

문화로 생동하는 대한민국

2009년 7월 둘째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 7월 둘째주]

7월 둘째주 음악산업 동향

- 팝의 황제 마이클 잭슨 사망, 전세계 음악계 애도의 물결
- 미국 전역 45회 공연 무대에 오르는 원더걸스와 국내 그룹 최초 도쿄돔 단독 콘서트를 여는 동방신기
- 영국의 새로운 디지털 산업 보고서 'Digital Britain' 속에 나타난 불법음원규제정책

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

- 1-1. 2009년 6월 4주차 음원 판매 현황
- 1-2. 韓, 美 청소년 디지털음악 이용실태 분석
- 1-3. 美, 트위터 사용자 분석 : 트위터 사용자는 적극적인 음악구매 및 음악활동 소비자

2. 산업 동향

- 2-1. 네이버, 음원 저작권 문제로 일부 음원 계약 중단
- 2-2. 미국 내 한국 노래연습장, 저작권료 지급 소송 패소
- 2-3. 원더걸스와 동방신기, 미-일 큰 무대에서 인정 받아
- 2-4. 팝의 황제 마이클 잭슨 사망
- 2-5. 청소년보호위원회, 국내 가수 27곡 포함 70곡 유해매체 판정
- 2-6. KTF 및 LG텔레콤, LG전자 휴대전화 '아레나'에 Non DRM 적용

3. 기술 동향

- 3-1. 'music+α'(뮤직플러스알파), 2009년 상반기 유망 브랜드대상 수상
- 3-2. 미 음악 SNS사이트 iLike, 뮤지션을 위한 통합인터페이스 Artist Dashboard 개발
- 3-3. 마이크로소프트사, 인터넷 익스플로어8 출시 시 음악활용 프로모션 실시

4. 정책 동향

- 4-1. '인터넷 저작권 지킴이, 클린 사이트' 5개 시범 지정
- 4-2. 문화부, 7월의 루키뮤직 어워드 선정
- 4-3. 방통위, '디지털 시대 표현의 자유' 국제 컨퍼런스 개최

5. 해외 동향

- 5-1. 영국 디지털 산업 보고서 Digital Britain 2009: 불법음원 규제 정책
- 5-2. 파일공유 사이트 피어리트베이 매각
- 5-3. TDC PLAY, MEF에서 최고의 음악 서비스 수상

※ 관련 기사 및 자료 목록

1

소비자 동향

1-1. 2009년 6월 4주차 음원 판매 현황

순위	엠넷(6.22~6.28)		벅스(6.18~6.24)		도시락(6.22~6.28)		멜론(6.21~6.27)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	진입	소원을 말해봐 - 소녀시대	진입	결혼해 줄래 - 이승기	진입	소원을 말해봐 - 소녀시대	—	외톨이 - 아웃사이더
2	↑2	Hot Issue - 4minute	↑23	Hot Issue - 4minute	↑1	Hot Issue - 4minute	—	Fire - 2NE1
3	↓2	외톨이 - 아웃사이더	↓2	잘가요 내사랑 - 에이트	↓1	외톨이 - 아웃사이더	진입	소원을 말해봐 - 소녀시대
4	↑10	결혼해 줄래 - 이승기	진입	소원을 말해봐 - 소녀시대	↓3	잘가요 내사랑 - 에이트	↓1	큰일이다 - V.O.S
5	↓3	잘가요 내사랑 - 에이트	↑9	니가 밍다 - 2PM	↑9	결혼해 줄래 - 이승기	↓1	잘가요 내사랑 - 에이트
6	↓1	니가 밍다 - 2PM	진입	뒤차가 경적을 - M.C. The Max	진입	친구 - 빅뱅(태양)	↑26	Hot Issue - 4minute
7	↓4	줄리엣 - 샤이니	진입	Rally - 쥬얼리	↑8	니가 밍다 - 2PM	↑17	니가 밍다 - 2PM
8	↓2	큰일이다 - V.O.S	↓2	외톨이 - 아웃사이더	진입	My Heaven - 빅뱅	↑46	결혼해 줄래 - 이승기
9	↑26	Rally - 쥬얼리	↓4	커플 - 김용준	↓5	큰일이다 - V.O.S	↓4	Again & Again - 2PM
10	↓2	Fire - 2NE1	↑23	마스카라 - 브랜뉴데이	↓5	Fire - 2NE1	↓4	여성시대 - 씨야,다비치,티아라
11	↓4	커플 - 김용준	↓9	큰일이다 - V.O.S	↑32	Rally - 쥬얼리	↓3	커플 - 김용준
12	↑24	뒤차가 경적을 - M.C. The Max	↑28	헤어져 - As One	↓6	커플 - 김용준	↓5	너라고 - 슈퍼주니어
13	↓3	1초에 한방울 - 케이윌	↓4	Fire - 2NE1	↓5	줄리엣 - 샤이니	↓4	줄리엣 - 샤이니
14	↓2	피에로의 눈물 - 아웃사이더	↓6	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓7	1초에 한방울 - 케이윌	↓4	My Man - 다비치
15	↓6	너라고 - 슈퍼주니어	↓11	1초에 한방울 - 케이윌	진입	I Love You - 스피드모션	↓4	눈물이 뚝뚝 - 케이윌
16	↓5	Again & Again - 2PM	↓13	눈물이 주룩주룩 - 박정현	↓7	너라고 - 슈퍼주니어	↓4	사랑해 - SG Wannabe
17	↓4	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓10	넌센스 - 코요태	↓1	마스카라 - 브랜뉴데이	↓3	Boo - 아이유
18	↑8	마스카라 - 브랜뉴데이	진입	양코르-럼블피쉬	↓6	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓5	Lollipop - 빅뱅,2NE1
19	↑44	제발 잘해줘 - SS501	↓8	줄리엣 - 샤이니	진입	일기장 - 이비아	↓3	기억과 추억 - 김태우
20	↓4	넌센스 - 코요태	↓8	울고싶어 우는 사람이 있겠어 - 에이트	진입	Etude - 소녀시대	↓2	넌센스 - 코요태

