
〈그림 2-4-2〉	2010년 노래연습장 요금매출 및 유료매출 추정값	117

〈그림 2-4-3〉	2002~2010년 노래연습장업 등록 현황	118
〈그림 2-4-4〉	2010년 노래연습장업 지역별 업소분포도	118
〈그림 2-4-5〉	2002~2010년 연도별 노래연습장 법령위반 현황	120
〈그림 2-4-6〉	2010년 유형별 노래연습장 법령위반 현황	120
〈그림 2-4-7〉	2010년 사·도별 노래연습장 법령위반 현황	121
〈그림 2-4-8〉	2002~2010년 노래연습장 형사처벌 현황	121
〈그림 2-4-9〉	2002~2010년 노래연습장 행정처분 현황	122
〈그림 2-4-10〉	2010년 노래연습장 사·도별 형사처벌 현황	122
〈그림 2-4-11〉	2010년 노래연습장 사·도별 행정처분 현황	122

【제3부 국내·외 음악산업 동향】

〈그림 3-1-1〉	음악산업 사업체 설립연도 분포	131
〈그림 3-1-2〉	음악산업 사업체형태 분포	132
〈그림 3-1-3〉	음악산업 경영형태 분포	133
〈그림 3-1-4〉	음악산업 업종별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	138
〈그림 3-1-5〉	음악산업 음악제작업 전년대비증감률 및 연평균증감률	139
〈그림 3-1-6〉	음악산업 음악 및 오디오출판업 전년대비증감률 및 연평균증감률	140
〈그림 3-1-7〉	음악산업 음반복제 및 배급업 전년대비증감률 및 연평균증감률	140
〈그림 3-1-8〉	음악산업 음반 도소매업 전년대비증감률 및 연평균증감률	141
〈그림 3-1-9〉	음악산업 온라인 음악 유통업 전년대비증감률 및 연평균증감률	142
〈그림 3-1-10〉	음악산업 음악 공연업 전년대비증감률 및 연평균증감률	144
〈그림 3-1-11〉	음악산업 음악공연업 장르별 전년대비증감률 및 연평균증감률	145
〈그림 3-1-12〉	음악산업 사업형태별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	147
〈그림 3-1-13〉	음악산업 매출액 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	149
〈그림 3-1-14〉	음악산업 종사자 규모별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	151
〈그림 3-1-15〉	음악산업 지역별 매출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	154
〈그림 3-1-16〉	음악산업 부가가치 구성 전년대비증감률 및 연평균증감률	155
〈그림 3-1-17〉	음악산업 지역별 수출액 전년대비증감률 및 연평균증감률	158
〈그림 3-1-18〉	음악산업 지역별 수입액 전년대비증감률 및 연평균증감률	159
〈그림 3-2-1〉	음악산업 업종별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	163
〈그림 3-2-2〉	음악산업 매출액 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	165
〈그림 3-2-3〉	음악산업 종사자 규모별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	167
〈그림 3-2-4〉	음악산업 고용형태별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	169
〈그림 3-2-5〉	음악산업 고용형태별 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	171
〈그림 3-2-6〉	음악산업 직무별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	173
〈그림 3-2-7〉	음악산업 학력별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	175
〈그림 3-2-8〉	음악산업 지역별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	177
〈그림 3-2-9〉	음악산업 성별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	179
〈그림 3-2-10〉	음악산업 연령별 종사자 전년대비증감률 및 연평균증감률	181
〈그림 3-3-1〉	2010년 세계 음악시장	183
〈그림 3-3-2〉	2006~2015년 전 세계 음악시장 배급 형태별 규모	184
〈그림 3-3-3〉	2006~2009년 애플 iTunes 음악 및 애플리케이언 다운로드 수	185
〈그림 3-3-4〉	1997~2010년 세계 음악시장 분야별 매출규모 추이	187
〈그림 3-3-5〉	2006~2010년 세계 음악시장 매출 규모 분야별 점유율 추이	188

