

문화로 생동하는 대한민국

2009년 9월 둘째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 9월 둘째주]

9월 둘째주 음악산업 동향

- 법원, 뮤직비디오 및 라이브공연 방송에 대해 방송사용 보상금 지급 대상 아니라고 판결
- 음반만으로는 안된다 : 음반 체인 HMV, 디지털음악사업 강화를 위해 7digital에 투자
- 저작권위원회, 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서 체결

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

1-1. 2009년 8월 4주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

2-1. 음악과 게임의 만남

2-2. 들소리, 월드뮤직박람회 '위멕스(Womex)'서 공식 쇼케이스 공연팀 선정

2-3. 법원, 뮤직비디오 및 라이브 공연방송에 대해 방송사용 보상금 지급 대상 아니라고 판결

2-4. UCC 등 제작을 위한 음원 제공 서비스 등장

2-5. 동방신기 팬, 'SM엔터테인먼트-동방신기 間 불공정계약' 인권위 진정

2-6. 가입자 수 1위 음악포털사이트 벅스, 회원 2,000만 명 돌파

2-7. '아시아 음악산업 리더포럼' 개최

3. 기술 동향

3-1. 세계적인 음반 체인 HMV, 디지털 음악사업 강화를 위해 7digital에 투자

3-2. 트위터, 마이스페이스를 제치고 영국내 8월 인터넷 순방문자 순위 1위

3-3. 음악잡지, 웹2.0사이트와 협력 강화

4. 정책 동향

4-1. Supreme Team 및 몽니, 9월의 루키뮤직 어워드 선정

4-2. 저작권위원회, 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서 체결

5. 해외 동향

5-1. 디지털 뮤직 포럼 웨스트 개최

5-2. 노키아 'Comes with Music' 미국 서비스 런칭 연기

5-3. 온라인 뮤직 비디오 사이트 Vevo, 공격적인 사업영역 확장

5-4. 네덜란드 파일공유 사이트, 콘텐츠 삭제 조치 판결

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 8월 4주차 음원 판매 현황

순위	멜론(8.23-8.29)		도시락(8.24-8.30)		엠넷(8.24-8.30)		벅스(8.20-8.26)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑6	Heartbreaker - G-Dragon	—	Heartbreaker - G-Dragon	—	Heartbreaker - G-Dragon	↑6	Heartbreaker - G-Dragon
2	↓1	Abracadabra - 브라운아이즈걸스	—	Abracadabra - 브라운아이즈걸스	↑23	Hot Stuff - 다비치	↓1	내 귀에 캔디 - 백지영
3	—	Wanna - 카라	↑3	내 귀에 캔디 - 백지영	↓1	Abracadabra - 브라운아이즈걸스	↑13	소년이여 - G-Dragon
4	↓2	I Don't Care - 2NE1	↑36	Hot Stuff - 다비치	↑1	내 귀에 캔디 - 백지영	↑17	Strong Girl - 쥬얼리
5	—	거짓말 - 티아라	↓1	소년이여 - G-Dragon	↓2	Wanna - 카라	↓3	Abracadabra - 브라운아이즈걸스
6	↓2	Indian Boy - MC몽	↓3	Wanna - 카라	↓2	소년이여 - G-Dragon	↑14	The Leaders - G-Dragon
7	↓1	바래 - FT아일랜드	↓2	거짓말 - 티아라	—	미스터 - 카라	↓4	Wanna - 카라
8	↑4	미스터 - 카라	—	미스터 - 카라	↑1	거짓말 - 티아라	↓4	거짓말 - 티아라
9	↑11	내 귀에 캔디 - 백지영	↑1	Hello - G-Dragon	↓3	바래 - FT아일랜드	↓3	미스터 - 카라
10	↑18	소년이여 - G-Dragon	↓3	The Leaders - G-Dragon	—	I Don't Care - 2NE1	↑1	생각이 나 - 부활
11	↓1	아몰레드 - 손담비	↓2	I Don't Care - 2NE1	—	Hello - G-Dragon	↓6	연애특강 - 마이티마우스
12	↓3	Hot Issue - 4minute	↑4	Strong Girl - 쥬얼리	↓4	The Leaders - G-Dragon	↓3	I Don't Care - 2NE1
13	↑3	연애특강 - 마이티마우스	↓2	바래 - FT아일랜드	—	연애특강 - 마이티마우스	↓3	바래 - FT아일랜드
14	↓6	냉면 - 명카드라이브	↓1	연애특강 - 마이티마우스	↑1	Strong Girl - 쥬얼리	—	눈물도 아까워 - 나비
15	↓4	소원을 말해봐 - 소녀시대	↓3	Indian Boy - MC몽	↓1	Indian Boy - MC몽	↓7	Indian Boy - MC몽
16	↑22	Hello - G-Dragon	↓2	Butterfly - G-Dragon	—	아몰레드 - 손담비	↓3	아몰레드 - 손담비
17	↓4	외톨이 - 아웃사이더	↓2	Breathe - G-Dragon	↑7	눈물도 아까워 - 나비	진입	그녀가 간다 - 홍경민
18	—	Pretty Boy - 2NE1	↑4	눈물도 아까워 - 나비	↓6	Breathe - G-Dragon	↓6	Mad - 바다
19	↓5	Candy Man - 브라운아이즈걸스	↓2	Gossip Man - G-Dragon	↓1	있잖아 - IU	↓4	장미 - 화요비
20	↑15	The Leaders - G-Dragon	↓1	She's Gone - G-Dragon	↑1	In The Club - 2NE1	↓3	Hot Issue - 4minute