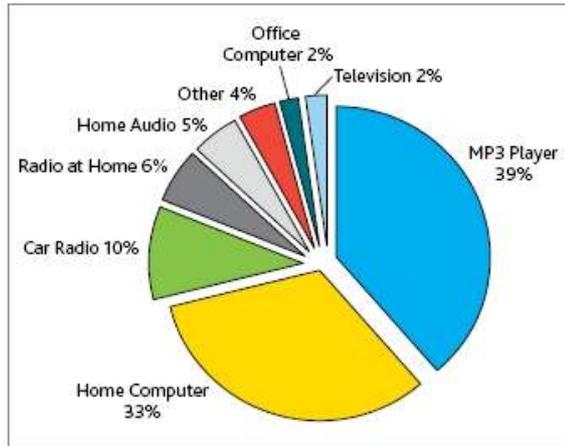
(멜론, 도시락, 벅스, 엠넷의 '09.6월 4주차 스트리밍 기준)

- 6/22일 음원 사이트에 선공개된 소녀시대의 새 앨범 '소원을 말해봐'가 발매 첫 주 1위를 석권하며 막강한 파워를 과시 (엠넷/도시락 1위, 벅스 4위, 멜론 3위)
 - 6/26일 KBS 뮤직뱅크를 시작으로 방송 3사 컴백무대를 가진 소녀시대는 방송영상과 무대에서 보여준 '제기차기 춤', '각선미 춤' 등 독특한 안무가 인터넷에서 화제
 - 개별 멤버를 강조하는 대신 통일된 컨셉의 의상, 군무를 소화함으로써 '소녀시대' 자체의 브랜드 강화와 이미지 변화에 초점
 - 컴백 직후부터 앨범 자켓 디자인의 왜색 논란, 왕따 동영상 확산, 욕설 논란 등 논란에 휩싸이며 화제의 중심에 있음을 증명
- 소녀시대 뿐 아니라 4minute의 'Hot Issue' 또한 계속해서 순위 상승 중이며 (벅스 전주비 23위 상승한 2위, 멜론 26위 상승한 6위, 엠넷, 도시락 2위) 주얼리가 발표한 엠넷 오디션 프로그램 '슈퍼스타 K'의 주제가 'Rally' 또한 엠넷 9위, 벅스 7위에 랭크되며 상승세
 - 7/1일 2NE1의 첫 번째 앨범 'I don't care'가 발매되는 등 울여름 여성 아이돌 그룹 강세는 계속될 것으로 예상
- 남성 아이돌 그룹의 기세가 한풀 꺾인 대신 남성 발라드/밴드가 차트를 지키고 있음
 - 현재 드라마와 오락프로그램에서 인기를 끌고 있는 이승기의 '결혼해 줄래'는 벅스 1위 등 상위권 유지 (엠넷 4위, 도시락 5위, 멜론 8위)
 - 일본 활동을 시작한 빅뱅이 일본에서 발매한 'My Heaven'과 드라마 친구 OST로 삽입된 '친구'가 발매 첫주 도시락 10위권 진입
 - 록밴드 M.C.the Max의 군입대 전 마지막 앨범 '뒤차가 경적을' 또한 멤버의 군입대로 인해 별다른 홍보활동을 하지 않았음에도 벅스 6위, 엠넷 11위 진입

1-2. 韓, 美 청소년 디지털음악 이용실태 분석

- AGB 닐슨 미디어 리서치, 미국 내 청소년들의 디지털 미디어 이용실태(How teens use media) 조사 결과 발표 (6/25일)
- 45% 이상의 청소년들은 대체적으로 1주일에 5시간 이상 음악을 듣는다고 대답하였으며, 20시간 이상 음악을 듣는 청소년들은 12% 미만
- 음악 이용기기로는 모바일 기기 및 MP3플레이어를 주로 사용
 - 시대와 기술의 변화에 따라 라디오, LP, 카세트 테이프, CD를 통해 음악 이용하는 비율 점차 감소, 모바일 기기 및 MP3플레이어로 대체
 - 13세 이상 17세 미만의 청소년 이용자들의 54%는 모바일 기기를 통해 음악 이용
 - 모바일 기기 이용자들은 대부분 MP3 플레이어 또한 보유
- 미국 청소년들의 16%는 라디오 청취, 주 이용자는 18세 이상 20세 미만의 청소년임
 - 목적 : 음악 정보 및 지역 사회 정보를 얻기 위해 이용
 - 15세 이상 18세 미만 청소년들은 주로 대중가요를 듣는 반면, 18세 이상 20세 미만 청소년들은 리드믹 컨템포러리 및 컨트리 음악 이용