(그림 3-3-6) 2010년 아시아 음악시장 국가별 점유율189
 (그림 3-3-7) 2010년 아시아 음악시장 분야별 점유율190
 (그림 3-3-8) 2006~2015년 일본 음악시장 배급 형태별 규모 추이190
 (그림 3-3-9) 2006~2010년 일본 음악시장 규모 및 분야별 추이192
 (그림 3-3-10) 2010년 일본 음악시장 매출 규모 분야별 점유율193
 (그림 3-3-11) 2010년 일본 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율194
 (그림 3-3-12) 2006~2015년 중국 음악시장 배급 형태별 규모 추이196
 (그림 3-3-13) 2006~2010년 중국 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이198
 (그림 3-3-14) 2010년 중국 음악시장 매출 규모 및 분야별 점유율199
 (그림 3-3-15) 2010년 중국 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율200
 (그림 3-3-16) 2006~2015년 인도 음악시장 배급 형태별 규모 추이202
 (그림 3-3-17) 2006~2010년 인도 음악시장 매출 규모 분야별 추이204
 (그림 3-3-18) 2010년 인도 음악시장 매출 규모 분야별 점유율204
 (그림 3-3-19) 2010년 인도 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율205
 (그림 3-3-20) 2006~2010년 미국 음악시장 매출 규모 분야별 추이208
 (그림 3-3-21) 2010년 미국 음악시장 매출 규모 분야별 점유율208
 (그림 3-3-22) 2010년 미국 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율209
 (그림 3-3-23) 2006~2015년 영국 음악시장 배급 형태별 규모 추이215
 (그림 3-3-24) 2006~2010년 영국 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이217
 (그림 3-3-25) 2010년 영국 음악시장 매출 규모 분야별 점유율217
 (그림 3-3-26) 2010년 영국 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율218
 (그림 3-3-27) 2006~2015년 독일 음악시장 배급 형태별 규모 추이222
 (그림 3-3-28) 2006~2010년 독일 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이223
 (그림 3-3-29) 2010년 독일 음악시장 매출 규모 분야별 점유율224
 (그림 3-3-30) 2010년 독일 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율225
 (그림 3-3-31) 2006~2015년 프랑스 음악시장 배급 형태별 규모 추이228
 (그림 3-3-32) 2006~2010년 프랑스 음악시장 매출 규모 분야별 추이229
 (그림 3-3-33) 2010년 프랑스 음악시장 매출 규모 분야별 점유율230
 (그림 3-3-34) 2010년 프랑스 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율231
 (그림 3-3-35) 2006~2015년 이탈리아 음악시장 배급 형태별 규모 추이234
 (그림 3-3-36) 2006~2010년 이탈리아 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이236
 (그림 3-3-37) 2010년 이탈리아 음악시장 매출 규모 분야별 점유율236
 (그림 3-3-38) 2010년 이탈리아 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율237
 (그림 3-3-39) 2006~2015년 호주 음악시장 배급 형태별 규모 추이240
 (그림 3-3-40) 2006~2010년 호주 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이242
 (그림 3-3-41) 2010년 호주 음악시장 매출 규모 분야별 점유율243
 (그림 3-3-42) 2010년 호주 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율244
 (그림 3-3-43) 2010년 남미 음악시장 국가별 점유율246
 (그림 3-3-44) 2006~2015년 브라질 음악시장 배급 형태별 규모 추이247
 (그림 3-3-45) 2006~2010년 브라질 음악시장 매출 규모 및 분야별 추이249
 (그림 3-3-46) 2010년 브라질 음악시장 매출 규모 분야별 점유율250
 (그림 3-3-47) 2010년 브라질 디지털 음악의 포맷에 따른 매출 점유율251

【제4부 국내 음악 이용자 동향】

(그림 4-1-1) 주요 음악감상 장르258
 (그림 4-1-2) 국내 대중가요 부문 주 감상 장르 (1순위)259
 (그림 4-1-3) 국내 대중가요 부문 주 감상 장르 (종합순위)260
 (그림 4-1-4) 하루 평균 음악 감상시간263
 (그림 4-1-5) 음악 콘텐츠 이용실태264
 (그림 4-1-6) 정품 음반 구입 경험265
 (그림 4-1-7) 정품 음반 구입 장소267
 (그림 4-1-8) 정품 음반 1회 평균 구입 비용268
 (그림 4-1-9) 정품 음반 비 구매 이유 (1순위)269
 (그림 4-1-10) 정품 음반 비 구매 이유 (종합순위)269