('09.8월 4주차 멜론, 도시락, 벅스, 엠넷)

- G-Dragon의 ‘Heartbreaker’, 전 차트 1위 차지
 - 그 외에도 ‘소년이여’, ‘Butterfly’, ‘Breathe’, ‘the leaders’ 등 수록곡 함께 인기
- G-Dragon의 차트 순위 장악이 여전한 가운데, 일부 신규 진입, 순위 변동
 - KBS 드라마 ‘아가씨를 부탁해’ 주제가인 다비치의 ‘Hot Stuff’가 순위 급상승 (도시락 36위 상승하며 4위, 엠넷 23위 상승하면서 2위)
 - 나비의 ‘눈물도 아까워’는 최근 강세인 걸그룹 등 트렌드에 벗어남에도 도시락 18위, 엠넷 17위, 벅스 14위 등 차지

순위	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	—	Heartbreaker - G-Dragon
2	↑7	Hot Stuff - 다비치
3	진입	사랑이 뭐길래 - 미스에스
4	↑4	내 귀에 캔디 - 백지영
5	↓1	Abacadabra - 브라운아이드걸스
6	—	Hello - G-Dragon
7	↓5	The Leaders - G-Dragon
8	↓5	소년이여 - G-Dragon
9	진입	초콜릿 - K.Will,마리오
10	↑1	연애편지 - 마이티마우스
11	↑4	Butterfly - 러브홀릭스
12	재진입	나만 모르게 - Supreme Team
13	↓8	Butterfly - G-Dragon
14	↓7	1년 정거장 - G-Dragon
15	진입	사랑은 어쩔 수 없네요 - 윤상현
16	재진입	Say You Love Me - MYMP
17	재진입	In The Club - 2NE1
18	↑1	사랑보다 아름다운 말 - MC몽
19	↓7	거짓말 - 티아라
20	진입	눈물도 아까워 - 나비

(8/24~30일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- BGM 차트에서도 G-Dragon의 강세가 지속되는 가운데 빠른 속도로 차트 순위곡 교체
 - G-Dragon의 ‘Heartbreaker’가 여전히 1위 유지
 - 뮤직비디오 선정성 논란 중인 미스 에스의 ‘사랑이 뭐길래’ 3위 진입
 - K.Will과 마리오가 함께한 ‘초콜릿’이 9위 진입
- 8월 싸이월드 BGM 판매 1위는 브라운 아이드 걸스의 ‘아브라카다브라’가 차지
 - 8월 한달 동안 가장 많이 판매돼 디지털 뮤직 어워드에서 ‘송 오브 더 먼스’ 상 수상

2 산업 동향

2-1. 음악과 게임의 만남

- 온라인게임 음악시장, 전문화 및 대형화 추세에 따라 게임 OST 중요성 부각
 - 게임제작에 있어 부수적인 영역으로 판단해 크게 신경쓰지 않던 과거와 달리 게임음악의 중요성이 부각
 - 게임음악 전문 스튜디오 증가와 인기가수의 게임 메인 테마곡 참여가 늘어남
- 게임노트(<http://gamenote.gameangel.com>)의 주간순위에 따르면 게임만큼이나 게임 OST 화제
 - 게임순위 1위인 '아이온'의 경우 공개 서비스에 앞서 한국출신의 세계적 음악가 양반언이 참여한 OST발매. 이는 3년에 걸쳐 제작되었으며 런던 애비로드 스튜디오에서 73인조 런던 심포니 오케스트라가 참여하는 등 국내 게임음악 사상 최대 규모
 - 47위의 '라그나로크 2' 는 카우보이 비밥, 공각기동대등의 OST를 맡았던 칸노 요코가 참여하였으며 국내에서 CD로 정식 발매되기도 함
 - 24위의 '마비노기' OST의 주제곡은 여자그룹 '소녀시대'가 참여, 공개 보름만에 주요 음악 사이트 OST순위에서 상위권을 차지한바 있으며,
 - 모바일 리듬 액션 게임인 'iMusician'의 경우 여성 그룹 카라가 이미지 모델로 선정되고 주제가 '똑같은 맘'을 디지털 싱글로 발표하여 음원 차트 상위를 차지하는 등 마케팅 효과를 누림
- 앞으로 게임 OST는 게임의 흥행을 보조하는 수준을 넘어 전문화, 대형화 되어 큰 시장이 형성될 것으로 보임
 - 높은 퀄리티의 OST는 게임 안에서 음악들이 적재적소에 배치가 되어 있기 때문에 그 시너지 효과가 배가됨
 - 같은 장면이라도 배경음악에 따라 느낌이 달라지므로 음악의 중요성은 나날이 커짐
- 뿐만 아니라 JYP엔터테인먼트, SM엔터테인먼트 등 대형 연예기획사는 자신들의 보유 콘텐츠를 활용한 게임 개발 사업 시작
 - 기존의 게임사와 제휴하여 연예인의 이미지를 게임 내 캐릭터로 활용하는 것에서 발전하여 직접 게임을 개발
 - JYP 엔터테인먼트는 중국 상해매직그리드 네트워크와 공동으로 댄스 게임 '스타 테일즈' 제작 중으로 소속가수인 원더걸스의 '히트곡' 노바디를 비롯해 캐릭터의 콘텐츠 제공. '스타테일즈'는 게임 캐릭터를 조작, 춤을 추는 것 외에도 소셜 네트워크 기능을 추가한 것으로 '09년 중 공개서비스 시작 예정
 - SM엔터테인먼트는 개발사 게임러쉬를 통해 댄스게임 '댄스피버'를 제작, '08년 유럽 게임