- 디지털 음악 활성화에도 불구하고, 미국 청소년들은 여전히 음반을 구매
 - 2008년 닐슨 조사에 따르면, 75% 이상의 미국 청소년들은 재킷 및 가사집을 소유하기 위해 한 해 동안 적어도 3장 이상의 음반을 구매



Source: The Nielsen Company

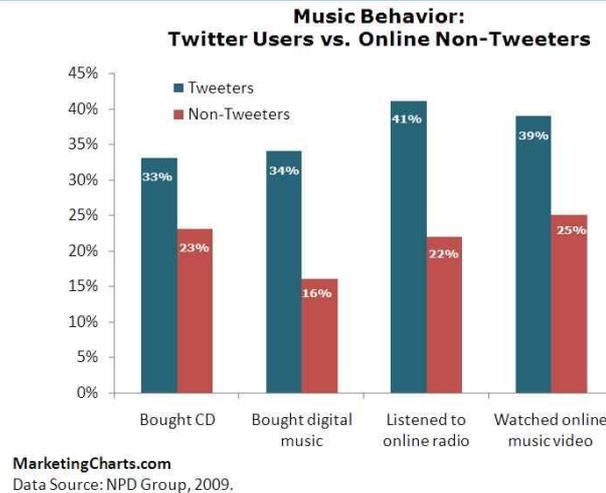
[그림] 미국 청소년의 디지털 콘텐츠 이용 기기 비율
출처 : The Nielsen company, USA

- 국내에서도 한국방송영상산업진흥원(현, 한국콘텐츠진흥원), '뉴미디어 창의계층 육성을 위한 뉴미디어 이용실태조사' 연구가 있었음(08/05/09)
- 국내 청소년들은 음악, 동영상 콘텐츠 이용시 휴대용 동영상 플레이어(PMP, Portable Media Player) 및 MP3 플레이어를 주로 이용
 - 10대 청소년들의 69%가 당나귀, 프루나 등의 P2P사이트 등 웹 사이트를 통해 콘텐츠 확보, 유료 구입은 14%로 전체 연령대 중 가장 낮음
 - 국내외 음악 프로 및 뮤직비디오 콘텐츠를 주로 이용한다는 비율이 22.4%로 미국의 54%와 약 32% 차이를 보임
 - 국내 청소년들은 미국 청소년들과는 달리 음악 보다 동영상 콘텐츠를 주로 이용
- 국내 미디어 플레이어 회사들은 미국 수출 계획 시 음악 기능을 강화하여 미국 청소년들의 관심을 끌도록 해야 할 것

극장 개봉영화	국내방송 /드라마	국내방송 /오락프로그램	해외 드라마	해외 애니메이션	국내외 음악프로/뮤직비디오	교육학습 프로그램
59.5	44.8	50.9	39.7	37.9	22.4	14.7

[표] 국내 청소년(10대)의 디지털 콘텐츠 이용 종류 현황(% , 중복응답)

1-3. 美, 트위터 사용자 분석 : 트위터 사용자는 적극적인 음악구매 및 음악활동 소비자



[그림] 트위터 사용자의 음악 행태

출처 : MarketingChart.com

- 미국 리서치 기관인 NPD Group에서 “Music Acquisition Monitor” 조사결과 발표 (06/23)
- 트위터, 지난 분기 대비 2009년 1/4분기 2배 이상 인지도 상승
 - 미국 인터넷 이용인구 중 2008년 4/4분기 22% 였던 것이 52%까지 상승
 - 음악 소비자 가운데 트위터에 관한 인지도는 09년 1분기에 67%에 달하며 전체 웹 이용자중 8%가 트위터를 사용한 것에 비해 음악 소비자중 12%는 지난 3개월간 트위터를 사용
- 음악 소비 구매 형태 관련하여 트위터 사용자중 1/3(33%)가 지난 3개월간 CD를 직접 구매했던 음악소비자로 34%는 디지털 다운로드를 함. 이 수치는 전체 웹 이용자의 23~16% 수준 보다 훨씬 높다는 것이 중요
- 트위터 사용자는 음악을 구매할 때 비 트위터 사용자보다 돈을 더 많이 쓰는 것으로 나타남.
 - 트위터 사용자들은 트위터 이용하지 않는 사람들 보다 평균적으로 77%가 디지털 다운로드 구매
- 트위터 사용자는 또한 온라인 음악활동을 일반 평균 웹 이용자보다 훨씬 많이 함.
 - 지난 3개월간 트위터 사용자 중 1/3는 소셜 네트워킹 사이트에서 음악을 들었고 전체 웹 이용자들이 22%가 온라인 라디오를 듣는 것에 비해 트위터 사용자 41%가 온라인 라디오를 들었으며 전체 웹 이용자 25%에 비해 39%가 온라인에서 뮤직비디오 이용
 - 트위터 사용자는 마이스페이스 뮤직과 판도라 사이트를 일반 평균 웹 유저들 보다 2배 이상 방문하는 것으로 나타남.
- 이와 같은 조사결과는 트위터를 사용하지 않는 사용자들에 비해 트위터 사용자가 음악 산업계에서 가치 있는 이용자 그룹이 될 수 있는 것을 시사하며 특히 새로운 음악을 발견하고 적극적인 음악 행태를 보여주는 그룹으로 음악마케팅에 적합한 타겟층을 형성하고 있는 것으로 나타남.

