



『2011년 11호 ‘주간 심층이슈’』



『 유럽 음반 시장 』

○ 작성 취지

- 유럽의 음반 산업 및 시장 분석을 통해 유럽 음악 산업의 현황 및 환경을 이해하고자 함.
- 2010년 발간된 IFPI (International Federation of the Phonographic Industry)의 <Recording Industry in Numbers 2010> 통계를 토대로 분석.
※ 작성자 : 유지연 (위릭대학 문화산업 박사과정)

○ 작성 순서

1. 「유럽 음반 시장 현황」
2. 「유럽 음반 시장 분석」
3. 「제안/시사점」

○ 용어 정의

- 피지컬(Physical) 음악 판매: 오프라인 매장과 인터넷 음반 매장에서 구매된 CD 판매를 일컫음.
- 디지털(Digital) 음악 판매: 온라인, 모바일, 서브스크립션을 통한 판매를 일컫음. 휴대폰 통화음 수입과 번들 서브스크립도 포함됨.

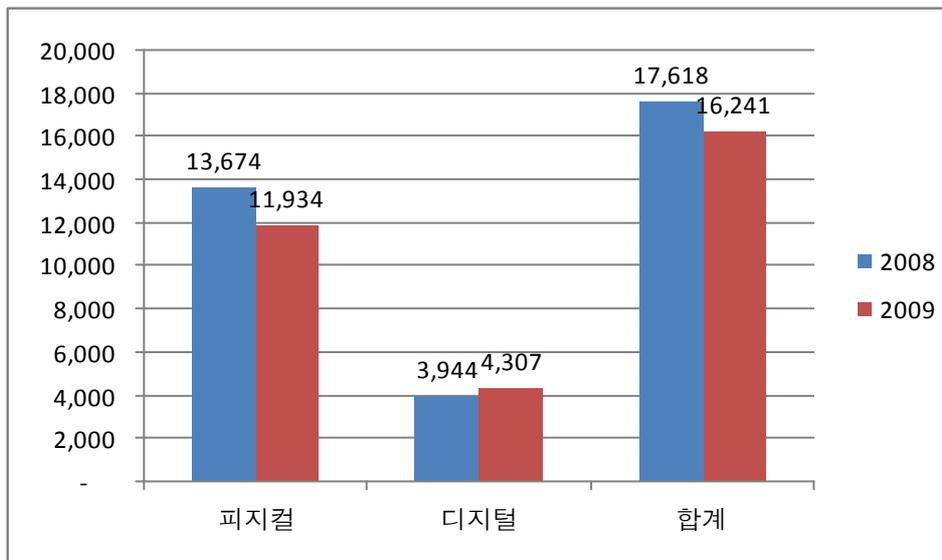
1. 『유럽 음반 시장 현황』

□ 전 세계 음반 시장 현황

○ 전체 음반 시장 판매 감소, 반면 디지털 음악 시장은 성장

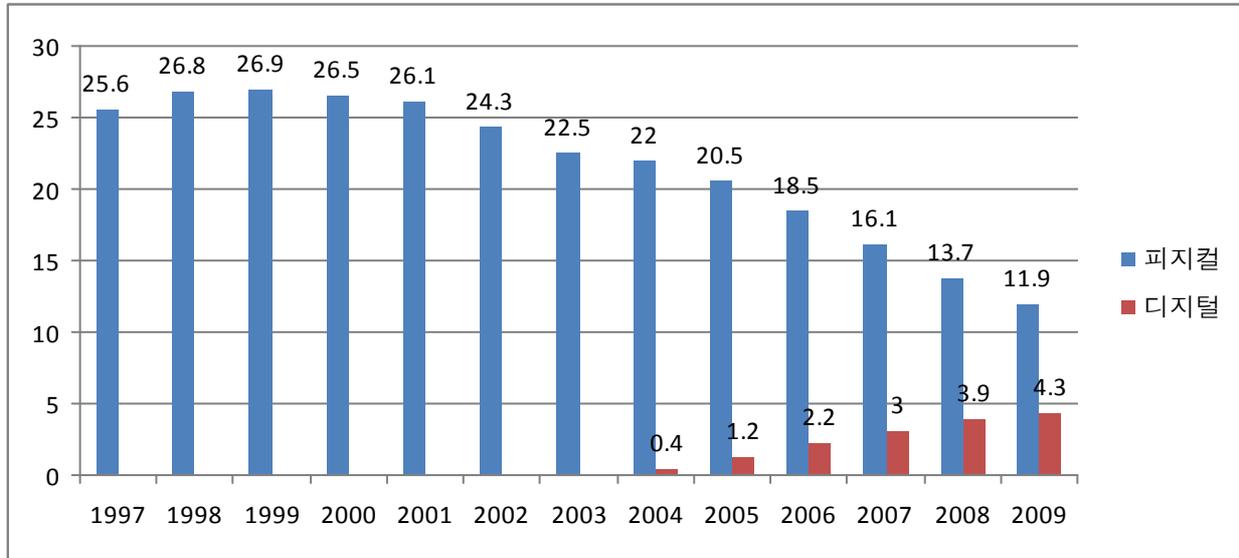
- 전 세계 음반시장은 1999년 이래 매년 판매가 감소하고 있음.
- 2009년 전 세계 음반 시장 수입은 총 170억 달러로 2008년도에 비해 **7.2% 하락** 하였고, 2009년 음반 판매는 전년도에 비해 12.7% 하락 했으나, 2007년도와 비교했을 때 2008년도의 하락률이었던 15%에 비해서는 적은 감소세를 보임.
- 2009년 디지털 음악 수입은 총 43억 달러로 2008년 대비 **9.2% 증가**를 보임.
- 이 수치는 2004년의 디지털 음악 시장 가치의 10배 이상의 성장세를 보이는 것으로 이제 디지털 음악은 전체 음악 판매의 25.3%를 차지하고 있음. 이는 디지털 음악의 수요 증대와 음악시장의 중심이 기존의 음반 포맷의 소비에서 디지털 음원 포맷으로 소비자 구매 패턴이 옮겨가고 있음을 보여줌.