전시회인 GC에 출품한바 있으며 '06년 인수한 다모임을 통해 소속 가수 및 음원을 소재로 한 모바일게임과 온라인 캐주얼 게임 제작 계획

- YG엔터테인먼트와 제이툰엔터테인먼트는 인기 온라인 게임 '서든어택' 개발사인 게임하이와 합작법인 아이팬컴을 설립하여 온라인 커뮤니티 게임을 제작중이며 '10년 상반기 중 출시 예정

- 가요계(특히 아이돌)와 게임 시장의 주요 소비층이 비슷하여 향후 양자간 협력 / 진출은 더욱 활발해질 것으로 예상

2-2. 들소리, 월드뮤직박람회 '워멕스(Womex)'서 공식 쇼케이스 공연팀 선정

- 세계적인 월드뮤직 박람회인 '워멕스(WOMEX:The World Music Expo)'에서 국악 퍼포먼스 그룹 '들소리'가 약 20대 1의 경쟁을 뚫고 한국 최초로 공식 쇼케이스팀으로 선정

- 덴마크 코펜하겐 콘서트홀에서 10월30일 워멕스 공식 쇼케이스를 가짐
- 1994년 독일 베를린에서 시작되어 올해로 창립 15주년을 맞은 워멕스는 현재 약 90여개국에서 온 2,800여팀이 참가, 약4천여 명의 음악 관계자들이 모이는 월드뮤직 박람회.
- 이번 쇼케이스에서 들소리는 우리나라 전통 축제를 표현한 '타오놀이'와 전통 축원 의식인 비나리에 바탕을 둔 '월드비트 비나리' 등의 레퍼토리를 45분간 공연.

- 1984년 창단된 '들소리'는 우리 고유 음악인 국악을 미주, 유럽 지역을 비롯한 전세계 41개국에서 공연한 바 있음

- '08년 미국 뉴욕에서 열린 음악축제 '글로벌페스트'의 오프닝 무대에서 뉴욕 타임스와 버라이어티 등 현지 언론들의 호평
- '09.2월 독일기획사의 초청에 의해 독일 14개 도시 투어 진행, 11월에는 독일 함부르크에서 1주일간의 공연 예정

2-3. 법원, 뮤직비디오 및 라이브 공연방송에 대해 방송사용 보상금 지급 대상 아니라고 판결

- 한국음원제작자협회가 케이블 음악 방송(엠넷미디어와 KMTV)을 상대로 낸 방송사용보상금 청구 소송에서 원고 일부 승소 판결

- 립싱크 방송 등에서 일정 부분 이용된 음반사용에 대해 엠넷 미디어에 1억4,000여만 원, KMTV에 2,800여만 원의 보상금 지급 명령
- 그러나 뮤직비디오와 라이브 공연 방송에 대해서는 해당 없음 판결

- 한국음원제작자협회는 뮤직비디오에 판매용 음반의 일부인 음원을 사용했으므로 저작권법에 따라 방송사용 보상금을 지급해야 한다고 주장하여 '04년부터 양 채널에서 지급하지 않은 방송사용 보상금 지불 요청

- 재판부는 "뮤직비디오는 판매용 음반 자체를 방송한 것으로도, 판매용 음반을 사용해 방송한 것으로 볼 수 없으며 뮤직비디오는 음악과 영상물을 함께 감상하는 것이므로 영상과

음악을 분리하여 각각의 저작물로 판단하는 것은 부자연스럽다"고 판단

- 또한 라이브 공연의 방송에 대해 "반주용 음반을 틀어놓고 가수들이 라이브 공연하는 모습을 방송하는 것은 음반과 동일한 음원을 방송하는 것이라 볼 수 없다"고 판단

2-4. UCC 등 제작을 위한 음원 제공 서비스 등장

- 국내 SNS 음원 스트리밍 사이트 블레이어(www.blayer.co.kr), UCC 및 홍보영상 제작에 활용 가능한 음원 구입 서비스 실시
 - UCC 동영상 사이트와 연계하여 블레이어에 등록된 300여 곡의 인디밴드 음악 중 이용자가 일정 정도의 대가를 지불하고 자신의 UCC에 활용
 - 음원등록 아티스트는 자신의 음원에 대해 감상용 또는 배경음악용으로 서비스 선택
 - 현 저작권법에 따르면 UCC 제작 시 기존의 음악을 배경음악으로 쓰기 위해서는 저작권자 및 저작권단체에 이용 허락을 받아야 하는 번거로움을 해결
 - 수익모델이 정착되면 인디 아티스트의 수익 창출에도 도움이 될 것으로 예상
- 문화체육관광부와 한국저작권위원회, '내가 만들어 가는 새로운 저작권 문화 UCC 제작 온라인 이벤트' 실시
 - 9/3~10/23일까지 자유이용사이트(<http://freeuse.copyright.or.kr>) 내 저작권 만료 저작물을 활용하여 노래/연주/편곡을 한 새로운 음원을 UCC로 제작, 참여
 - 해당 작품(음원)들은 참가자의 동의를 얻어 기증 받아, 향후 자유이용 사이트에서 자유이용 저작물 홍보를 위해 활용할 예정