- 트위터는 커뮤니케이션과 네트워킹을 위한 중요한 톨로 가치가 높으며 특히 음악 등의 엔터테인먼트 산업 분야에서는 세분화된 소비자 층 대상 마케팅 톨로 활용할 수 있음.
- 트위터는 미국뿐만 아니라 한국에서도 이용자가 확대되는 추세이며 미국에 진출한 원더걸스 등의 사례를 통해 음악 산업계에서의 활용도가 확대되고 있음.

2 산업 동향

2-1. 네이버, 음원 저작권 문제로 일부 음원 계약 중단 (7/1일부터)

- 로엔엔터테인먼트(www.melon.com), KT뮤직(www.dosirak.com), 네오위즈 벅스(www.bugs.co.kr) 등 3사, 네이버 뮤직에 음원 콘텐츠 공급 중단
 - 3사의 음원이 네이버 뮤직에서 차지하는 점유율은 7% 가량으로 적은 편이나, 음원 콘텐츠를 각 사별로 독점 보유하고 있으므로 공급중단 음원은 네이버에서 사용할 수 없게 됨
 - 이들 업체의 음원을 네이버 뮤직에서 재생하거나 새로 구입할 수 없게 됨에 따라 (기존 구입 음원 이용은 가능) 네이버는 유료 결제 이용자가 원하는 음원을 구입할 수 없어 이용내역이 없을 경우 전액 환불 또는 이용 내역 발생 이후 기간에 대해 환불 조치
- 네이버 카페와 블로그에서 공유되는 불법 음원에 대한 필터링이 기대수준 이하로 실행되고 있음에 대한 항의
 - 네이버는 '게시 중단 핫라인' 구축, 전문업체 뮤레카와 제휴한 필터링 시스템 도입 등 불법 음원 공유 근절을 위해 노력해 왔다고 주장
- 이후 다른 음원 콘텐츠 제작사의 대거 포털 이탈 사태가 벌어질 수도 있으며, 포털-제작사 간 저작권료 협상이 다시 시작될 것으로 예상

2-2. 미국 내 한국 노래연습장, 저작권료 지급 소송 패소

- 미국 저작권업체, 한국 노래연습장에 대해 저작권료 지급소송 승소 (美38천달러)
 - 뉴욕 지방법원, 뉴욕 맨하튼 32번가(한인거리)의 한 노래연습장 업주에게 미국 저작권회사(BMI)에 팝송 11곡에 대한 저작권료와 변호사 비용 등 3만 8천달러 지급 판결
 - 노래연습장에서 고객이 팝송을 부르도록 노래의 반주를 제공하는 것은 공연(Performance) 행위에 해당하므로 저작권료 지급
 - 위 노래연습장은 법원의 판결에 따른 배상금 지급 외에 별도로 저작권회사와 연 1천달러의 저작권 사용 계약 체결
- 위 판결로 이후 미국 내 한인 노래연습장에 대해 저작권 업체의 저작권료 소송이 이어질 것으로 예상, 저작권 사용 계약도 이어질 것
 - 저작권 업체들은 위의 노래연습장 외에도 뉴욕, 뉴저지 인근 한국 노래연습장 1백여개와

- 기타 지역의 한국 노래연습장에 대하여 같은 저작권료를 지급 요구
- 국내에 있는 음악 저작권자들 역시 저작권료 소송 제기 가능
- 국내 노래연습장 저작권료는 이미 '공연'으로 판결되어(대법원 2001.9.28 판결) 음악저작권협회에 매달 노래의 저작권 사용료를 지불하고 있음
 - 노래연습장산업은 음악시장 중 매출 비중이 가장 큼
(2006년 국내 음악시장규모 1조8618억원 중 노래연습장 1조2321억원, 디지털 음악산업 3562억원, 음악공연산업 1887억원, 음반산업 848억원)
 - 현재 저작권료 징수, 분배방식에 이해관계가 충돌하면서 복수의 저작권관리협회 설립을 목적으로 하는 저작권관리사업법안의 입법 추진 중

