

문화로 생동하는 대한민국

2009년 9월 셋째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

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

9월 셋째주 음악산업 동향

- 신종 플루, 공연을 비롯한 가요계까지 영향
- 중국, '상업성 공연관리 조례의 시행세칙' 전면 시행
- 9월 9일, 전 세계적인 이벤트가 동시에 : 미디어 이벤트 통한 애플사 신제품 발표 및 비틀즈 디지털 리마스터링 음반 전 세계 동시발매

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

- 1-1. 2009년 9월 1주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

- 2-1. 공연 취소 시 피해 구제 배상방안 논의
 2-2. 음콘협, 싸이월드에 불법저작물 유통 차단 요청
 2-3. UCC사이트 판도라 TV, 지상파 방송 콘텐츠 유통 시작
 2-4. 신종 플루, 가요계를 덮치다
 2-5. CopyLeft 표시 뮤직비디오 등장

3. 기술 동향

- 3-1. 애플, 9/9 미디어 이벤트 통해 신제품 및 성과 발표
 3-2. 냅스터, 휴대전화로 디지털 음악 서비스 제공

4. 정책 동향

- 4-1. 문화체육관광부 개정 저작권법 관련 인식조사

5. 해외 동향

- 5-1. 중국, '상업성 공연관리 조례의 시행세칙' 전면 시행
 5-2. 비틀즈, 디지털로 리마스터링 되어 전세계 동시발매
 5-3. 일본의 디지털 음원 2분기 판매, 2008년 동기 대비 감소
 5-4. 일본 NAMCO BANDAI Games 社, 음악 레이블 설립

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 9월 1주차 음원 판매 현황

순위	멜론(8.30-9.5)		도시락(8.31-9.6)		엠넷(8.31-9.6)		벅스(8.27-9.2)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	—	Heartbreaker - G-Dragon	—	Heartbreaker - G-Dragon	—	Heartbreaker - G-Dragon	—	Heartbreaker - G-Dragon
2	—	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↑44	Muzik - 4minute	↑31	Muzik - 4minute	↑39	초콜릿 - K.Will,마리오
3	↑6	내 귀에 캔디 - 백지영	↑1	Hot Stuff - 다비치	↓1	Hot Stuff - 다비치	진입	Muzik - 4minute
4	↓1	Wanna - 카라	↓1	내 귀에 캔디 - 백지영	—	내 귀에 캔디 - 백지영	↓2	내 귀에 캔디 - 백지영
5	—	거짓말 - 티아라	↓3	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↑20	Vari2ty - 주얼리	진입	Vari2ty - 주얼리
6	↓2	I Don't Care - 2NE1	↑39	Vari2ty - 주얼리	↓3	Abracadabra - 브라운아이드걸스	진입	사랑이 뭐길래 - 미스에스
7	↑1	미스터 - 카라	—	거짓말 - 티아라	↑14	사랑이 뭐길래 - 미스에스	진입	피아니시모 - 체리필터
8	↑2	소년이여 - G-Dragon	↓2	Wanna - 카라	↓3	Wanna - 카라	↓3	Abracadabra - 브라운아이드걸스
9	↓2	바래 - FT아일랜드	↓1	미스터 - 카라	↓2	미스터 - 카라	↓5	Strong Girl - 주얼리
10	↑6	Hello - G-Dragon	↓5	소년이여 - G-Dragon	↓4	소년이여 - G-Dragon	↓7	소년이여 - G-Dragon
11	↓5	Indian Boy - MC몽	↓2	Hello - G-Dragon	↓3	거짓말 - 티아라	↓1	생각이 나 - 부활
12	↑1	연애특강 - 마이티마우스	↓1	I Don't Care - 2NE1	↓2	I Don't Care - 2NE1	↓4	거짓말 - 티아라
13	진입	Muzik - 4minute	↑1	연애특강 - 마이티마우스	↑4	눈물도 아까워 - 나비	↓4	미스터 - 카라
14	↑6	The Leaders - G-Dragon	↑4	눈물도 아까워 - 나비	↓5	바래 - FT아일랜드	↓7	Wanna - 카라
15	↑35	초콜릿 - K.Will,마리오	↑22	피아니시모 - 체리필터	↓2	연애특강 - 마이티마우스	진입	안 출래 - 4minute
16	진입	Vari2ty - 주얼리	↓3	바래 - FT아일랜드	↑56	안 출래 - 4minute	↑28	녹화된 테이프를 감듯이 - 박기영
17	↓6	아몰레드 - 손담비	↓7	The Leaders - G-Dragon	↑32	피아니시모 - 체리필터	진입	울면 안돼 - 왁스
18	↑12	Breathe - G-Dragon	진입	라차타 - f(x)	↓7	Hello - G-Dragon	↓7	연애특강 - 마이티마우스
19	↓1	Pretty Boy - 2NE1	↑37	안 출래 - 4minute	↑19	초콜릿 - K.Will,마리오	↓5	눈물도 아까워 - 나비
20	↑2	In The Club - 2NE1	↓8	Strong Girl - 주얼리	↓8	The Leaders - G-Dragon	↓8	I Don't Care - 2NE1