2-5. 동방신기 팬, 'SM엔터테인먼트-동방신기 間 불공정계약' 인권위 진정

- 그룹 '동방신기' 팬, 국가인권위원회 진정 제기
 - 동방신기 팬들은 121,073명의 서명이 첨부된 진정서를 국가인권위원회에 제출(8/28일)
 - 또한 동방신기 팬연합은 SM 엔터테인먼트에 대한 불매운동을 전개중이며, 웹사이트 '동네방네'를 통해 "동방신기와 소속사 SM엔터테인먼트가 맺은 계약 내용은 믿을 수 없을 만큼 불공정하고 반인권적인 계약"이라고 주장
- 동방신기, 소송 중에도 일본 활동 이어가
 - 동방신기의 영웅재중, 믹키유천, 시아준수(이하 동방신기 3인)가 소속사인 SM 엔터테인먼트를 상대로 '전속계약 효력정지 가처분 신청'을 제기
 - 그럼에도 일본 활동은 진행 중으로 8/29일 일본 공식홈페이지를 통해 일본의 한 과자 CF 출연 사실을 알림
 - 9/9일부터 일본 전역에 방송되는 핑키라는 이름의 과자 CF 2편에 출연했으며 또한 자신들이 직접 부른 CF 삽입곡 '달게 끝없게(甘く果てしなく)'를 9/23일 디지털 싱글로 발매 예정
 - 8/29일에는 일본 오사카에서 일본 소속사 에이벡스 주최 에이네이션 공연에 참가

- 8/21일 열린 동방신기의 영웅재중, 믹키유천, 시아준수 세 멤버와 SM엔터테인먼트 사이에서 열린 1차 심리에서 재판부가 원만한 합의를 권고

2-6. 가입자 수 1위 음악포털사이트 벅스, 회원 2,000만 명 돌파

- 음악포털사이트 벅스(www.bugs.co.kr) 회원 수 2,000만 명 돌파 (8/27일 기준, 벅스 자체 집계)
 - 이외 음악사이트 회원 수는 '09.8월 기준, 멜론 900만 명, 도시락 800만 명 등 ('09.8월, 한국경제 보도 기준)
 - 벅스는 문화체육관광부와 한국저작권단체연합회, 저작권보호센터가 공동으로 선정하는 9월 클린사이트에 선정
- 최근 벅스(네오위즈벅스)의 코스닥 상장이 결정되면서 이후 음원 사이트 간 통합과 경쟁은 가속될 것으로 예상
 - KT는 보유 음원사이트 도시락(온라인-모바일, 800만 명)과 뮤즈(온라인, 500만 명)의 통합을 선언하면서 음원 시장의 규모 경쟁 가열
 - LG텔레콤의 뮤직온과 음악채널 엠넷도 음악사업에 대한 포괄적 제휴를 맺고 '09년 내 통합하여 유-무선 서비스 예정 (예상 유료 회원수 50만 명)
 - 이동통신사 계열 음악 사이트 중 1위를 차지하고 있는 멜론이 이후 어떤 행보를 보일 것인지 주목
- ※ 벅스 : 1999년 국내 최초로 음악 스트리밍 서비스 실시하여, 2002년 웹사이트 랭킹 사이트 알렉사닷컴에서 음악부문 1위, 전체 13위 기록
140만곡에 달하는 음원을 보유하고 있으며, 앨범아트, 가사 지원 등 부가서비스 외 라이브벨과 컬러링 서비스 강화

2-7. '아시아 음악산업 리더포럼' 개최 (9/19일, 서울 그랜드 호텔)

- '2009 아시아음악산업리더포럼(2009 Asia Music Industry Leaders' Forum)' 개최
 - 일시 및 장소 : 9/19일, 서울 그랜드 호텔
 - 주최 : (재)국제문화산업교류재단, 서울특별시
 - 주제 : 아시아 디지털 음악 시장 활성화를 통한 아시아 음악산업 발전방안
 - 발제자 : 한국 SM 엔터테인먼트 김영민 대표, 일본 음악산업협회 회장 겸 유니버설뮤직 재팬 회장 이시자카 케이(Mr. Kei Ishizaka), 홍콩음악그룹(IFPI Limited) 회장 리키 핑(Ricky Fung), 태국 소프트웨어진흥원(SIPA) 원장 런루앙(Dr. Rungruang) 등
 - 3회를 맞는 포럼으로 '04년 시작된 아시아송페스티벌 행사의 일환으로 열림
- 두 개의 세션으로 나누어 운영, 각 세션 당 2명 발제
 - 첫 번째 세션 : '아시아 공연 교류의 문제점과 개선방안'

- 태국 소프트웨어진흥원 령루앙 원장, '태국의 디지털 크리에이티브-세계적 경제위기를 태국의 기회로'
- SM엔터테인먼트 김영민 사장, '디지털 음악 유통환경'
- 두 번째 세션 : '디지털 음악콘텐츠 산업과 해외 비즈니스 발전방안 제시'
- 일본 유니버설뮤직 재팬 이시자카 케이 회장, '아시아 음악산업 교류의 활성화 증대에 대한 일본 음악산업협회의 정책'
- 홍콩 홍콩음악그룹(PPSEAL, IFPI Limited) 리키 평 회장, '변화의 도전에 직면한 홍콩 음악 산업계'
- 발제 후 상호 협력방안에 대한 자유토론 실시