2-3. 원더걸스와 동방신기, 미-일 큰 무대에서 인정 받아

- 원더걸스, 미국 시장 성공적 데뷔
 - 6월 27일 오후 7시, 오리건주 포틀랜드의 로즈가든에서 조나스 브라더스의 콘서트 오프닝 무대에서 첫 공연
 - 시애틀 타임즈는 '아시아의 센세이션'이란 타이틀 아래 원더걸스의 미국 활동 시작과 향후 계획을 1면에서 보도 (6/26일)
 - 조나스 브라더스는 원래 13회로 예정되어 있던 원더걸스의 공연을 이후 45회 투어 공연 잔여 전회에도 출연 요청
 - 원더걸스는 6/27일 미국 내에서 '노바디'의 영어 버전 디지털 싱글을 발매하였으며, 기존 히트곡과 신곡을 포함한 미국 데뷔 앨범을 준비 중
- 동방신기, 국내 그룹 최초 도쿄돔 단독 콘서트 개최 (7/4~5일, 일본 도쿄)
 - 7/4~5일 도쿄돔에서 '동방신기 4th TOUR 2009 - The Secret code' 마지막 공연
 - 도쿄돔은 일본 내에서도 SMAP, 글레이, 하마사키 아유미 등 최정상급 인기가수들만이 단독 공연을 가진 무대로, 관객 약 5만명 수용 가능
 - 이전에는 류시원, 이병헌, 비 등이 도쿄돔에서 팬미팅과 공연을 가진 바 있음
 - 동방신기는 5/4일부터 고베, 사이타마, 후쿠오카 등 일본 9개 도시에서 진행된 이번 전국 투어로 관객 25만명을 동원하며 티켓 파워 과시

2-4. 팝의 황제 마이클 잭슨 사망 (6/25일)

- 7/13일부터 2010.3월까지 영국런던에서 컴백 콘서트를 가질 예정이었던 마이클 잭슨, 6/25일 급작스러운 심박정지로 돌연 사망
 - 언론에서 잭슨의 사망관련 기사가 쏟아져 나오는 가운데 잭슨을 조명하는 특집 프로그램 제작 물결
 - 미국 유력 주간지 '타임'紙는 그를 추모하기 위한 특별판을 제작
 - 국내에서도 일부 라디오 프로그램이 특집 방송을 제작하고, 주간 방송 차트 1~10위 중 9

곡을 마이클 잭슨의 곡이 차지하면서 총 161회 방송(평균 1위 곡 주간 방송 횟수는 70~80회임)

- 미국 전지역 1,600개 라디오 방송국을 대상으로 조사한 닐슨 BDS에 따르면 마이클 잭슨의 사망 이후인 6월 22일부터 28일까지의 1주간 미국의 라디오방송 횟수의 경우 마이클 잭슨의 143곡이 총 67,383번 방송 되었으며 지난주 3,671번 플레이 된 것에 비해 1,735% 증가한 것으로 나타남
- 사망 직전까지 한주에 500회 이상 되었던 곡은 'Rock with you' 한곡이었으나 , 사망 후 1주간은 1,000회 이상 방송된 곡은 22곡이며 최대 히트곡인 'Billie Jean'의 경우 4,500회 방송됨

○ 디지털 음원 공급 사이트도 잭슨의 인기곡에 대한 다운로드 급증

- 인터넷 서점 아마존의 음악 판매 순위 상위권은 모두 잭슨의 앨범이며, 미국 유명 음원 구매 프로그램 '아이튠즈' 의 음악관련 차트 상위권은 모두 마이클 잭슨이 차지
- 국내 온라인 음반판매사이트인 ' 예스 24'에 따르면 6/26일 당일에만 잭슨의 베스트 앨범인 'Michael Jackson- King of Pop'의 경우 판매량 133배 증가로 음반 주간 베스트 차트 2위에 오름

○ 마이클 잭슨은 1979년 발표한 솔로앨범 Off The Wall의 성공 이후 팝의 황제로 군림

- 1963년 형제들과 함께 '잭슨 파이브'를 결성하여, 가요계에 데뷔 (Ben, I'll be there)
- 1982년 발매한 '스릴러' (Thriller)는 앨범에 수록된 9곡 중 7곡이 빌보드 차트 톱 10에 올랐으며 마이클 잭슨은 이 음반으로 그래미 어워드 8개 부문을 수상
- '빌리 진'을 통해 선보인 문 워크 등 듣는 음악을 보는 음악으로 변화시킨 댄스 역사에 한 획을 그음
- 이후 아동 성추행, 성형 중독 등 루머에 끊임없이 시달려왔음

○ 영국 런던의 O2 아레나 극장에서 열릴 예정이던 잭슨의 컴백 콘서트는 팝스타 저스틴 팀레이크가 주도하는 추모공연으로 대체될 예정

- 6/28일 타임紙 인터넷판 보도에 따르면 미공개 곡이 수록된 유작 앨범 출시 예정
- AP, AFP, CNN 등 외신에 따르면 재산 및 양육권을 둘러싸고 법적 분쟁 가능성 제기

2-5. 청소년보호위원회, 국내 가수 27곡 포함 70곡 유해매체 판정

○ 보건복지가족부 산하 청소년보호위원회, 국내가수 음반 수록 27곡 및 국외 음반 수록 43곡을 유해매체로 결정

- 7/3일부터 효력이 발생, 유해매체선정음반은 포장 등에 청소년유해매체임을 표시해야 하며 유통 시 청소년에게 해당 곡이 수록된 음반을 판매할 수 없으며 구분, 격리하여 전시

○ 유해매체물 판정근거는 비속어 및 선정적·폭력적 표현사용

- 힙합 컴필레이션 앨범 '랩소디(Rhapsody)' 앨범 수록곡 중 절반이 유해매체로 분류

('Respect', 'Right Now', 'That Shit', '욕', 'Hot Spot', 'Feel So Damn', 'Rise The Lord', 'SC vs SC')