【그림 1】 전 세계 2008년-2009년 음악시장 규모 (단위: US \$million)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 자료 편집

【그림 2】 전 세계 1997년-2009년 음반 판매량 변화 (단위: US\$billion)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

□ 유럽 음반 시장 현황

○ 전체적으로 시장 감소, 그러나 디지털 음악 시장은 성장

- 유럽 시장은 2001년 이후로 전체적으로 시장 가치가 감소되어 오고 있음.
- 시장 감소의 주요 요인으로는 불법 CD 버닝과 불법 다운로드, 대형 소매상의 감소로 요약됨.
- 2009년 유럽은 전 세계에서 디지털 음악 수입이 두 번째로 빠르게 증가한 지역으로 전년도에 비해 29.7%가 성장하였으나, 여전히 전 세계 평균인 13%를 밑도는 수준이며, 유럽의 음반사들은 미국 시장에 비해 여전히 **피지컬 음반에 의존**하는 경향이 큼.
- 디지털 음악 시장 성장이 피지컬 음악 시장의 손실을 상쇄하는 현상이 나타나기도 함. 특히 영국의 경우, **디지털 음악 성장이 피지컬 음악 시장의 감소를 상쇄**시켜 전년도 대비 2009년에는 전체적으로 음악시장 성장을 보여줌.
- **유료 서브스크립션 기반의 디지털 음악 서비스 업체의 성장이 두드러짐.**
Spotify는 노르웨이와 스웨덴에서 가장 큰 디지털 음원 서비스 업체가 되었고, 유럽 전체 시장에서는 iTunes 다음으로 두 번째로 큰 업체로 성장. Deezer는 프랑스에서 특히 강세를 보임.
- 2009년 전 세계 음악 시장 규모 중 Top 20 시장 중, 아래 표기된 듯이 12개의 유럽 국가가 차지하고 있음. 영국, 독일, 프랑스가 상위 음악 시장으로 랭크됨.

【표 1】 2009년 세계 음반 시장 순위 (단위:US\$million)

	국가	판매 수입	전년 대비% 변화	피지컬	디지털	전체 시장 %
1	미국	4632.4	-10.7%	55%	43%	27%
2	일본	4049.6	-10.8%	74%	24%	24%
3	영국	1573.8	1.9%	73%	19%	9%
4	독일	1533.3	-3.0%	85%	10%	9%
5	프랑스	947.7	-2.7%	77%	14%	6%
6	캐나다	395.9	-7.4%	75%	20%	2%
7	호주	381.6	4.3%	78%	18%	2%
8	네덜란드	265.4	-2.5%	76%	6%	2%
9	이태리	252	-17.4%	76%	13%	1%
10	스페인	245.9	-14.3%	72%	13%	1%
11	브라질	203.7	0.5%	81%	13%	1%
12	스위스	177.7	-6.8%	84%	12%	1%
13	벨기에	167.1	-7.0%	79%	9%	1%
14	오스트리아	145.1	-1.4%	80%	10%	1%
15	한국	144.8	10.4%	45%	55%	1%
16	스웨덴	138	11.9%	76%	15%	1%
17	인도	128.4	2.0%	50%	31%	1%
18	멕시코	120.9	0.2%	84%	15%	1%
19	러시아	120.1	-29.1%	82%	18%	1%
20	덴마크	117.5	-0.8%	66%	22%	1%

출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

* 피지컬/디지털 이외에 기타 수입 항목이 있으나 편의상 목록에서는 삽입하지 않았음.