3 기술 동향

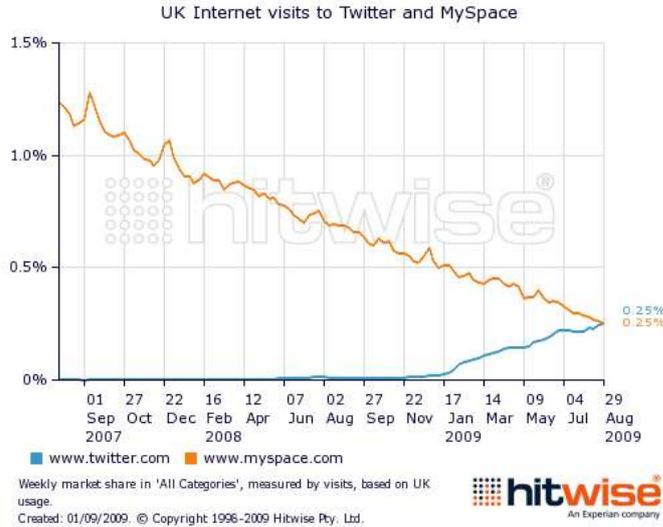
3-1. 세계적인 음반 체인 HMV, 디지털 음악사업 강화를 위해 7digital에 투자

- 대형소매체 HMV는 세븐디지털(7digital)에게 12.6억달러를 투자하면서 지분 50%를 소유함
 - HMV 고객은 세븐디지털의 6백만 MP3 카달로그에 접속할 수 있게 됨
 - 세븐디지털은 HMV의 디지털 콘텐츠 독점 공급업체가 될 것으로 영국과 캐나다의 HMV 고객을 위한 음악 및 비디오 다운로드 스토어를 운영하게 되며 ebook도 판매하게 됨
 - HMV는 세븐디지털의 기술을 활용하여 ebook 판매 서비스 등 디지털 서비스를 강화하여 디지털 음악산업을 강화하고자 함
- 세븐디지털은 새로운 디지털 엔터테인먼트 서비스를 발전시키기 위해 HMV와 협력하며 온라인 뮤직스토어로 운영해나갈 예정
 - 세븐디지털은 2004년에 설립된 영국의 대표적인 온라인 음악 및 비디오 다운로드 사이트로 유럽 곳곳에서 사이트를 런칭하면서 아이튠스와 경쟁할 정도로 성장함
 - 세븐디지털은 스포티파이, 라스트에프엠 및 주요 레이블사와 협력하며 다운로드 서비스를 제공하기 시작했고 블랙베리용 MP3다운로드 애플리케이션 런칭 준비중임

3-2. 트위터, 마이스페이스를 제치고 영국내 8월 인터넷 순방문자 순위 1위

- 8월 29일자로 트위터가 400개의 영국 인터넷 사이트 중 1위를 차지하면서 대표적인 소셜 네트워킹 사이트인 마이스페이스를 처음으로 앞섬
 - 본 데이터가 트위터 웹사이트만의 트래픽을 조사한 것으로 모바일이나 트윗덱, 트위터피드(Tweetdeck, Twitterfeed) 등의 어플리케이션을 포함한다면 그 수치는 더욱 올라갈

것으로 예상함. 단, 마이스페이스도 모바일 플랫폼을 제외한 숫자임



[출처 : Hitwise UK]

- 영국내 소셜네트워킹 사이트에서는 8월 말 현재 4위까지 성장함
 - 소셜네트워킹 사이트 순위는 영국내에서 빠르게 변화하는 중
 - 영국내 인기 커뮤니티인 3위 베보와 근사한 차이로 현재 4위를 차지할 정도로 전 세계적인 트위터의 인기를 입증함

Most popular websites in Computers and Internet - Social Networking and Forums
Week ending August 29, 2009

Rank	Website	Visits (%)
1	Facebook	47.50%
2	YouTube	16.63%
3	Bebo	4.26%
4	Twitter	2.21%
5	MySpace	2.21%
6	Yahoo! Answers	1.21%
7	Tagged	0.64%
8	Windows Live Home	0.60%
9	Gumtree.com	0.58%
10	Google Video UK	0.57%

[출처 Hitwise UK]

3-3. 음악잡지, 웹2.0사이트와 협력 강화

- 최근 음악잡지들은 동영상 배급과 상품 판매, 그리고 YouTube, Facebook, Twitter와 같은 웹 2.0 사이트들과의 협력을 강화하고 있음
 - 음악산업은 가장 먼저 인터넷화되었고, 통신과 타 매체의 융합에 있어 최전선에 자리해