- 이외에도 버벌진트의 'Modern Rhymes'에 수록된 'Overclass', 'Drama', 스테디 비의 'Ding Ding Ding', 림샷의 '도망자', 타투네이션의 '공복', 골든티켓의 '푹', 라임트리오의 '소울 파이어', 타카피의 '파이팅' 등

2-6. KT 및 LG텔레콤, LG전자 휴대전화 '아레나'에 Non DRM 적용

- KT 및 LG텔레콤, LG전자 휴대전화 '아레나'에 대해 DRM 해제
 - KT와 LG텔레콤 아레나 사용자는 자신이 갖고 있는 MP3 음원을 제한 없이 이용가능 (이전에는 DRM 파일을 구매하거나, 별도의 프로그램으로 DRM을 부여한 후에 휴대폰에서 음원 사용 가능)
 - 스마트폰이 아닌 일반 휴대전화에서 DRM을 해제한 것뿐 아니라 2개 업체의 동일한 모델에 대한 DRM 해제는 업계 최초
 - 2008.3월 문화체육관광부가 승인한 음원저작권 신탁관리 3단체의 '음악저작물 사용료 징수규정 개선안'에 따른 것 (DRM 없는 음원의 서비스 규정 등 포함)
 - 현재 MP3 음원의 DRM 해제는 세계적인 추세로, 이번 일로 이후 업계 전반의 DRM 관련 정책과 경쟁사의 의사결정에 영향을 줄 것으로 예상
- ※ DRM(디지털저작권보호장치) : 불법복제를 막기 위해 MP3파일에 삽입된 코드. 업체별로 호환이 불가능하여 정해진 기기와 서비스를 통해서만 이용 가능

3 기술 동향

3-1. 'music+α'(뮤직플러스알파), 경향닷컴 2009년 상반기 유망 브랜드대상 음악마케팅 분야 수상

- 'music+α'는 매장 내 맞춤형 음악 방송 서비스
 - 2006년 일본에서 개발된※ 매장음악서비스기술을 2008.12월 도입
 - 뮤직플러스알파를 도입한 P&I(프라이드앤인텔리전스)는 안정적인 매장음악서비스의 필요성과 저작권에 대한 인식 강화의 시점에 발맞추어 매장음악서비스기술을 도입하여 만든 국내 독자 법인
 - 한국의 저작권 관련 3개 단체와 계약을 체결하고 합법적인 음원 제공
 - 회원사의 업종, 매장위치, 고객층, 시간, 계절별 등 해당 매장만의 상황을 철저히 분석해, 선별된 최신가요, 팝, 록, JAZZ, 클래식, 국악 등 다양한 장르의 음악 채널을 제공
 - 매장에서 지정한 제품의 소개 및 각종 프로모션, 이벤트 등의 안내방송 및 시보, 개점시간안내, 휴일 안내, 세일기간 안내 등을 지정한 시간에 지정한 횟수만큼 방송 가능

- 스태프의 합의음을 정해 교대 업무, 점심시간 등의 특정 상황 시에 신호음으로 이용하는 등 활용하여 관리 효율 상승
- 단순한 음악제공을 뛰어 넘어 다이렉트 광고 미디어로서 매장음악을 활용
 - P&I에서 수주한 제품 광고를 회원사의 매장 내 음악방송 사이에 삽입해 방송함으로써, 매장음악을 광고매체로 활용해 매체 이용료라는 부가수익 확보
 - 각 매장에서 광고 제품 선택, 직접 광고 수주가 가능
- ※ 일본에서는 현재 약 16,000여개의 매장을 보유한 편의점 등 유통기업과 패밀리레스토랑, 카페 등 서비스업을 중심으로 이용, 특히 NEC Nexsolutions(엔이씨 넥스솔루션즈)의 사운드인포에이션 시스템으로 선정되어, 일본 대기기업의 사운드 네트워크 시스템으로 사용