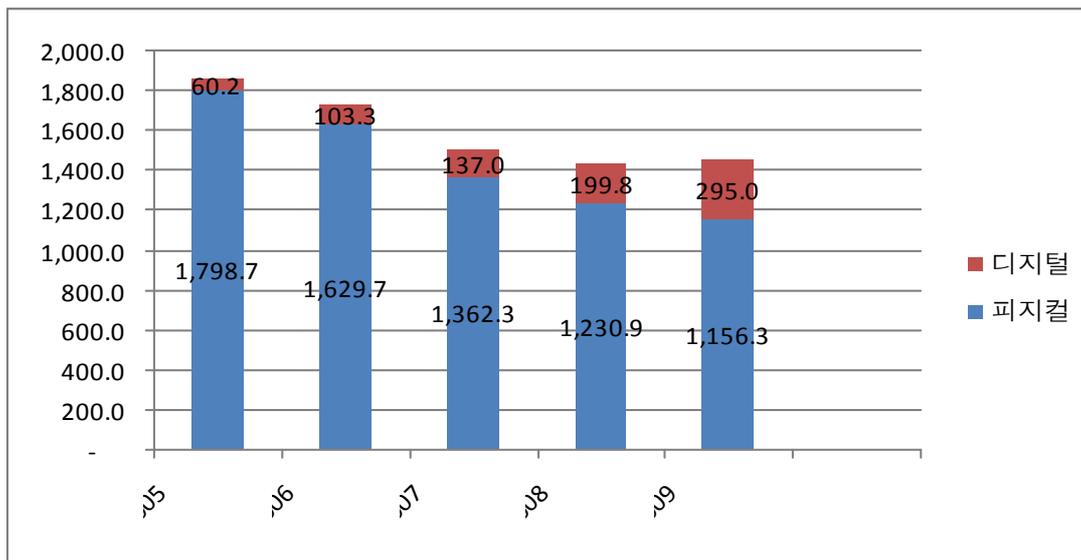
□ 유럽 주요 시장 분석

○ 영국 음악 시장 현황

- 전 세계 세 번째로 큰 음악시장으로 2009년 전 세계 음악시장의 9.2%를 차지하고 있으며, 전 세계에서 미국 다음으로 다양한 음악 레퍼토리를 가진 음악시장.
- 유럽에서 가장 큰 시장인 영국은 2009년 디지털 음악 판매에서 **전년 대비 47.6%의 상승**으로 큰 성장을 보임. 반면 CD 판매는 전년 대비 6.1% 감소함.
- CD 판매 감소에도 불구하고 다운로드를 통한 디지털 음악 판매가 증가하고 있으며, 2009년에 디지털 포맷으로 1천6백만 장의 앨범이 판매됨. 이것은 전년 대비 56% 증가를 보이고 있으며, 전체 앨범 판매의 12.5%를 차지할 정도로 디지털 음악 시장의 영향력이 증대되고 있음.
- 전체적으로 디지털 음악 시장 판매 증가로 인해 2008년 대비 2009년에 1.9% 판매 성장을 보임.
- iTunes, Amazon과 같은 온라인 서비스 이용 증가는 디지털 앨범 판매의 강세를 보여주는 증거이며, 또한 모바일 서브스크립션을 기반으로 한 **유료 음악 시장도 크게 성장**.

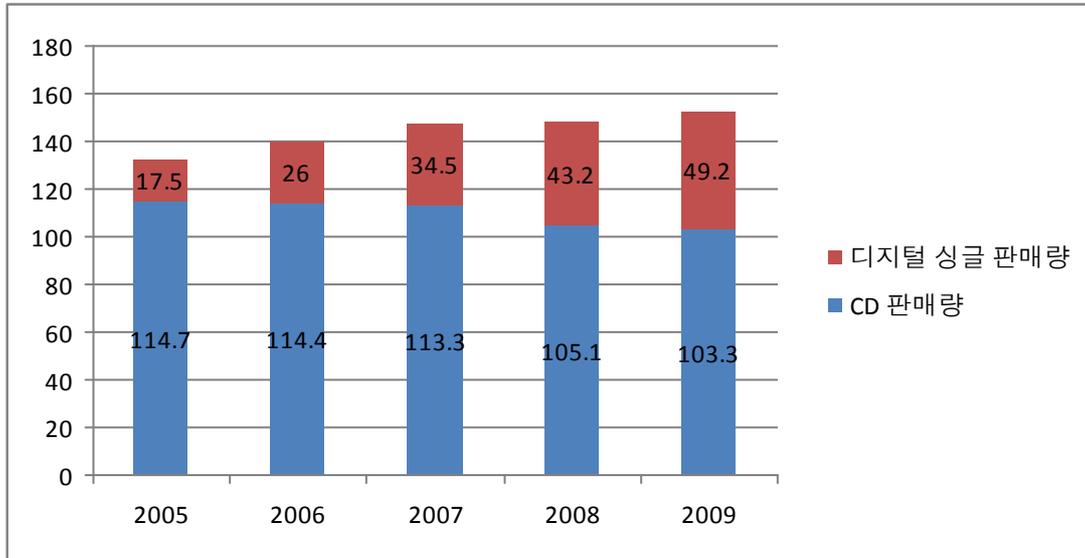
- 2009년 Zavvi와 Woolworths와 같은 주요 오프라인 음반 소매 체인의 폐업과 대형 음반 유통사인 EUK 와 Pinnacle의 철수는 음반사들의 판매 전략을 더욱 온라인 디지털 소매상과 온라인 매장으로 집중하게 만든 요인이 되었으며, 전통 음반 소매상이 아닌 슈퍼마켓, 패션 매장인 Peacocks, 비디오 게임 전문점인 Game과 같은 비음반 매장을 통한 대안적 판매 채널 전략을 통해 오프라인 판매를 촉진하고자 하는 시도도 두드러짐.
- 2009년 최고 판매 앨범은 영국 아티스트인 수잔 보일(Susan Boyle)이며 이 음반은 또한 2009년 전 세계에서 가장 많이 팔린 음반이기도 함.
- 2007 콜드플레이(Coldplay)와 2008년 에이미 와인하우스 (Amy Winehouse)에 이어 3년 연속 전 세계 최고 판매 음반이 영국 출신 아티스트로 기록되며, 전 세계 음악 시장에서 영국 아티스트의 성공이 돋보임. 또한 2009년에는 **영국 로컬 아티스트의 활약**도 두드러져 영국 전체 음반 판매의 48.8%를 자국 아티스트 음반이 차지함.
- **락**이 전체 음반 판매의 31%를 차지하며 여전히 가장 주요한 음악 장르로 자리를 잡고 있으나, 팝 장르가 그 뒤를 이어 29%를 차지하며 그 간격을 점차 좁혀가고 있음.

【그림 3】 2005-2009 영국 음반 판매 규모 변화 (단위: US\$million)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

【그림 4】 2005-2009 영국 음반 판매량 변화 (단위: million unit)