('09.9월 1주차 멜론, 도시락, 벅스, 엠넷)

- G-Dragon의 'Heartbreaker', 2주째 전 차트 1위 차지
 - 데뷔 첫주 차트에 1위 등장하여 3주가 지난 지금까지 전차트 1위 유지, 그 외에도 '소년이여', 'Breathe', 'the leaders' 등 수록곡 함께 인기
- G-Dragon이 1위를 유지하는 가운데 눈에 띄는 신인, 신곡이 등장
 - SM엔터테인먼트의 신인 걸그룹 f(x)의 '라차타'가 도시락 18위 진입
 - 2NE1과 비슷한 시기에 데뷔하여 걸그룹의 새로운 모델로 등장한 4minute의 새로운 미니앨범이 발매되며 타이틀 곡 'Musik'이 멜론 13위, 도시락, 엠넷 2위, 벅스 3위를 차지하는 등 인기
 - 그 외에도 댄스음악이 시장을 장악했던 여름이 끝나고 가을로 접어들면서 K.Will, 마리오가 함께 부른 미디움템포 발라드 '초콜릿'이 멜론 15위 (35위 상승), 엠넷 19위(19위 상승) 차지

순위	전주 비 변동	곡명
1	-	Heartbreaker - G-Dragon
2	↑2	내 귀에 캔디 - 백지영
3	진입	사랑이 뭐길래 - 미스에스
4	↓2	Hot Stuff - 다비치
5	진입	사랑비 - 김태우
6	진입	생각이나 - 부활
7	진입	I Don't Care - 2NE1
8	↓3	Abracadabra - 브라운아이드걸스
9	↑11	눈물도 아까워 - 나비
10	↑1	Butterfly - 러브홀릭스
11	진입	Muzik - 4minute
12	↓3	초콜릿 - K.Will,마리오
13	↓5	소년이여 - G-Dragon
14	↑1	사랑은 어쩔 수 없네요 - 윤상현
15	진입	내 사랑 내 곁에 - 럼블피쉬
16	↓10	Hello - G-Dragon
17	↓7	연애티켓 - 마이티마우스
18	진입	Vari2ty - 쥬얼리
19	↓7	나만 모르게 - Supreme team
20	↓13	The Leaders - G-Dragon

(8/31~9/6일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- BGM 차트에서도 G-Dragon의 강세가 지속되는 가운데 가을을 맞아 발라드곡이 대거 진입
 - 부활의 '생각이 나'(6위), K.Will, 마리오의 '초콜릿'(12위), 윤상현의 '사랑은 어쩔 수 없네요'(14위), 럼블피쉬의 '내 사랑 내곁에' (15위) 등
 - BGM 차트는 구매 기준으로 선정되므로 신곡, 논란곡의 비중이 높은 편인데 G-Dragon이 3주째 1위를 차지하고 있는 것은 인기를 현재의 인기를 방증

2 산업 동향

2-1. 공연 취소 시 피해 구제 배상방안 논의

- 한국소비자원의 '공연업자의 귀책사유로 인한 공연 관련 분쟁 통계자료' 국정감사 자료에 따르면, 2007년 이후 현재까지 소비자보호원에 접수된 공연관련 피해구제 건수는 총 130건인 것으로 집계
 - 피해구제 접수 건수는 2006년 33건에서 2008년 26건으로 줄어드는 듯 했지만 2009년 8월 현재 71건으로 증가
 - 공연업자에 귀책사유가 있던 경우는 2007년 45.4%(15건), 2008년 53.8%(14건)로 증가, 올해 현재까지는 19.7%(14건)를 기록
- 최근 SM엔터테인먼트의 'SM타운 라이브'가 취소되자 동방신기 팬연합은 SM엔터테인먼트 측에 자진 배상을 요구하며 내용증명
 - 소비자가 납득할 수 있는 구체적인 이유를 포함한 SM의 공식적인 사과와 SM의 귀책사유로 취소된 이번 SM타운 라이브 '09 입장료의 10% 배상을 요구
 - 동방신기는 최근 5명의 멤버 중 3명이 소속사와 전속계약 문제로 법적 공방 중이며 이에 대해 팬-기획사 간 갈등이 심화되어 왔음
- 국회 문화체육관광방송통신위원회 안형환 의원(한나라당 서울,금천)은 공연취소 시 신속한 환불과, 소비자분쟁 해결기준에 따른 입장료의 10%를 더 배상하는 방안의 강제화가 이루어져야 한다"고 주장
 - 한국소비자원이 규정한 공연법관련 소비자분쟁해결기준에 의하면 공연업자의 귀책사유로 공연이 취소된 경우 입장료 환급 및 입장료의 10%를 배상토록하고 있음에도 공연취소로 인한 피해구제 요청은 계속 발생하고 있음
 - 관객의 단체행동이 어렵다는 점 등을 감안하여 강제화 도입 주장