3-2. 미 음악 SNS사이트 iLike, 뮤지션을 위한 통합인터페이스 Artist Dashboard 개발

- 미 음악 SNS iLike는 뮤지션들이 자신의 콘텐츠를 iTunes 앱스토어를 통해 판매할 수 있는 애플 아이폰 전용 애플리케이션 개발 서비스 선보임
 - iLike는 아이폰 애플리케이션을 통해 아티스트 페이지를 제공하게 되어 아티스트 개별 APP로 활용할 수 있게 함
 - iLike는 iPhone 전용 애플리케이션 도입으로 뮤지션들이 콘서트 정보를 비롯한 블로그서비스, 동영상 시청서비스 등의 다양한 애플리케이션을 직접 만들어 iTunes App Store를 통해 이용할 수 있게 함
 - 이 외에도 아티스트는 전 세계 지역별로 팬들의 분포도 및 아티스트가 올린 음악, 비디오 등에 관한 방문자 수, 활동지수 등을 나타내는 통계 자료 등도 제공함
- Twitter, YouTube, Facebook, MySpace, Ticketmaster와 연계
 - iLike는 Twitter, YouTube와 같은 타 사이트와의 연계로 다양한 사이트에서 뮤지션들이 자신의 음악, 영상, 콘서트 정보를 손쉽게 알릴 수 있게 했음
 - 즉, iLike사이트에 단문 글을 올리면 Twitter에, 동영상을 업로딩 하면 YouTube에, 아티스트 페이지에 업데이트 되는 내용이 Facebook의 아티스트 공식 페이지로 업데이트 되고, 공연일정이나 공연장 관련 정보 등을 올리면 MySpace, 아티스트 페이지를 업데이트하면 Ticketmaster 등에 자동으로 업데이트가 됨
 - 아티스트 자신의 음악, 콘서트 정보, 비디오 등을 통합하여 관리 가능하게 함
- iLike의 서비스는 대표적인 소셜 네트워크 사이트와의 연동으로 아티스트에게는 통합적인 음악마케팅 플랫폼을 제공하게 되어 한 사이트로 여러 가지 플랫폼을 동시에 관리하는 효과를 거두게 되며 동시에 iLike의 애플리케이션을 활용하여 아티스트 자체의 App로 활용하게 됨에 따라 아티스트의 개별 App 개발 비용 등을 줄일 수 있어 효과적일 것으로 기대됨.
- ※ iLike: 450만명의 이용자와 30만명의 아티스트가 등록된 미국의 대표적인 음악 SNS사이트

3-3. 마이크로소프트사, 인터넷 익스플로어 8 출시 시 음악활용 프로모션 실시

- 마이크로소프트사는 익스플로어 8 출시와 관련 Live Nation※과 스폰서십 계약 체결
 - 마이크로소프트사는 캐나다 락밴드인 니켈백(Nickelback) 투어와 라이브네이션이 주최하는 밤부즐 뮤직 페스티벌(Bamboozle Music Festival) 관련 공식 스폰서 계약
 - 음악팬을 위해서 새로운 인터넷 익스플로어 8를 통해 특화 콘텐츠에 접근 할 수 있게 하는 맞춤형 콘텐츠 제공 예정
- 니켈백 투어 및 페스티벌 관련 윈도우 익스플로어 8 스페셜 버전 공급
 - 니켈백 관련 익스플로어 사이트에서는 미공개 싱글 "Something In Your Mouth"를 받을 수 있으며 여름 투어시에 공연관련 뒷이야기 등을 제공받게 됨
 - 페스티벌 관련 브라우저 다운로드 사이트에서는 페스티벌에서 연주하는 50명의 아티스트 관련 업데이트 인터뷰를 제공받게 됨
- 마이크로소프트사에서는 많은 이용자들이 온라인으로 음악 등을 포함한 엔터테인먼트 콘텐츠를 소비하고 싶어하고 이를 보다 쉽게 접근하길 원하는 것에 주목하여 새로운 시도를 하게 되었다고 함. 아티스트 입장에서는 팬에게 더욱 가깝게 다가가는 기회이자 음악을 유통하는 새로운 방법으로 여겨지고 있다고 보여짐.
- 인터넷 익스플로어 8은 기존 버전에 비해 보완과 속도가 향상되었고 플래시 등의 오브젝트를 툴바의 '연결' 바에 추가해서 사용하는 기능인 '웹조각 기능' 등이 추가되었음

※Bamboozle Music Festival(밤부즐 뮤직 페스티벌) : 2003년에 시작한 미국 동부 지역의 가장 큰 음악 축제 중 하나로 The Bamboozle, Bamboozle Roadshow Wonka, Bamboozle Left 등 투어페스티벌과 다양한 부대 페스티벌 등으로 이루어짐.

※Live Nation(라이브네이션) : 세계최대의 콘서트 프로모션 회사로 마돈나, U2에 이어 Jay-Z 등의 A list 아티스트와 독점 계약을 한 것으로도 유명하며 최근에는 티켓 예매업체인 티켓마스터(Ticketmaster)와 합병하여 미국 음악산업계의 영향력을 높였음.

4 정책 동향

4-1. '인터넷 저작권 지킴이, 클린 사이트' 5개 시범 지정 (7/1일)

- 문화체육관광부와 한국저작권단체연합회 저작권보호센터, 클린사이트 5개 시범 지정
 - 엠넷미디어, 휴피스소프트, 엠더블유스토리, 씨네로닷컴, 메가스터디 등 5개 사이트
- 합법적으로 저작물을 유통·관리하는 온라인 서비스 사업자(OSP)들에 부여하는 인증제도
 - 저작권 산업 활성화에 기여하는 OSP 독려 및 불법 서비스 P2P 및 웹하드의 합법화 목적
 - 선정되면, 향후 6개월간 저작권 위반 단속 대상에서 제외, 과태료 부과 시 감면 혜택, 모니터링 인력의 교육 및 업무 지원 등 혜택

- 신청을 희망하는 업체는 홈페이지(www.cleansite.org)와 e메일(clean@cpcmail.or.kr)로 클린사이트 인증 신청접수 가능 (~7/15일)
- 7/23일 개정 저작권법 발효부터 클린 사이트 정식 인증 예정



[캐릭터 '클린엔젤']