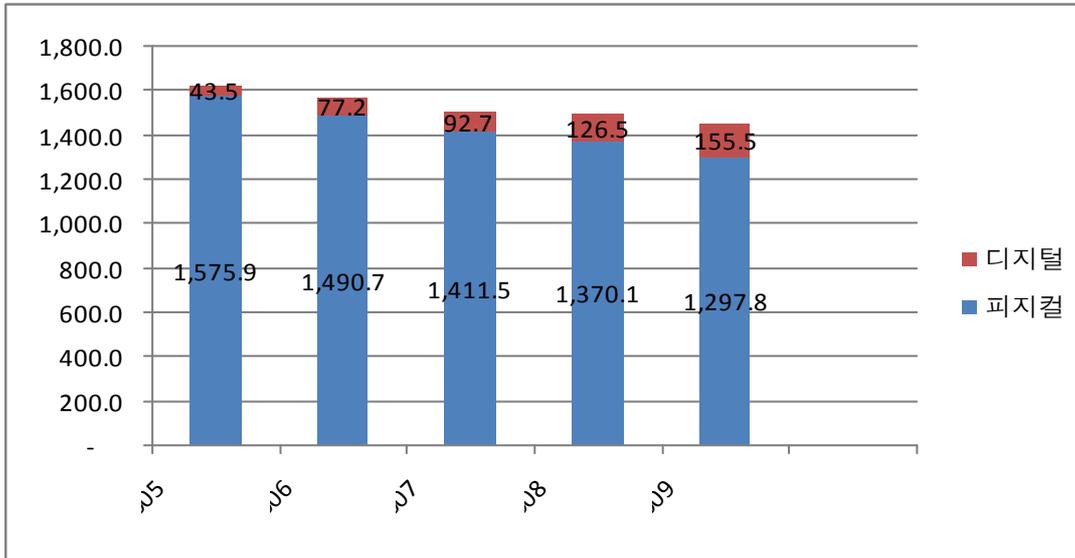


출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

○ 독일 음악 시장 현황

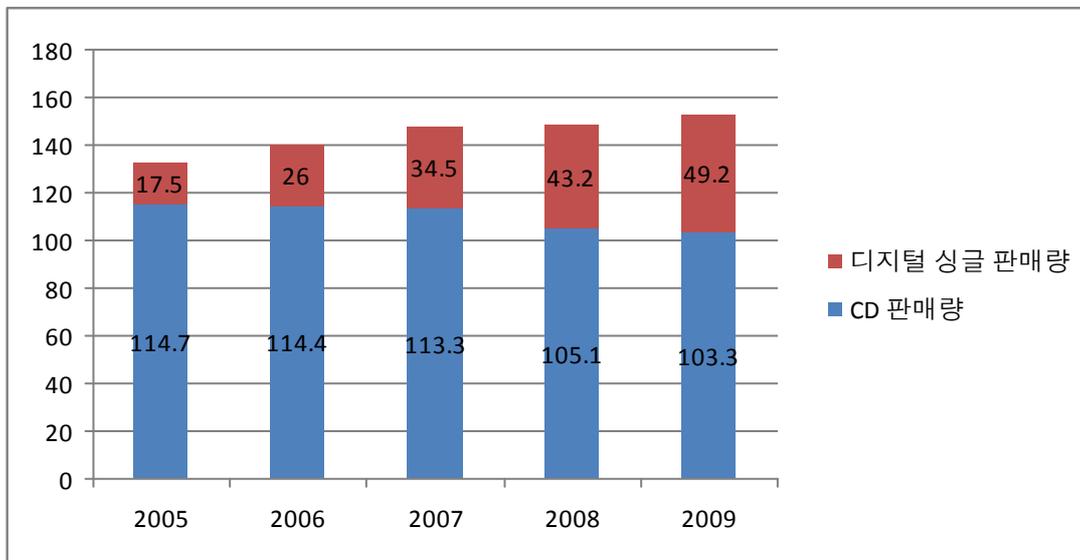
- 영국에 이어 유럽에서 두 번째로 큰 음악시장으로 영국과의 시장 차이를 지속적으로 좁혀가고 있음.
- 피지컬 음반 시장은 세계 평균을 밑도는 전년 대비 5.3% 감소를 유지하는 반면, **디지털 음악 시장은 22.9%의 큰 성장**을 보임. 시장 전체로는 3%의 감소만을 보임.
- 여전히 **피지컬 음반 판매가 전체 음악 시장 수입의 85%**를 차지하며, 포르투갈 (86%) 다음으로 서유럽에서 가장 높은 비율을 보여줌.
- 이는 안정적인 소매 시장 부문, 보수적인 소비자 행동 패턴, 특별한 요소를 추가적으로 제공하는 스페셜 CD 패키지나 스페셜 에디션과 같은 한정판 등의 음반사의 프로모션이 독일 피지컬 음반 시장을 상대적으로 안정적으로 유지시켜주는 요인으로 분석됨.
- 음악 구매자 인구는 2008년도 전체 인구의 39.6%에서 2009년도 39.8%로 약간 증가했고, 음악 소비자의 5%가 전체 음악 시장의 34%를 차지할 정도로 헤비 음악 구매자의 역할이 큼.

【그림 5】 2005-2009 독일 음반 판매 규모 변화 (단위: US\$million)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

【그림 6】 2005-2009 독일 음반 판매량 변화 (단위: million unit)



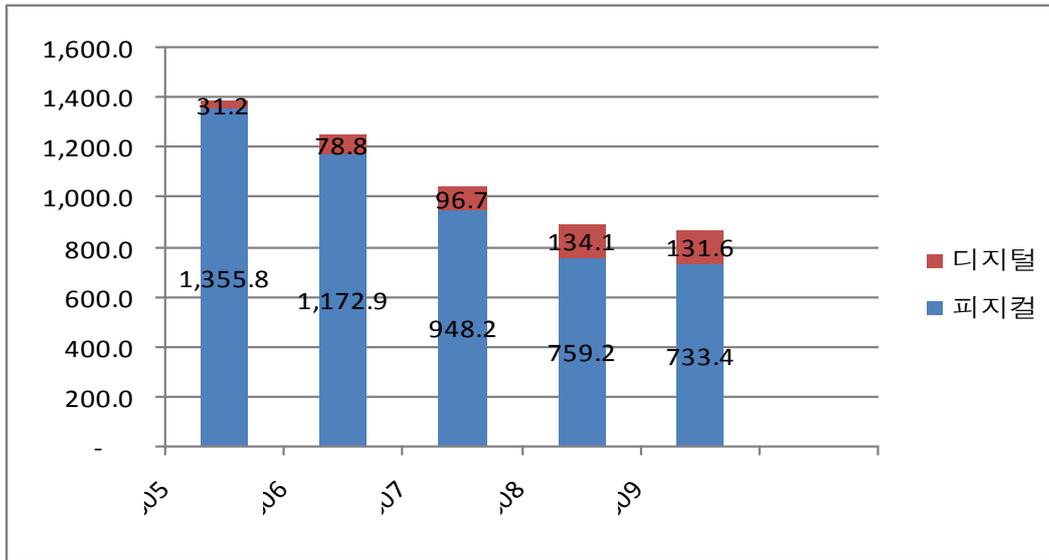
출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