2-2. 음콘협, 싸이월드에 불법저작물 유통 차단 요청

- 한국음악콘텐츠산업협회(음콘협)는 싸이월드 미니홈피를 통한 불법 저작물 유통 차단을 SK커뮤니케이션즈측에 요청
 - 현재 2,400여만명의 회원이 활동 중인 싸이월드는 '도토리'라는 결제 시스템과 '미니홈피 BGM 제도'로 디지털 음원 매출에 또다른 수익 모델 제시, 기여
 - 그러나, 이와 별도로 불법 저작물이 유통되어 싸이월드 회원들이 미니홈피 조회수 올리기 위해 불법 벨소리파일(mmf파일)을 업로드하는 사례가 발생
- 음콘협은 포털 3사중 NHN 및 다음커뮤니케이션즈가 제시한 필터링 가이드 수준과 이를 위한 협의체 구성에 합의한바 있으며 SK커뮤니케이션즈과도 동일 수준의 합의 희망

- 싸이월드는 뮤레카의 필터링 솔루션을 도입해 불법 MP3 유출 등 음원의 불법 유통을 방지하고 있다고 해명
- 음콘협이 제안한 벨소리 부분 적극 수용해 싸이월드 내 불법 음원에 대한 광범위한 모니터링을 보완, 강화할 예정

2-3. UCC사이트 판도라 TV, 지상파 방송 콘텐츠 유통 시작

- UCC사이트 판도라 TV, 지상파 방송사 KBS 및 SBS와 저작권 보호협약 체결 및 방송 콘텐츠 유통을 위한 채널 구축
 - 판도라TV는 엠티비내의 드라마관에 'KBS'와 'SBS'를 각각 신설하고 각 방송사의 프로그램을 서비스
 - KBS : '2009 전설의 고향', '아가씨를 부탁해', '솔약국집 아들들', '천추태후'를 비롯해 '미녀들의 수다', '상상더하기', '해피투게더', '천하무적 토요일(천하무적 야구단/삼촌이 생겼어요)', '해피선데이(1박2일/남자의 자격)', '개그콘서트'등 드라마와 연예오락프로그램 등 10개의 프로그램
 - SBS : '드림', '태양을 삼켜라', '스타일', '녹색마차', '두 아내', '사랑은 아무나 하나', '시티홀', '자명고', '찬란한 유산', '일요일이 좋다(패밀리가 떴다/골드미스가 간다)', '절친노트2', '웃찾사', '스타부부쇼 자기야', '대결 스타쉐프', '야심만만2', '김정은의 초콜릿'등 드라마와 예능프로그램 16개의 프로그램 제공
 - 소비자가 콘텐츠 내용을 미리 확인할 수 있도록 1분 분량의 미리보기 서비스를 제공, 다운로드 판매
- 현재 웹하드나 P2P사이트를 통해 불법적으로 유통되고 있는 방송 콘텐츠의 합법적인 유통을 확대, 촉진할 것으로 기대
- 유튜브 또한 영국에서 현지 엔터테인먼트 회사들과 뮤직비디오 판권 계약 체결
 - 유튜브는 3월 영국 엔터테인먼트 단체 'PRS for Music'과 협상이 결렬되어 뮤직비디오 동영상 차단
 - 당시 유튜브는 "'PRS for Music' 측이 무리한 판권 비용을 요구해 협상이 이뤄지지 않고 있다"고 밝혔으나 이용자의 불만이 속출함에 따라 4월부터 협상을 시작, 합의에 이름

2-4. 신종 플루, 가요계를 덮치다

- 현재 국내외에서 활발히 활동 중인 아이돌 그룹 SS501의 리더 김현중, 신종 플루 확진 판정
 - KBS 2TV '꽃보다 남자' 프로모션을 위해 일본을 찾은 김현중은 발열과 두통 증세를 보여 9/7일 병원을 찾았다가 검사 결과 신종플루 확진 판정을 받고 입원 치료 중
 - 김현중이 국내 첫 사례이나 일본에서는 이미 6명의 스타가 신종플루 판정을 받고 활동 중단
- 신종 플루에 대한 우려가 확산되면서 각종 행사와 콘서트도 취소 속출