왔는데

- 음악잡지 광고전략 초기 단계에는 종이로 된 잡지에 오리지널 CD를 동봉했지만 이제 iPod이나 휴대폰으로 음악을 듣는 젊은이들이 증가하고 있어 웹 2.0 사이트들과 융합을 시도하고 있음
 - 특히 영미권에서 팝과 락으로 유명한 'The Rolling Stone誌'은 다른 신문(잡지)에 비해 구독 연령층이 높아, 아티스트 독점 인터뷰, 신보 리뷰 등뿐만 아니라 정치나 사회 관련 예리한 칼럼을 게재하며, 단순한 '음악잡지'를 넘어선 지식매체로 자리매김했으나 최근의 음반판매 감소와 함께 음악잡지 구독자 수도 감소하여 단순한 종이매체로만은 생존하기 힘들어졌음
- 'The Rolling Stone誌' (1967년 샌프란시스코 창간), New Musical Express誌 (NME : 1952년 런던 창간), MOJO誌 (1993년 런던 창간) 등 3대 음악잡지의 공통된 인터넷 전략은 '무료 비디오', '음악배급', '블로그', '온라인 통신판매(아티스트 관련 상품 등)'임
- 음악에 특화된 전문 쇼핑몰과 같은 양상을 보이고 있어, 온라인화에 발 빠르게 대처함
 - 최근 전통적인 음악잡지 외에 이러한 웹 2.0적인 서비스를 우선적으로 제공한 온라인 음악미디어인 Pitchfork※ 등이 전통적 음악잡지만큼의 인기를 구가함
- MOJO와 NME는 상대적으로 젊은층을 대상으로 한 잡지이기 때문에 YouTube, Twitter, MySpace, Facebook과 적극적으로 협력하며, 자사 정보를 메인화면에서 전면적으로 노출시키고 관련 커뮤니티를 활성화시키고 있음
- NME지는 아바타를 사용한 3D 채팅사이트인 IMVU와도 연계하고 있으며, 메인화면의 가장 두드러지는 부분에 최대한의 스페이스를 할당하고 있음
- 한편 반대로 음악잡지들이 이들 사이트에 이용당하고 있다는 인상도 있는데, 때문에 음악지가 이들 사이트의 한 코너로 전략할 지 모른다는 우려도 제기되고 있음
- 하지만 글로벌 연구그룹 Kamino Arata 수석연구원은 이에 대해 취재에 근거한 오리지널 콘텐츠가 있다면, 두려워 할 일은 없을 것이므로 음악잡지의 Collaboration에 있어서도 '취재력'이 여전히 중요할 것으로 보여진다고 강조했다
- ※ Pitchfork Media (피치포크 미디어)
- 가장 인기 있고 폭넓은 영향력을 갖춘 미국의 온라인 음악미디어인 피치포크(pitchforkmedia.com)는 인디음악을 주로 다루고 있으며 지속적으로 음악평론의 영향력이 높아지고 있음
 - 음악 블로그, 비디오서비스, 음악관련 스트리밍 및 소셜 네트워킹 사이트와의 연계 등으로 웹2.0 적인 시도를 하고 있으며 2009년 3월 패스트컴퍼니 선정 '가장 혁신적인 음악 분야 기업' 10위에도 오른바 있음

4 정책 동향

4-1. Supreme Team 및 몽니, 9월의 루키뮤직 어워드 선정

- 9월의 '루키 뮤직 어워드' 선정, 시상 (9/1일)
 - 주최 : 문화체육관광부, 주관 : 한국콘텐츠진흥원
 - 신인음반 부문 : 슈프림팀의 앨범 'Supreme Team To Excellent Adventure'
 - 헬로 루키 부문 : 몽니(9월의 인디뮤지션), 굴소년단, 흠선정
- '루키 뮤직 어워드'의 뮤지션에 대해서는 9월 한 달간 온오프라인 상 홍보 지원
 - 슈프림팀에게는 SBS '인기가요 파워루키' 2회 출연 및 SBSi 포털을 통한 홍보 기회
 - 몽니에게는 'EBS 스페이스 공감 헬로루키'와 '그랜드 민트 페스티벌(GMF2009)' 출연 및 네이버 '오늘의 뮤직' 노출

4-2. 저작권위원회, 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서 체결 (9/3일)

- 한국저작권위원회, 3일 중국 북경에서 중국판권보호중심과 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서(MOU) 체결
 - 양국간 저작권 분쟁의 효율적 해결을 위한 판권보호중심의 '판권분쟁조정위원회' 를 통한 시범적 분쟁조정 시행
 - 양국간 소프트웨어 저작권 등록 및 정보 교환 등을 통한 저작권 협력
- 향후 양국간 저작권 분쟁 발생 시 공식적인 조정 채널로 활용 기대
 - 저작권위원회가 '06.4월 체결한 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서와 한-중 판권교역 및 보호협력체계 건립추진 공동선언의 유효기간은 '09.4월 만료
 - 한국저작권위원회가 새로이 출범함에 따라 양해각서 새로이 체결
 - 현재 중국에서 저작권 침해받고 있는 한국 저작물의 보호를 위한 공식 채널로 활용 기대

5 해외 동향

5-1. 디지털 뮤직 포럼 웨스트 개최 (10/7~8일, 미국 LA)

- 디지털 뮤직 포럼 웨스트(Digital Music Forum West), 10/7~8일 미국 LA 루즈벨트 호텔에서 개최
 - 올해로 4회를 맞은 디지털 뮤직 포럼은 그간 최신의 비즈니스 이슈와 기술적 진보를 포럼에 반영해왔음
 - 이번 포럼의 주제는 '디지털음악의 진화와 미래'로 계획

- 오프라인의 라운드 테이블 회의 뿐 아니라 온라인 상의 트위터 게시판을 이용한 아이디어 교환 등 새로운 방식의 소통 기대
- 약 300명 이상의 디지털 음악 관계자 참석 예정으로 할리우드와 실리콘 벨리를 능가하는 새로운 산업 클러스터가 될 것으로 기대
 - 4대 음반 회사뿐만 아니라 eMusic, MySpace, imeem, iLike 등 최근 각광받는 음악 SNS 사이트를 비롯하여 Nokia, Yahoo!, Pandora 등 모바일 및 웹 사이트 관계자들이 포럼에 참가 예정