○ 프랑스 음악 시장 현황

- 2009년 피지컬 음반 판매 감소가 두드러져 전체 음악 시장 판매가 2.7% 감소.
- 디지털 음악 판매는 1.9% 감소로 약간 감소하였는데 이것은 모바일의 배경음악 다운로드 감소와 연관된 수치로 분석됨. 반면 온라인 음악 판매 부문은 크게 성장하였고 스트리밍 음악 수입 또한 두 배 이상 성장.
- 전체 음악 시장의 침체는 신인 가수 개발의 장벽으로 작용하였고, 그 결과 신인과의 계약 감소를 가져왔음.
- 2002년 발생했던 171 건의 신인 아티스트 계약과 2005년의 104건에 비해, 2009년에는 70건만의 신인 계약만 이루어짐. 또한 음반사의 마케팅 비용도 전년 대비

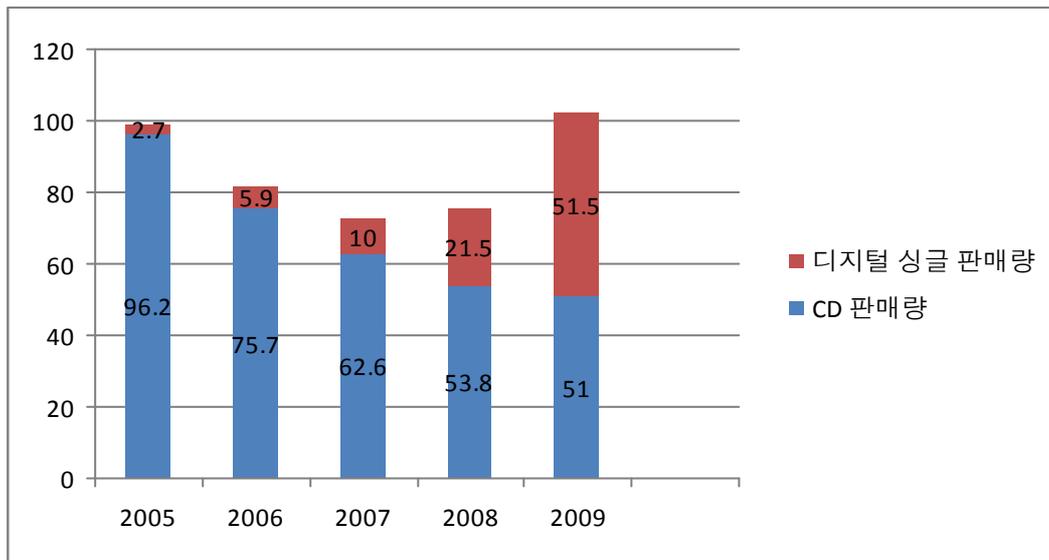
18% 감소를 보임. (출처: SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique))

【그림 7】 2005-2009 프랑스 음반 판매 규모 변화 (단위: US\$million)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

【그림 8】 2005-2009 프랑스 음반 판매량 변화 (단위: million unit)