- 록밴드 YB의 콘서트 '날아라YB'가 신종플루로 취소(9/27일, 고려대학교 화정체육관)
- YB의 소속사인 다음기획은 "신종인플루엔자의 발생으로 인해 많은 인원이 한 장소에 모이는 각종 이벤트 및 문화공연의 진행이 원활하게 이루어지지 않고 있다"며 "관객들의 안전을 위해 부득이하게 공연을 잠정 연기했다"고 밝힘
- 이외에도 현재 지자체, 정부, 기업 및 학교 등과 관련된 대규모 행사 취소 및 중단
- 행정안전부는 공연 관련 업체에 '신종 플루' 예방에 대한 행사 취소 및 축소, 자제에 관련한 지침을 통보, 공연장 내에 '발열 감지 장치, 손 세정 장치, 공기 정화 시설 등 검사, 소독, 세정을 위한 장비의 구축 요청

2-5. CopyLeft 표시 뮤직비디오 등장

- 가수 이현의 솔로곡 '30분전'의 뮤직비디오에 카피레프트표시, 배포
 - 또한 뮤직비디오 마지막 부분에는 '비영리적인 목적으로 사용되는 배포 및 게재를 허용한다.'라는 내용의 문구를 삽입
 - 카피레프트(copyleft)는 지적 창작물에 대한 권리를 모든 사람과 공유한다는 의미로 저작물에 대한 독점적 권리를 보호받는 카피라이트(copyright)와는 반대되는 개념
 - 카피레프트가 적용된 저작물은 자유로운 게시, 활용이 가능함
- 저작권법의 강화로 합법적인 배포를 통한 홍보효과를 누리기 위한 마케팅
 - 별도의 홍보 채널을 확보하지 못한 신인가수나 인디밴드에게 활용 가능한 방법
 - 음원의 무료 스트리밍 배포를 통한 음반 구매 유도는 해외에서도 SNS 사이트를 중심으로 등장해왔음

3 기술 동향

3-1. 애플, 9/9 미디어 이벤트 통해 신제품 및 성과 발표

- 애플, 미디어 이벤트서 iPhone OS 3.1, iTunes 9, 카메라 내장 iPod Nano 발표
 - iPhone OS 3.1 업데이트
 - Genius Technology를 적용하여 음악과 App 등을 추천할 수 있는 기능을 도입
 - 기존에 iTunes를 통해 음악에 대한 자동추천 기능인 Genius 기능이 있지만 App으로 확대한 것이 특징
 - iTunes Store, 벨소리(Ringtones) 판매 추가 : 4대 메이저 음반사로부터 3만개의 벨소리 판매할 예정으로 개당 1.29 달러에 판매예정
 - iTunes 9 : Genius mixes 기능 업그레이드 및 iTunes LP 섹션 추가
 - Genius mixes는 사용자들이 직접 구성한 2천 7백만 개의 라이브러리를 분석하여 음악 추천 데이터 자료로 활용하는 기능으로 사용자 선호 음악을 자동추천해주는 기능
 - iTunes LP 섹션 추가하여 추억의 LP판의 음악과 가사, 커버, 사진, 속지 등의 내용을

볼 수 있도록 디지털화 하여 제공

- 9/9일 9시 판매가 시작된 비틀즈의 리마스터링 음반발매일과 애플의 미디어 이벤트일이 겹쳐 기대를 모았던 비틀즈의 디지털 음원 판매는 공개되지 않았으며 비틀즈의 디지털 음원판매는 시일이 더 소요될 것으로 예상됨
- iPod Touch의 기능 업그레이드 발표가 될 것으로 예상했지만 카메라 촬영이 가능한 iPod Nano 신제품이 발표 됨
- 새로운 iPod Nano 시리즈에 아날로그 FM 라디오 튜너를 내장하였으며 마이크 내장으로 보이스 레코딩 앱도 포함

○ 애플의 성과발표

- 2년 동안 3천만대 판매된 아이폰의 성공요인은 App Store
- 1년 동안 App Store는 7만 5천개의 앱과 18억번의 다운로드를 기록
- iTunes의 경우 사용자 계정 1억명 돌파, iTunes Store 전세계 23개국 이용
- iPod 전세계적으로 2억2천만대 판매로 미국내 73.8%점유율 기록
- iPod Touch의 경우 현재까지 2천만대 판매로 자체적으로 성공요인을 Wi-Fi와 iTunes 기능 때문으로 꼽음