(그림 4-1-11) 향후 정품 음반 구입 의향271
 (그림 4-1-12) 향후 정품 음반 구입 의향 - 성 연령별271
 (그림 4-1-13) 온라인 음악파일 다운로드 경험272
 (그림 4-1-14) 온라인 음악파일 다운로드 주 이용방법274
 (그림 4-1-15) 온라인 음악파일 다운로드 이용빈도276
 (그림 4-1-16) 온라인 음악파일 다운로드 결제방법277
 (그림 4-1-17) 온라인 음악파일 다운로드 시 주 이용 사이트 1순위 (Top10)278
 (그림 4-1-18) 온라인 음악파일 다운로드 시 주 이용 사이트 종합순위 (Top10)279
 (그림 4-1-19) 온라인 음악파일 주 감상매체280
 (그림 4-1-20) 포털사이트 유료 음악 서비스 이용 합법여부 인식 - 성 연령별282
 (그림 4-1-21) 음악전문사이트 이용 합법여부 인식 - 성 연령별283
 (그림 4-1-22) 토렌트 등 P2P 이용 합법여부 인식 - 성 연령별284
 (그림 4-1-23) 웹하드 이용 합법여부 인식 - 성 연령별285
 (그림 4-1-24) 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용 합법여부 인식 - 성 연령별286
 (그림 4-1-25) 인터넷 카페, 블로그 등에서 다운로드 및 스트리밍 이용 합법여부 인식 - 성 연령별287
 (그림 4-1-26) 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식288
 (그림 4-1-27) 불법성 인지 후 온라인 음악파일 불법 다운로드 이용 인식 변화289
 (그림 4-1-28) 향후 온라인 음악파일 유료 다운로드 의향291
 (그림 4-1-29) 향후 온라인 음악파일 유료 다운로드 의향 - 성 연령별291
 (그림 4-1-30) 온라인 음악 유료 사이트 주 이용 방식293
 (그림 4-1-31) 온라인 음악 유료 사이트 이용방법별 이용빈도294
 (그림 4-1-32) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 경험295
 (그림 4-1-33) 온라인 음악 스트리밍 서비스 주 이용 방법297
 (그림 4-1-34) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 빈도298
 (그림 4-1-35) 온라인 음악 스트리밍 서비스 유료 여부299
 (그림 4-1-36) 온라인 음악 스트리밍 서비스 1회 평균 이용 비용300
 (그림 4-1-37) 온라인 음악 스트리밍 서비스 주 이용 사이트 - 성 연령별301
 (그림 4-1-38) 온라인 음악 스트리밍 서비스 이용 후 음반 구입 여부302
 (그림 4-1-39) 온라인 음악 스트리밍 서비스 향후 이용 의향303
 (그림 4-1-40) 온라인 음악 스트리밍 서비스 향후 이용 의향 - 성 연령별304
 (그림 4-1-41) 온라인 배경음악 서비스 경험여부305
 (그림 4-1-42) 온라인 배경음악 서비스 주 이용 방법307
 (그림 4-1-43) 온라인 배경음악 서비스 이용 빈도308
 (그림 4-1-44) 온라인 배경음악 서비스 유료 이용 여부309
 (그림 4-1-45) 온라인 배경음악 서비스 1회 평균 이용 비용310
 (그림 4-1-46) 온라인 배경음악 서비스 주 이용 사이트311
 (그림 4-1-47) 온라인 배경음악 서비스 향후 유료 이용 의향313
 (그림 4-1-48) 온라인 배경음악 서비스 향후 유료 이용 의향 - 성 연령별314
 (그림 4-1-49) 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 이용 경험 및 유료 이용 경험315
 (그림 4-1-50) 휴대폰 모바일 통화연결음 서비스 이용 경험 및 유료 이용 경험316
 (그림 4-1-51) 휴대폰 모바일 스트리밍 서비스 이용 경험 및 유료 이용 경험317
 (그림 4-1-52) 휴대폰 모바일 음악파일 다운로드 이용 경험 및 유료 이용 경험318
 (그림 4-1-53) 휴대폰 모바일 음악 서비스 이용빈도319
 (그림 4-1-54) 휴대폰 모바일 음악 서비스 1회 이용 비용320
 (그림 4-1-55) 휴대폰 모바일 음악 서비스 결제방법320
 (그림 4-1-56) 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 주 이용 사이트 (Top10)321
 (그림 4-1-57) 휴대폰 모바일 음악 유료 서비스 비 이용 이유 (1순위)322