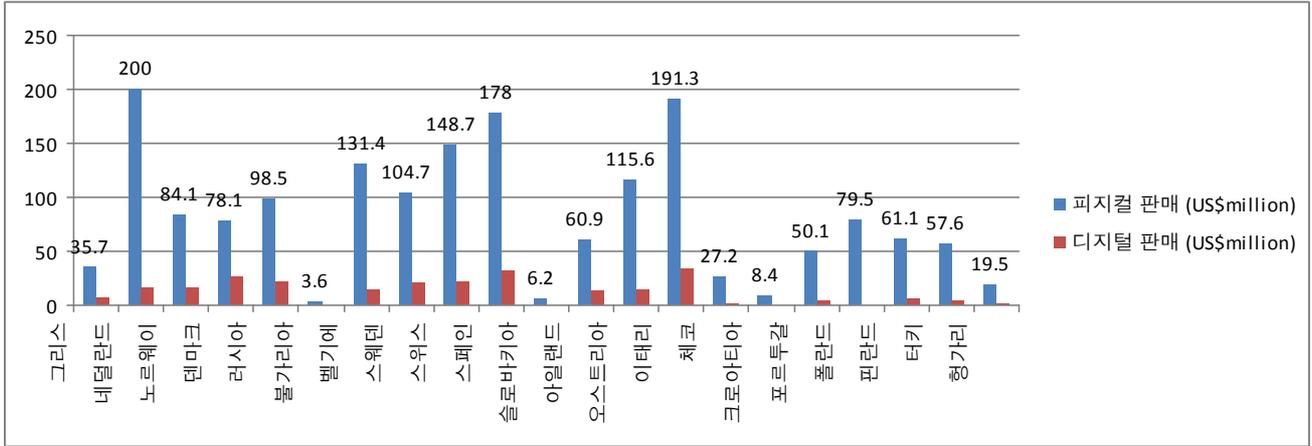


출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

□ 2009년 기타 유럽 각국 음악시장 비교

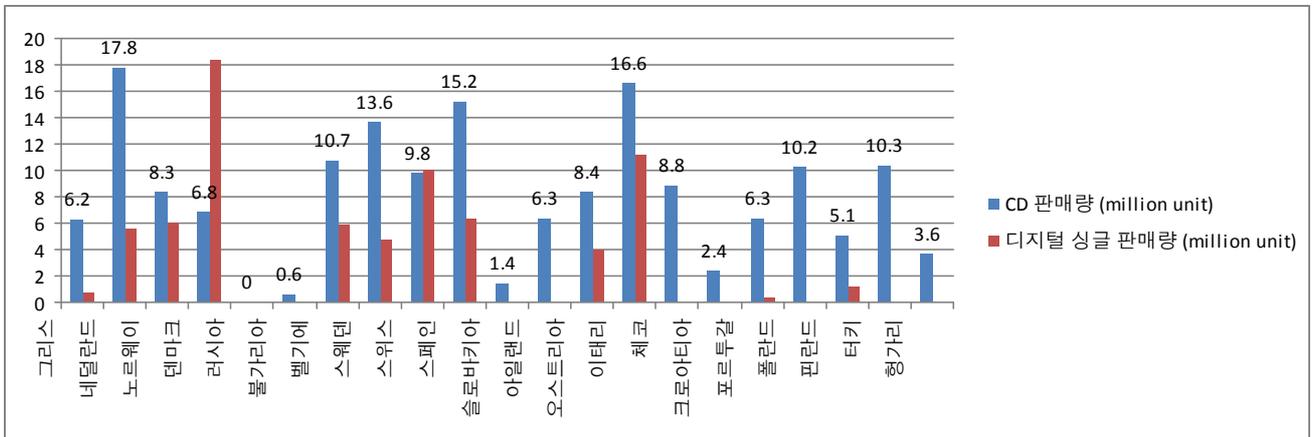
- 그 외 유럽 국가의 2009년 음반 판매 규모 및 음반 판매량은 다음과 같음.
- 영국, 독일, 프랑스 이외에도 이태리, 네덜란드, 스페인 등이 큰 시장 규모를 보여 줌.

【그림 9】 2009년 기타 유럽 시장 음반 판매 규모 (단위: US\$million)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

【그림 10】 2009년 기타 유럽 시장 음반 판매량 (단위: million unit)



출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

【표 2】 2009년 전 세계 음악 시장 순위 중 유럽국 순위 정리

국가	그리스	네덜란드	노르웨이	독일	덴마크	러시아	불가리아	벨기에
피지컬판매순위	31	8	19	3	21	18	48	13
디지털판매순위	29	21	22	4	16	18	44	24
국가	스웨덴	스위스	스페인	슬로바키아	아일랜드	영국	오스트리아	이탈리
피지컬판매순위	16	12	10	45	25	4	14	9
디지털판매순위	19	17	13	46	25	3	23	12
국가	체코	크로아티아	포르투갈	폴란드	프랑스	핀란드	터키	헝가리
피지컬판매순위	34	44	27	20	5	24	26	38
디지털판매순위	42	49	36	n/a	5	30	32	43

출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

☐ 유럽 음악 판매 현황 분석

○ 유럽 음악 시장의 피지컬 음반 레퍼토리 분석

- 유럽 국가 중 그리스와 터키가 국내 레퍼토리가 강한 반면, 네덜란드, 불가리아,

스위스는 해외 레퍼토리가 강세를 보임

- 오스트리아는 편집앨범이 차지하는 비율이 유럽 다른 나라들에 비해 상대적으로 높음.

【표 3】 2009년 유럽 음악 시장 피지컬 음반 종류 분류

	국내	해외	클래식	편집앨범
그리스	63%	35%	2%	
네덜란드	22%	74%	4%	
노르웨이	44%	43%	5%	9%
덴마크	48%	47%	4%	2%
불가리아	12%	83%	2%	3%
벨기에	11%	63%	5%	21%
스웨덴	35%	41%	3%	21%
스위스	15%	67%	5%	13%
스페인	37%	45%	6%	13%
영국	39%	41%	3%	18%
오스트리아	9%	52%	9%	31%
이태리	43%	51%	7%	
크로아티아	44%	39%	4%	14%
폴란드	21%	51%	7%	22%
핀란드	48%	35%	5%	12%
터키	71%	29%		
헝가리	41%	46%	13%	

출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

○ 2008-2009 전 세계 플래티넘 앨범 판매 중 유럽 국가 현황

- 플래티넘 선정 앨범 기준이 유럽 각 국의 나라마다 상이하며, 큰 음반 시장 규모를 가진 독일, 영국, 프랑스의 선정 기준이 타국보다 가장 높음.
- 독일, 오스트리아, 폴란드가 2008년 대비 2009년에 선정 앨범 수가 상당한 감소를 보이는 반면, 프랑스는 큰 증가를 보임.

【표 4】 2008-2009 전 세계 플래티넘 앨범 판매 중 유럽국가 음악 시장 현황

	2009년 발매 앨범 중 플래티넘 앨범 수	2008년 발매 앨범 중 플래티넘 앨범 수	플래티넘 선정 기준 앨범 판매량 (국내)	플래티넘 선정 기준 앨범 판매량 (해외)
독일	9	19	200,000	200,000
덴마크	13	12	30,000	30,000
스웨덴	21	25	40,000	40,000
영국	28	27	300,000	30,000
오스트리아	9	16	20,000	20,000
폴란드	19	29	30,000	20,000

프랑스	44	21	100,000	100,000
핀란드	11	12	30,000	20,000

출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

○ 2009년 플래티넘 유럽 어워드 (IFPI's Platinum Europe Awards) 수상 앨범

- IFPI 플래티넘 유럽 어워드는 1996년 시작 이래 유럽에서 피지컬과 디지털 포맷의 음악 판매 중 백만 장 이상 판매된 아티스트에게 수여하는 상임.
- 2009년도에는 총 39장의 앨범이 플래티넘 어워드를 수상했으며 2008년의 52장의 앨범에 비해 다소 감소하였음.
- 2009년에 수상한 아티스트 중 51%가 유럽 출신이며 이것은 2007년에는 64%, 2008년에는 55%이었던 것에 비해 역시 감소 추세를 보임.
- 영국 아티스트가 유럽 시장에서 단연 우세하며, 유럽에서 발매된 앨범의 70%가 영국 시장에서 발매되었음. 스웨덴, 아일랜드, 프랑스와 독일에서 발매된 음반들도 꾸준히 유럽의 베스트셀러 음반이 되고 있음.