○ 매 미디어이벤트마다 혁신적 발표로 기대를 모았던 애플의 9/9미디어 이벤트는 일반적인 제품 업그레이드 발표 수준에 그쳐 한계를 나타냄

3-2. 냅스터, 휴대전화로 디지털 음악 서비스 제공

○ 냅스터, 9/1일부터 휴대전화를 통해 디지털 음악 서비스 시작

- 미국 내 냅스터 가입자들은 휴대전화를 통해 m.napster.com에서 디지털 음악 서비스를 이용 가능
- 휴대전화 기종에 무관하며 냅스터 크레딧 서비스를 통해 3개월 간 15개의 MP3 다운로드와 무제한 스트리밍 서비스 사용 가능
- 무선인터넷상에서 900만 곡 이상의 디지털 음악에 대한 검색 및 프리뷰 가능

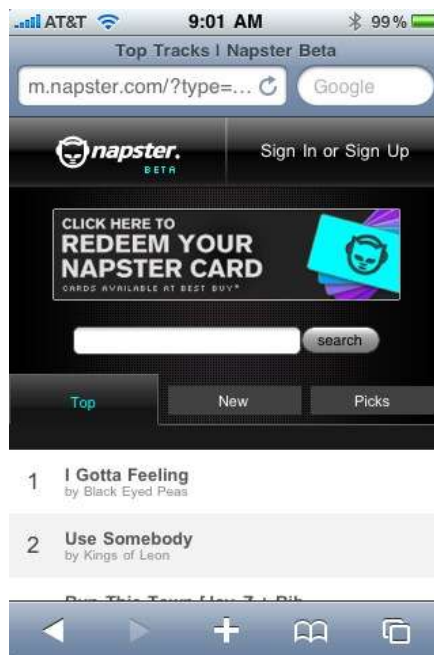
○ 또한, 냅스터의 무선인터넷 서비스는 기존 PC 서비스와 연동하여 이용 가능

- 현재 냅스터는 매월 5달러의 사용료로 무제한 스트리밍 서비스와 5개의 무료 MP3 다운로드 서비스 제공
- 가입자들은 기존의 계정 이외에 모바일 폰에서 사용 가능한 추가 계정을 할당

○ 모바일 폰 서비스에 대한 관심은 월마트와 iTunes의 시장 확대에서 비롯된 것

- Forrester 리서치 리포트에 따르면 모바일 폰으로 음악을 듣는 이용자는 약 10%에 불과
- 그러나 iPhone과 Blackberry와 같은 자유로운 무선인터넷 서비스가 가능한 스마트폰 판매가 대중화됨에 따라 디지털 음악 서비스의 잠재적 성장 가능성은 충분하여, 향후 MP3

플레이어 대신 점차 스마트폰을 통한 음원 서비스 거래가 형성될 것으로 예상



<그림> m.napster.com on iPhone(출처 : paid content)

4 정책 동향

4-1. 문화체육관광부 개정 저작권법 관련 인식조사

- 개정 저작권법이 시행된 이후 국민들의 저작권에 대한 인식이 제고된 것으로 조사
 - 저작권 혹은 저작권 침해에 대하여 들어보거나 알고 있다고 답한 사람이 개정 저작권법 시행 이전에는 68.4%였으나 법 시행 후 76.2%로 증가(+7.8%)
 - 이중 저작권에 대해 알고 있다고 답한 응답자의 저작권 관련 기사나 정보에 대한 관심도 또한 시행 전과 비교해 27% 증가
 - 불법 복제물을 다운로드한 경험이 있는 사람의 경우 정보 관심도 증가 비율은 38.7%로 비경험자에 비해 상대적으로 높음
 - 저작물 보호 필요성에 대한 국민 인식도 높아져 법 시행 이후 타인의 저작권 보호 필요성이 이전보다 더욱 필요하다고 응답한 사람이 69.5%를 차지
 - 불법물 다운로드 경험자 중 법 시행 이후 다운로드 횟수가 감소했다는 의견이 45.0%, 다운로드 사이트 이용이 감소했다는 의견이 43.0%를 차지
 - 응답자의 21.0%는 법 시행 이후 합법적인 방법으로 저작물을 이용하려고 시도해 본 적이 있음