5-2. 노키아 'Comes with Music' 미국 서비스 런칭 연기

- 노키아의 음악 서비스 Comes with Music이 미국 내 서비스, 2010년으로 연기
 - 미국 내 무선 인터넷 서비스인 Wi-fi의 서비스 파트너 확보 난항에 따름
 - 또한 현재 애플의 9/9일 태블릿PC 출시 및 음악 서비스인 각테일 서비스 진출 선언으로 인해 음악 서비스 영역 확장을 연기
 - 애플이 태블릿PC와 각테일 서비스를 오픈할 경우 미국 내 음악 서비스 시장은 애플의 독점 체제가 심화될 것으로 보임
- 노키아의 'Comes with Music'은 '07.12월 런칭 발표 후, '08년 영국에서 최초 서비스를 시작
 - 노키아 핸드폰에 Comes with Music 서비스가 번들로 제공되며 복제 방지 시스템이 장착되어 12~18개월 동안 무제한 음악 다운로드 가능
 - '08.10월 영국에서 서비스를 시작하며 현재 유럽, 호주, 싱가포르, 브라질 등에서 서비스
- 노키아의 Comes with Music을 비롯하여 Spotify 등은 미국 보다 유럽에서 가치를 인정 받고 있음
 - 최근 애플과 애플리케이션 계약을 체결한 Spotify 역시 영국 및 유럽에서 환영 받고 있는 사이트
 - 미국 내 성공적 진출을 위해서는 우선 Spotify와 같이 애플과 협력하거나 애플의 아성을 뛰어넘어야만 함

5-3. 온라인 뮤직 비디오 사이트 Vevo, 공격적인 사업영역 확장

- 온라인 뮤직 비디오 사이트 Vevo, 미국의 CBS, NBC와 계약 체결을 위한 협상 중
 - Vevo는 현재 2009년 말 사이트를 오픈 예정으로, NBC Universal, News Corp, Walt Disney의 지원과 YouTube의 기술 플랫폼 지원을 받음
 - 최근 Vevo가 CBS Corp, NBC와 협상 하는 이유는 Vevo 사이트에 포함 될 프로그램 라이선스 협약과 개발 때문

- Vevo의 오픈은 2009년 12월까지 연기되어 있는 상황, 오픈 전 까지 음반 회사 및 관련 기업들과 계약 준비
 - 최고 품질의 디자인으로 제작 된 뮤직 비디오와 음악 관련 프로그램을 제공하기 위하여 오픈 연기
 - '09.4월, YouTube가 세계 최대 음악 회사인 Universal Music Group과 뮤직 비디오 사이트에 관한 계획을 발표, 얼마 지나지 않아 Vevo가 Sony Music Entertainment와 상호 조약 체결
 - Vevo는 현재 구글의 YouTube 기술 플랫폼을 사용하고 있으나 사이트가 오픈 될 경우 YouTube와 분리 예정
 - Sony Music Entertainment에 이어 Warner Music Group 및 EMI Group과 계약을 위한 협상을 지속 중
- Vevo는 뮤직 비디오를 최상의 품질로 제공하기 위하여 현재 300만 달러에 달하는 자금을 조성 중
 - Vevo는 동영상 사이트 홀루와 콘텐츠 파트너십 체결, YouTube는 인프라와 네트워크 시스템을 지원하기로 함
 - Universal과 Sony의 아티스트들과 계약 함은 물론 음악 관련 프로그램 라이선스를 위하여 300만 달러(한화 37억원)에 달하는 자금을 조성 중
- 앞으로 CBS, NBC, ABC, FOX 등과 지속적인 교류 통해 Vevo 프로그램 질 향상 계획, MTV의 라이벌 될 것으로 예측
 - Vevo는 뮤직 비디오 및 아티스트 인터뷰 등의 간단한 콘텐츠를 제공하는 사이트로 구성할 계획이라고 함
 - 기존의 음악 관련 프로그램을 다룬 경험이 많은 CBS, NBC, ABC, FOX 등과 지속적인 교류를 통해 Vevo프로그램의 질을 끊임없이 개발할 것이라고 함
 - Vevo가 점점 몸집이 커나가고 있는 상황에서 2009년 말 사이트 오픈 후에 Viacom의 MTV와 경쟁구도가 될 가능성 매우 큼

5-4. 네덜란드 파일공유 사이트, 콘텐츠 삭제 조치 판결

- 네덜란드 파일공유 웹사이트 '미니노바', 법원으로부터 콘텐츠 삭제 조치 판결
 - 법원은 미니노바에게 "3개월 이내에 저작권 보호를 받는 콘텐츠를 웹사이트에서 모두 삭제하라"는 판결
 - 판결 미이행 시 최고 500만유로(약 90억원)의 벌금 조치
- 미니노바는 네덜란드 내에서만 월간 이용자가 100만명에 이를 정도로 인기를 얻는 파일공유 웹사이트로 수천 건의 영화, 음악 파일 다운로드 가능
 - 미니노바가 저작권법 위반에 해당되지는 않으나 이용자의 위법행위를 용인한 것은 인정