【표 5】 2009년 플래티넘 유럽 어워드(IFPI's Platinum Europe Awards) 수상 앨범

아티스트	앨범명	음반사
Susan Boyle	IDreamedADream	Sony Music
Black Eyed Peas	TheE.N.D. (TheEnergyNeverDies)	Universal Music
Michael Jackson	MichaelJackson'sThisIsIt	Sony Music
Robbie Williams		EMI Music
U2	NoLineOnTheHorizon	Universal Music
JLS	JLS	Sony Music
Muse	TheResistance	Warner Music
LadyGaga	TheFameMonster	Universal Music
Madonna	Celebration	Warner Music
TheScript	TheScript	Sony Music
PaoloNutini	SunnySideUp	Warner Music
Michael Bublé	CrazyLove	Warner Music
GreenDay	21stCenturyBreakdown	Warner Music
LilyAllen	It'sNotMe,It'sYou	EMI Music

출처: IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

* 기준: 2009년 발매 앨범

2. 『유럽 음반 시장 분석』

□ 유럽 음악 시장이 직면한 문제점

○ 디지털 시장 확장 필요성

- 유럽 음악 시장에서 디지털 음악 시장은 여전히 초기 발전 단계로 **미국이나 아시아 시장에 비해 그 규모가 작음**. 디지털 포맷 채택이 아직 정착하지 않았으며 상위 유럽 다섯 개 국가의 인터넷 사용자 중 8%만이 음악을 디지털로 구매한다는 조사 결과가 있을 정도로 (Jupiter Research, 2009) 시장 확장이 필요한 상황임.

○ 디지털 불법 음악 시장의 악영향

- 유럽 주요 음악 시장에서 여전히 **불법 음악 다운로드가 음악 시장 발전에 장벽**으로 작용하고 있고, P2P를 통한 불법 음원 공유는 여전히 가장 심각한 불법 음원 유통 채널로 남아있음.
- 불법 음원 유통에 대한 법적인 보호 장치가 상대적으로 취약한 스페인이나 이탈리아 등은 심각한 음악 시장 수축을 보여줌. 스페인 경우, 유럽 전체 평균의 두 배 이상 수준의 불법 파일 유통으로 인해 2009년에는 2001년의 시장 규모의 38%의 수준으로 시장이 축소되며 유럽에서 가장 큰 시장 규모 감소를 보여주고 있음.
- 현재 **불법 다운로드에 관한 법안 개정**이 주요 유럽 국가에서 진행되고 있으나 여전히 입법화에 대해 찬반 논쟁이 계속되고 있어 추진에 어려움을 겪고 있음.
- 불법 음원 유통은, 아티스트뿐만 아니라 고용, 소비자, 그리고 **창조 산업 전체에 심각한 영향**을 미치는 것으로 분석되고 있음. 향후 일자리 감소가 예상될 뿐만 아니라 기존 고용 상태에도 위협적인 요소로 작용하고 있음.
- 2010년 3월에 시행된 디지털 불법 유통이 경제에 미치는 영향에 관한 조사인 'Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries' 리포트에 따르면, 2008년에서 2010년 사이에 영화, 음악, 소프트웨어, TV 산업 등 창조 산업 분야에서 약 345,000개의 일자리가 사라졌고, 디지털 불법 유통에 대한 효과적인 법적 장치가 마련되지 않는 한 2015년까지 유럽 전체의 창조 산업 부문에서 1백2천만 개의 일자리 감소가 발생할 것이라는 분석이 나옴. (Tera Consultants, 2010)

○ 투자 기회 감소

- 음악 시장 침체는 **투자자 적절한 파트너의 감소**를 초래하였음. 시장에 대한 불확실성, 각종 규제와 소송, 고투자 비용 등의 이유로 음반 산업 전반에 투자에 대한 관심이 감소하고 신선한 아이디어 유입이 어려워짐.
- 이 침체는 최근 몇 년간 높은 판매고를 올리는 **신인 아티스트 앨범 숫자가 급격히 줄어드는** 현상과 관련된다고 볼 수 있음.

- 또한 시장 침체는 전통적으로 음반사에서 신인 아티스트를 발굴하던 관례가 아닌 오디션 TV 프로그램을 통한 신인 아티스트 발굴과 계약이 주요한 수단으로 자리 잡히는 결과를 낳음. (예: 영국의 X-Factor나 네덜란드의 The Voice)

○ 적절한 비즈니스 모델의 부재

- 디지털 음악 시대가 개막되면서 라이브 공연에 관심이 증가대고는 있으나 여전히 음반 산업은 음반 발매를 중심으로 아티스트의 캐리어가 개발되는 경제 구조 모델을 가지고 있음.
- 라이브 공연과 관련된 브랜드 개발과 머천다이징 등 음반과 관련되지 않은 부분으로부터 수입이 발생하기는 하나, 이는 소수의 슈퍼스타 아티스트에만 해당하며 대부분의 신인 아티스트에게는 적용되는 않는 모델임.
- 일단 음반 발매를 통해 인지도를 얻은 후에 라이브 공연을 통해 추가적 수입을 올릴 수 있기 때문에 **앨범 발매에 대한 의존도가 아직도 높음.**

□ 유럽 음악 시장에 대한 긍정적 측면

○ 서브스크립션 베이스 온라인 서비스 증가

- 새로운 온라인 라이선스 모델들이 점차적으로 정착해가고 있음. 400개 이상의 합법적 음악 서비스가 제공 되고 있으며, 대표적으로는 온라인 음악 다운로드 매장인 Amazon과 iTunes가 시장을 주도하고 있고 스트리밍 사이트인 Deezer와 Spotify가 시장 리더역할을 하고 있음.
- 현재 Spotify는 유럽 음반사에게 디지털 수입을 가져다주는 주요 수입원으로 자리 잡고 있으며, Sky, TDC, Telia와 같은 인터넷 서비스 제공업체 (ISPs: Internet Service Provider)가 음반사나 디지털 음악 판매 사이트와의 공조를 통해 합법적 음원 서비스를 제공하는 움직임을 보이고 있음.
- 실제로 스웨덴의 경우, 자국 서비스인 Spotify와 같은 서브스크립션 서비스와 저작권자가 불법유통을 인식할 수 있는 인터넷 서비스 제공업체에 관한 새 법안이 시행된 결과, 2009년에는 11.9%의 시장 성장을 보였음.