- 이후 지속적인 홍보를 통해 저작권법을 정확히 알리고 준수를 요청할 필요가 있음
 - 개정 저작권법의 인지 경로(복수 응답)는 TV(51.1%), 인터넷(45.9%), 신문(24.6%) 순으로 나타났으나, 개정 저작권법에 대해서 알고 있다는 비율은 42.4%에 그침
 - 인터넷상에서 저작권 침해가 발생하는 주요 원인으로 '저작권 침해에 해당하는지는 알지만 간편하고 저렴해서(23.3%)', '저작권침해 심각성에 대한 홍보 부족(14.8%)', '누구나다 그렇게 생각하므로(13.8%)' 순으로 응답
 - 온라인 게시판 운영 경험자 313명 중 18.0%는 블로그 등 게시판 활동의 중단도 생각해 본 적이 있다고 답해, 인터넷 이용자들의 '위축효과'도 있는 것으로 조사
- 문화체육관광부는 국민들의 저작권에 대한 높은 관심을 인식제고와 연계시키기 위해 청소년 대상 저작권 플래시 게임 및 애니메이션 제작, 저작권 연구학교·체험학교 등 학교중심의 교육 강화, 국민참여형 온라인 홍보 강화 등을 적극 추진 계획

5 해외 동향

5-1. 중국, '상업성 공연관리 조례의 시행세칙' 전면 시행

- 중국 문화부, '09.10월부터 '상업성 공연관리 조례의 시행세칙'을 전면 시행조치
 - 특히 2008 베이징 올림픽 개막식 행사중 문제가 불거졌던 립싱크 공연(라이브로 가창/연주하지 않고 별도의 음반을 재생하고 이에 맞춰 공연하는 것)에 대한 금지
 - '립싱크' 금지법을 위반하는 연예인과 공연 기획사에게 약5만~10만원 (한화 900만원~1천 800만원)의 벌금 부과
 - 공연 주최기관은 립싱크 공연의 방지 위해 반드시 현장 감독해야하며 라이브 기록이 없을 경우 벌금 조치하며 '립싱크' 금지법 위반 시 1차 경고, 2년 내에 또 다시 규정을 위반할 경우 공연기획사는 공연허가증 취소, 연예인은 연예활동 금지조치
 - 이외에도 연예인-기획사 간 전속계약 등의 규정 재정비, 공연장에 대한 허가절차 간소화
- 중국의 '립싱크' 금지법에 대해 국내 네티즌은 "시행 초기엔 한류 열풍이 조금 위축되겠지만 결국 국내 가수들에 대한 평가가 좋아질 것"이라며 기대감을 표시
- 또한 중국문화부는 해외에서 유입되는 온라인 음악에 대한 사전 허가 시스템을 발표
 - 해외 음악의 중국내 온라인 서비스에 대해 문화부의 사전 허가를 받도록 강제
 - 온라인음악 전문 사이트뿐만 아니라 해당 음악에 연결되는 링크를 제공하는 구글, 바이두 ※등 검색 업체들도 모두 규제 대상
 - 온라인 음악 서비스업체는 해당 조치가 효력을 갖기 시작하는 12/31일까지 1)외국 노래를 웹사이트에 업로드하려는 콘텐츠 제공자는 당국 심사를 신청해 심의를 받아야하고 2) 외국 가요를 온라인으로 제공하기 위해서는 가사를 모두 중국어로 번역해야하며 3) 해당

음악의 저작권자에게 판매 및 배포에 대한 허가를 받았다는 사실을 증명해야 함

- 개인이 작곡, 녹음, 업로드하는 콘텐츠에 대해서는 검열하지 않을 예정
- 웹사이트에 음악을 업로드하기 위해 승인을 받는 데 걸리는 시간이 3일 정도 소요되도록 '패스트 트랙(fast track · 신속처리)' 시스템을 도입 예정

- 음반업계는 이번 조치를 계기로 중국 내에서 불법 복제 음원 판매가 줄어들 것으로 기대
 - 국제음반산업연맹(IFRI)에 따르면 지난 해 중국음반 시장 규모는 약 8천200만 달러이며 중국에서 접속되는 음악의 99%는 라이선스 없는 불법 음원이라고 추산
 - 이번 규정으로 불법 복제 완화를 기대하고 있으나, 엄청난 양의 업무를 효율적으로 처리할 수 있을 것인가에 대해 의문 제기

※ 바이두(Baidu) : 중국 최대의 검색엔진 서비스

5-2. 비틀즈, 디지털로 리마스터링 되어 전세계 동시발매(9/9일)