그림목차

〈그림 4-1-58〉	향후 휴대폰 모바일 벨소리 서비스 이용 의향	323
〈그림 4-1-59〉	향후 휴대폰 모바일 통화연결음 서비스 이용 의향	324
〈그림 4-1-60〉	향후 휴대폰 모바일 스트리밍 서비스 이용 의향	325
〈그림 4-1-61〉	향후 휴대폰 모바일 음악파일 다운로드 서비스 이용 의향	326
〈그림 4-1-62〉	노래연습장 이용 경험 - 성, 연령별	327
〈그림 4-1-63〉	노래연습장 이용 빈도 - 성, 연령별	328
〈그림 4-1-64〉	노래연습장 주류 이용 경험 - 성, 연령별	329
〈그림 4-1-65〉	노래연습장 주류 판매 합법인식 - 성, 연령별	330
〈그림 4-1-66〉	노래연습장 주류 판매 향후 의향 - 성, 연령별	331
〈그림 4-1-67〉	음악관련 공연 관람 여부	332
〈그림 4-1-68〉	음악공연 종류별 총 관람 횟수	333
〈그림 4-1-69〉	음악공연 종류별 유료 관람 횟수	334
〈그림 4-1-70〉	음악관련 공연 관람 규모	335
〈그림 4-1-71〉	공연 티켓 주 구매 사이트	336
〈그림 4-1-72〉	공연정보 획득경로	336
〈그림 4-1-73〉	향후 유료 관람 의향	337
〈그림 4-1-74〉	음악관련 페스티벌 관람 여부 - 성, 연령별	338
〈그림 4-1-75〉	음악관련 페스티벌 참여이유	339
〈그림 4-1-76〉	향후 음악관련 페스티벌 참여 의향 - 성, 연령별	340
〈그림 4-2-1〉	단계별 진행 절차	344
〈그림 4-2-2〉	장르별 콘텐츠 학과 수 변동	345
〈그림 4-2-3〉	장르별 콘텐츠 학교 수 변동	346
〈그림 4-2-4〉	장르별 전임교원 구성비	347
〈그림 4-2-5〉	장르별 입학생 수	348
〈그림 4-2-6〉	장르별 산학연계 경험률 비교	355
〈그림 4-2-7〉	장르별 산학연계 인턴십 제도를 통한 취업률 (인턴십 제도 수행 기관)	356
〈그림 4-2-8〉	장르별 해외교류 경험률 비교	357
〈그림 4-2-9〉	전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황	359
〈그림 4-2-10〉	장르별 전문계 고등학교 전임교원 구성비	361
〈그림 4-2-11〉	전문계 고등학교 장르별 입학생 수	362
〈그림 4-2-12〉	전문계 고등학교 최근 3년간 정부지원 사업 수혜 경험률 비교	366
〈그림 4-2-13〉	장르별 산학연계 경험률	368
〈그림 4-2-14〉	장르별 해외교류 경험률	370
〈그림 4-2-15〉	비정규교육기관 구분별 장르 분포	372

【제5부 음악 정책 동향】

〈그림 5-1-1〉	저작권 개요	383
〈그림 5-2-1〉	대중문화예술인지원센터 사업 내용	398
〈그림 5-2-2〉	뉴욕필하모닉오케스트라와 함께하는 어린 꿈나무들	400
〈그림 5-2-3〉	유튜브·KOMCA 협약식	403
〈그림 5-2-4〉	CISAC 아-태위원회 정례회의	404
〈그림 5-2-5〉	음악저작권보호작품 공모전 우수작	405
〈그림 5-2-6〉	한국음악콘텐츠산업협회 회원사	411
〈그림 5-3-1〉	일본 음악산업의 비즈니스 구조	414
〈그림 5-3-2〉	미국 음악산업 구성도	420
〈그림 5-3-3〉	HADOPI 법률안 시행 이후 프랑스 소비자들의 불법 다운로드 여부 설문조사 결과	430
〈그림 5-3-4〉	HADOPI 법률안 시행 찬반여부에 관한 프랑스 소비자들의 설문조사 결과	430