○ 불법 음악 시장 확장을 억제하기 위한 정책적 노력

- 다수 국가의 정부에서 불법 음악 시장 확산을 억제하기 위해 **적절한 대책을 마련해야 한다는 인식이 증가하고 있음.**
- 프랑스에서는 2009년 네트위트상에서 P2P로 인한 침해를 줄이고자 인터넷 서비스 제공업체와 연계된 ‘삼진아웃제’ 또는 ‘누적 대응’ (graduated response) 법률 조항을 시행하였음. 이 제도는 반복하여 저작권을 침해하는 이용자나 서비스에 대해서 인터넷 이용에 제한을 가하는 제도로, 유사한 대처가 영국 (‘Digital Economy Act’) 또는 스페인 등에서도 진행되고 있고 유럽 연합 또한 긍정적으로 검토하고 있음.

○ 합법적 디지털 음악 접근이 가능한 환경 형성

- 디지털 음악을 접근할 수 있는 다양한 수단과 서비스 증가.
- 다수의 서브스크립션 기반의 음악 서비스가 지속적으로 증가하고 있으며 **소셜 네트워크 사용 증가와 폭발적 수요의 스마트폰 음악 관련 어플리케이션 증가** 또한 **합법적 음악 다운로드 성장을 촉진함.**
- 음반사와 인터넷 서비스 제공업체, 모바일 오퍼레이터같은 새로운 형태의 전략적 공조를 통해 디지털 음악 시장의 안정을 도모하고자 하는 움직임이 두드러짐.

○ 라이브 음악 시장을 통한 수익모델 확대

- 이전에는 음반 발매와 라이브 공연의 관계는 공연이 음반 판매를 위한 홍보 역할을 하는 관계였다면, 이제는 라이브 공연과 앨범 발매는 수익 창출을 위한 공생적인 관계로 전환.
- 음악의 디지털화로 음악의 가치가 저평가되는 현상은 오히려 라이브 음악에 대한 가치를 상승시켰고, 기존의 음반 매장에서 판매되던 방식이 아닌 라이브 공연장에서의 현장 판매가 주요한 음반 판매 채널로 자리 잡음. 음반사들도 라이브 공연의 중요성을 인식하고 이와 연관된 마케팅 전략을 집중적으로 추진.

3. 『제안/시사점』

○ 정책적 측면

- 불법 다운로드를 제한하는 방안이 앞으로 비즈니스 생존을 위한 중요한 문제가 될 것임. 이에 현재 프랑스와 영국은 특히 **새로운 법안 마련**을 선도하는 두 나라임.
- 유럽 연합 또한 온라인 불법 유통에 대처하기 위해 ‘Gallo Report’를 채택하고 저작물은 온라인 보호를 필요로 한다는 점을 강조하고 있음. 2011년 1월, 유럽공동체 위원회 (European Commission)는 보고서 발표와 자문을 구하였고 온라인 침해를 막기 위해 보다 적극적인 인터넷 서비스제공업체의 참여 확장의 중요성과 법률 시행의 필요성을 강조함.
- 프랑스의 ‘누적 대응’ (Graduated response) 제도 입법화는 유럽 다른 나라에게도 영향을 미치고 있음.
- 또한 불법 다운로드가 경제와 고용에 미치는 영향이 점차 심각하게 인식됨으로써 음악 시장뿐만 아니라 창조산업 전체에 미치는 영향을 고려하였을 때, 정부가 신속하게 대처해야 한다는 인식이 확산되고 있으며 이것은 앞으로 **적절한 법적 장치를 정착시키는데 더욱 긍정적으로 작용할 것으로 보임.**

○ 산업적 측면

- 음반사들은 인터넷 서비스제공업체와 모바일 오퍼레이터들과의 전략적 연계를 긍정적으로 보고 있으며 (Ovum Report, 2010), 이는 서브스크립션 기반을 더욱 안정적으로 만들어 줄 뿐만 아니라 고객층과의 관계를 더 폭넓게 만들어 줄 것으로 기대.
- 또한 2010년에 시행된 조사에도 나왔듯이, 영국의 인터넷 16-54세 유저의 14%가 자주 음악을 온라인으로 구매한다는 결과가 나왔으며, 이는 디지털 음악 시장은 지속적으로 진화하며 앞으로도 성장을 위한 많은 여지를 보여주는 긍정적 전망으로 분석됨. (Harris Interactive, 2010)
- 이러한 요소들이 음악콘텐츠 산업발전 및 저작권 보호, 이용자들의 공정한 저작물 이용 등에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대됨.

○ 다양성 측면

- 라이브 공연 산업과의 연계성은 더욱 긴밀해 질것으로 예상됨.
- 메이저 음반사와 아티스트의 계약이 점차 '360° 아티스트 딜'이라는 형태로 이어짐에 따라 기존 음반 관련 계약뿐만 아니라 계약 내용에 공연 프로모션도 함께 포함하고 있는 추세. 이는 음반 판매뿐만 아니라 공연과 연계된 폭넓은 수익 창출을 발생시킬 수 있을 거라고 기대됨.