- 모노시절 음반을 비롯한 비틀즈의 모든 앨범을 디지털 기술로 새로 가공한 리마스터링 판이 9월 9일 9시 9분 전세계 동시 발매
 - 영국발매 기준으로 1963년 데뷔 앨범 '플리즈 플리즈 미(Please Please Me)부터 해체 직전 공개된 앨범 '렛 잇 비(Let It Be)'까지 13장의 정규 앨범과 히트곡 컴필레이션 '패스트 마스터스(Past Masters)' 등이 원음에 최대한 가깝게 마스터링된 음원으로 재발매됨
 - 비틀즈가 1970년 해체된 이래 처음으로 디지털로 리마스터링된 이번 앨범은 처음 녹음하던 당시 아날로그 사운드의 질감에 가깝게 복원됐다고 음원 저작권사인 애플 측은 전함
- 국내에서도 9월 9일 오전 9시 9분 9초 서울 광화문 교보문고 내 핫트랙스 음반 매장에서 국내 최초로 판매 시작
 - 한국배급사 워너뮤직코리아 측에 따르면 비틀즈의 히트곡 '레볼루션 나인'의 숫자 9에 맞춘 시각으로 추측
 - 발매일 오전 9시 30분부터 오전 10시까지는 광화문 KT 아트홀에서 비틀즈 리마스터 영상을 상영하고 예전 음원과 디지털 리마스터 음원 비교 청음, 비틀즈 한국 팬들로 구성된 트리뷰트 밴드인 멘틀즈의 공연
- 또한 저작권자인 애플레코드社가 음원 판매사이트인 아이튠즈를 통해 음원 판매할 것이란 소문이 있었으나 사실 무근으로 밝혀짐
 - 현재까지 비틀즈의 디지털 음원은 온라인/모바일 판매를 하지 않고 있음
 - 9일 비틀즈의 사상 첫 디지털 복원 앨범과 비디오게임이 출시된 가운데 미국 샌프란시스코에서 애플의 연례 이벤트인 미디어 초청행사 또한 9일에 열려 기대감을 증폭시켰으나 음원 서비스 관련 소식은 발표되지 않음

※ 영국 음반업체 '애플(Apple corps Ltd)' : 비틀즈 관련 저작권을 보유하는 영국 음반업체 '애플'과 스티브 잡스가 설립한 '애플'은 30년에 걸친 상표권 분쟁을 마치고 2007년 합의

5-3. 일본의 디지털 음원 2분기 판매, 2008년 동기 대비 감소

- 일본 음반산업협회(RIAJ)가 발표한 2009년 2분기(4~6월) 음반 판매 현황에 따르면 디지털 음원 판매가 2008년에 비해 감소
 - 2분기 총 판매량은 약 1억 2천 개로 2008년 2분기에 비해 약 3% 가량 감소한 것으로 나타남
 - 총 판매액은 22조 2천엔(294조 2천억원)으로 2008년 2분기에 비해 약 2% 감소
- 디지털 음원 판매 감소의 요인은 모바일 벨소리 판매 하락 때문
 - 모바일 전체 벨소리 판매량이 12% 감소하여 약 3천 9백 개 판매, 판매액은 4조 1천엔(54조 3천억원)으로 2008년 2분기 판매액 보다 18% 감소
 - 앨범 단위의 판매가 아닌 트랙별 다운로드가 증가함에 따라 이와 같은 결과 발생
 - 반면 PC를 통한 뮤직 비디오 다운로드 총 1천 백 개로 2008년에 비해 약 10% 가량 증가

5-4. 일본 NAMCO BANDAI Games 社, 음악 레이블 설립

- 일본의 대표적 비디오 게임 회사 NAMCO BANDAI가 NAMCO SOUNDS를 설립
 - NAMCO의 음악 레이블은 iTunes를 통해 음원을 제공할 계획 (9/3일 발표)
 - iTunes는 이로서 NAMCO의 게임 사운드트랙을 트랙별로 판매
 - 더불어 협력사인 BANDAI 비주얼 社는 NAMCO BANDAI라는 이름으로 복미 시장 진출의 기회를 획득
- NAMCO SOUNDS는 설립과 함께 기존 게임들의 사운드트랙을 발매키로 함
 - 팩맨, 소울칼리버 등 잘 알려진 게임들의 사운드트랙 발매를 시작으로 매월 2, 4째 주 수요일에 업데이트 예정
 - 사운드트랙 곡당 0.9달러, 앨범 구입 시 2.97에서 2.99달러로 판매
- 최근 애플이 게임 산업에 관심을 표명한 후 발표된 첫 번째 게임 사운드 레이블로 NAMCO SOUNDS를 시작으로 앞으로 게임 음악 산업의 성장 기대
 - 게임 산업이 활발한 미국이나 일본에서만 시장이 활성화될 가능성이 있어 향후 시장확대 전략이 중요할 것으로 예상

Credit Sound	0:01	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Start Music	0:05	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
PAC-MAN: Eating Cookie	0:11	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Extend Sound	0:02	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Normal Move	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Spurt Move #1	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Spurt Move #2	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Spurt Move #3	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Spurt Move #4	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
PAC-MAN: Eating Fruit	0:01	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Turn to Blue	0:10	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
PAC-MAN: Eating Ghost	0:01	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	
Ghost: Return to Home	0:11	NAMCO SOUNDS	+	!	+	\$0.99	BUY SONG	