별첨 관련 기사 및 자료

1-1. 2009년 8월 4주차 음원 판매 현황

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

싸이월드 www.cyworld.com

마이데일리, 09/09/01 브아걸, 8월 음원차트 '올킬' '이달의 노래'상...디지털뮤직어워드

2-1. 음악과 게임의 만남

지디넷코리아, 09/08/31, 온라인게임, 배경음악 대형화로 승부 본다

아이뉴스, 09/09/01, JYP 등 연예기획사들 게임 시장 잇따라 진출

2-2. 들소리, 월드뮤직박람회 '위멕스(Womex)'서 공식 쇼케이스 공연팀 선정

연합뉴스, 09/08/31, 들소리, 월드뮤직박람회 '위멕스'서 공연

중앙일보, 09/08/31, 한국 소리의 신명, 세계가 알아봤다

2-3. 법원, 뮤직비디오 및 라이브 공연방송에 대해 방송사용 보상금 지급 대상 아니라고 판결

국민일보, 09/08/28, 법원 "뮤직비디오 방송사용료 대상 아니다"

뉴스스, 09/08/28, 법원 "뮤직비디오, 방송사용료 지급대상 아니다"

머니투데이, 09/08/28, 법원 "뮤직비디오, 방송사용보상금 지급 안해도 돼"

2-4. UCC 등 제작을 위한 음원 제공 서비스 등장

디지털타임스, 09/09/03, 저작권위원회, 프리저작물 이용 캠페인

전자신문, 09/09/02, "UCC 배경음악, 마음껏 이용하세요"

2-5. 동방신기 팬, 'SM엔터테인먼트-동방신기 間 불공정계약' 인권위 진정

스타뉴스, 09/09/02, '갈등' 동방신기, 日활동은 계속..새CF 공동출연

뉴스스, 09/08/28, '동방신기' 계약문제, 국가인권위원회로

아시아경제, 09/09/01, 동방신기, 日 언론에 그룹 존속의지 내비쳐

2-6. 가입자 수 1위 음악포털사이트 벅스, 회원 2,000만 명 돌파

아크로팬, 09/08/27, 벅스, '2,000만' 회원 돌파

머니투데이, 09/08/27, 벅스, 회원수 2000만명 넘어섰다

ETNEWS, 09/09/02, 9월 클린사이트에 음악전문포털 '벅스' 선정

연합뉴스, 09/08/27, 음악포털 벅스 회원 2천만명 돌파

2-7. '아시아 음악산업 리더포럼' 개최

뉴스엔, 09/09/02, 아시아음악산업리더포럼 9월19일 개최...亞음악산업 실무자 대거 참석
매일경제, 09/09/02, 아시아 젊은 리더들이 한자리에...아시아음악산업리더포럼

3-1. 세계적인 음반체인 HMV, 디지털 음악산업 강화를 위해 7digital 투자

Guardian, 09/09/03, HMV buys 50% of 7digital for £7.7m

3-2. 트위터, 마이스페이스를 제치고 영국내 8월 인터넷 순방문자 순위 1위

Digitalmedialwire 09/09/01 Analysis: Twitter Overtakes MySpace in the UK

3-3. 음악잡지, 웹2.0사이트와 협력 강화

스트라베이스, 09/09/03, 음악잡지, 웹 2.0 사이트들과의 Collaboration 강화...취재력만이 살길

4-1. Supreme Team 및 몽니, 9월의 루키뮤직 어워드 선정

헬스코리아뉴스, 09/09/02, 슈프림팀·몽니, 9월 루키 뮤직 어워드 수상
매일경제, 09/09/02, 9월 `루키 뮤직 어워드`...슈프림팀 · 몽니 선정
아시아투데이, 09/09/01, 슈프림팀-몽니 '9월의 루키 뮤직 어워드' 수상
매일경제, 09/09/01, 슈프림팀-몽니 `9월의 루키` 선정

4-2. 저작권위원회, 한-중 저작권 업무협력에 관한 양해각서 체결

디지털타임스, 09/09/04, 한국저작권위원회, 중국 판권보호중심과 MOU 체결

5-1. 디지털 뮤직 포럼 웨스트 개최

The digital music forum west

(<http://www.digitalmusicforum.com/west/index.shtml#agenda>)

The Music industry report, 09/08/28, Over 300 Top Music and Digital Industry Leaders to Gather in Hollywood for Prestigious Annual Event, Oct. 7-8

5-2. 노키아 'Comes with Music' 미국 서비스 런칭 연기

PC World, 09/09/01, Nokia Delays U.S. Launch of Its Music Service
CNET News, 09/09/01, Comes With Music not coming to U.S. in 2009
CNET News, 09/08/27, Spotify gets Apple's blessing...who's next?
CNET News, 09/08/12, Microsoft, Nokia partner to fend off rivals

5-3. 온라인 뮤직 비디오 사이트 Vevo, 공격적인 사업영역 확장

Techwhack, 09/09/02, vevo rumoured to be in talks with CBS and NBC

Reuters, 09/09/02, Music label video site Vevo in talks with CBS, NBC

StrategyEye, 09/09/01, Vevo seeks funding at USD300m valuation

Softpedia, 09/09/01, YouTube-Backed Music Video Site Vevo Valuated at \$300 Million

5-4. 네덜란드 파일공유 사이트, 콘텐츠 삭제 조치 판결

연합뉴스, 09/08/27, 네덜란드 파일공유 웹사이트 패소

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 위콘(www.wecon.kr) 홈페이지에서 보실 수 있습니다.

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

과장 김도윤(TEL 02-3153-1286 , doyun.kim@kocca.kr)