<그림> iTunes에서 판매되고 있는 NAMCO SOUNDS의 사운드트랙(출처 : Joystiq)

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 9월 1주차 음원 판매 현황**

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

싸이월드 www.cyworld.com

2-1. 공연 취소 시 피해 구제 배상방안 논의

조이뉴스24, 09/09/04, 안형환 의원 "공연 취소 배상 강제화해야"

스타뉴스, 09/09/03, 동방신기 1천팬, SM에 내용증명 "공연취소 배상하라"

2-2. 음콘협, 싸이월드에 불법저작물 유통 차단 요청

뉴시스, 09/09/09, "싸이월드 미니홈피 저작권 침해 심각"

매일경제, 09/09/09, 음콘협 "싸이월드 저작권 침해 수준 심각"

경제투데이, 09/09/09, 음콘협 "싸이월드 저작권 침해 심각"

2-3. UCC사이트 판도라 TV, 지상파 방송 콘텐츠 유통 시작

전자신문, 09/09/11, 판도라TV, 지상파 콘텐츠 판매

케이모바일, 09/09/10, 판도라TV에서 지상파 방송을 시청한다

지디넷코리아, 09/09/08, 유튜브, 영국서 뮤직비디오 판권 해결

2-4. 신종 플루, 가요계를 덮치다

노컷뉴스, 09/09/10, YB공연, 신종플루로 연기

머니투데이, 09/09/09, 신종플루, 스타도 예외없다

2-5. CopyLeft 표시 뮤직비디오 등장

굿데이스포츠, 09/09/13, 이현 뮤비에 CL표시... '맘껏 배포해서 다 같이 즐기세요'

브레이크뉴스, 09/09/10, 에이트 이현, '30분전' 뮤직비디오 'CL' 파격 선언

3-1. 애플, 9/9 미디어 이벤트 통해 신제품 및 성과 발표

CNN, 09/09/10, Apple upgraded its iPod Nano with a video camera, not its iPod Touch

PC Magazine, 09/09/10, Apple iTunes 9

MTV, 09/09/10, Apple's 'iTunes LP' Looks To Resuscitate Album Art, Liner Notes

3-2. 냅스터, 휴대전화로 디지털 음악 서비스 제공

Reuters, 09/09/01, Napster Now Available on Web-Enabled Phones via m.napster.com

Moconews, 09/09/01, Napster Commits iPhone-side; Opts Out Of Streaming App Competition For Now

Trading Markets, 09/09/01, Digital music provider Napster launches mobile account access

Beatcrave, 09/09/01, Napster launches mobile music service

Forrester, "The Future of music on cell phones"

4-1. 문화체육관광부 개정 저작권법 관련 인식조사

미디어오늘, 09/09/09, 개정 저작권법으로 불법다운로드 줄었다

국정 포탈 보도자료, 09/09/09

5-1. 중국, '상업성 공연관리 조례의 시행세칙' 전면 시행

맥스무비, 09/09/04, 중국 '립싱크' 금지법 다음달 부터 시행, 벌금은 최대 1천 800만 원

KBS뉴스, 09/09/04, 중국, '가수 립싱크' 금지법 다음 달 시행

아이비타임즈, 09/09/04, 립싱크 금지법, 中 베이징올림픽 립싱크 이후로

헤럴드경제, 09/09/11, 中, 온라인 음악콘텐츠도 사전 검열

한국경제, 09/09/07, 中 온라인 음악 사전 허가제 도입

아이뉴스, 09/09/07, 中, 온라인 음악 사전 허가제 도입

IDG, 09/09/07, 중국, 온라인 음악 서비스 업체 규제 강화

전자신문, 09/09/07, 中 인터넷, 정화인가 재갈인가

5-2. 비틀즈, 디지털로 리마스터링 되어 전세계 동시발매

아시아경제, 09/09/09, 비틀즈, 오늘(9일) 9시 9분 디지털로 부활

ETNEWS, 09/09/09, 애플 `아이튠스` 통해 비틀즈 음원 서비스 예정

5-3. 일본의 디지털 음원 2분기 판매, 2008년 동기 대비 감소

Billboard Biz, 09/09/03, Japan's Digital Sales Decline In Q2

Reuters, 09/09/03, UPDATE 2-Japan capex fall slows in Q2, recovery uncertain

5-4. 일본 NAMCO BANDAI Games 社, 음악 레이블 설립

Kombo, 09/09/03, Namco Bandai Reveals Namco Sounds Albums for iTunes

Joystiq, 09/09/03, Namco Bandai's new iTunes sounds will eat up your money

Total Playstation, 09/09/03, NAMCO BANDAI ANNOUNCES NAMCO SOUNDS MUSIC LABEL

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

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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