4-2. 문화부, 7월의 루키뮤직 어워드 선정

- 7월의 신인음반 부문 : 술제이의 첫번째 디지털 싱글 '미친 사랑의 추억'
- 7월의 인디뮤지션 부문 : 남성 4인조 어쿠스틱 밴드 '나비맛'
- 신인음반으로 선정되면 SBS-TV '인기가요 파워루키' 2회 출연 및 SBSi를 통한 홍보 기회가 주어지며 인디뮤지션 선정 시 EBS '스페이스 공감'과 락페스티벌인 '2009 인천 펜타포트 락페스티벌(7.24~26) 출연 및 네이버 '오늘의 뮤직' 노출

4-3. 방통위, '디지털 시대 표현의 자유' 국제 컨퍼런스 개최 (7/3일, 서울 프레스센터)

- 주관 : 방송통신위원회, 주한 영국대사관, 문화체육관광부
- 주제 : '디지털시대 표현의 자유'
- 목적 : 인터넷공간 표현의 자유와 책임, 저작물 이용활성화와 보호의 조화 모색
- 내용 : 총 3개 세션으로 나누어 진행
 - ① 디지털시대, 인터넷상의 콘텐츠 이용과 저작권
 - ② 인터넷상 이용자 및 타인의 권리보호 : '인터넷상의 명예훼손 및 모욕', '인터넷과 익명성 권리', '인터넷상에서의 청소년 보호'에 대해 주제 발표, 토론
 - ③ 법과 제도 : '국제기준과 해외사례', '자율규제와 정부규제', '인터넷서비스제공자의 책무'에 대해 주제 발표, 토론

5 해외 동향

5-1. 영국 디지털 산업 보고서 Digital Britain 2009 : 불법음원 규제 정책

- 디지털 브리튼은 영국 정부가 신성장 산업계획의 정책 공약으로 2009.4월 발표
 - 제도정비를 통한 민간 참여 유도 뿐만 아니라 정부의 적극적 개입 제안
 - 특히, 디지털 불법 복제에 대한 법적 규제 프레임 워크 마련과 콘텐츠 산업 전반에 대한 세제혜택 등을 추진
- 영국의 콘텐츠 창작산업은 디지털 환경에 맞도록 구조와 시스템 변화 중
 - 영국은 그동안 영화, 음악, TV, 방송 등에서 창작 콘텐츠를 제작, 판매, 사업화 강점
 - 디지털 미디어는 아날로그와 달리 참여, 상호작용, 무제한 복제 등의 특성을 가지고 있어 기존 비즈니스 모델과 차이
 - 최근 소비자의 불법 P2P 파일공유를 통한 콘텐츠 불법 취득이 증가하면서 창작물 보호와 보상체계 미비로 인한 손실 발생
- 이런 문제를 해결하기 위해 영국은 2005.9월 음반산업연합(BPI)에 의해 P2P 시스템을 무력화 소프트웨어 '디지털 파일 체크(DFC, the Digital File Check)' 배포한 바 있으나 큰 실효를 거두지 못함
 - DFC프로그램은 자동적으로 하드 드라이브를 검색하여 Kazaa나 eDonkey 등과 같은 P2P 어플리케이션 프로그램의 작동을 제한하며 저작권자의 허가 없이 배포된 음악이나 동영상, 이미지 파일 등을 검색하여 자동으로 삭제
- 디지털 브리튼 2009에서는 저작권 및 규제 프레임 마련 및 저작권자와 ISP 사업자들의 누적대응 방안 마련
 - 온라인 다운로드/스트리밍 시장 형성을 위한 시장참여자간 관계 재검토 및 저작권 규정 확립 필요
 - 시장 참여자 주도의 불법 행위 근절 방안 장려
- ISP사업자에게 불법행위로 추정되는 계정의 기초 정보 및 지속적 불법행위 반복 계정의 상세한 개인 정보를 요청할 권한 부여
 - 불법 다운로드를 하는 사람은 서면 경고를 받게 되고 이를 반복할 경우 신원 공개와 함께 민사 소송 직면
 - 특정 사이트/IP/URL 블로킹, 프로토콜 블로킹, 콘텐츠 필터링 등을 요청할 권한 부여
 - 모든 ISP들은 1년 내에 불법 다운로드를 70% 감소시켜야 하며 준수 불이행 시 웹사이트 및 프로토콜 블록

5-2. 파일공유 사이트 파이어리트베이 매각 : 음악 산업의 새로운 비즈니스 모델 탄생하나?

- 스웨덴 소프트웨어업체인 글로벌게이밍팩토리(GGF), 파일공유사이트 '파이어리트베이(Pirate Bay)'를 775만달러에 인수 합의

- GGF는 파이어리트베이를 통해 저작권이 보호되면서도 무료로 음악·영화 등 파일을 공유할 수 있는 새로운 형태의 합법적인 서비스를 제공계획
 - 이를 위해 서비스 가입자의 PC간 네트워크를 이용해 대형 디지털 파일을 손쉽게 이동할 새로운 초고속 파일공유 시스템 적용 계획
 - 이 시스템을 파일 전송과 공유에 따른 네트워크 부하로 어려움을 겪는 인터넷서비스사업자(ISP)에 유료로 제공해 수익 창출
 - 이렇게 창출된 수익을 합법적인 저작권 확보 및 자신의 PC를 파일 공유 네트워크에 사용되도록 제공하는 가입자 유치에 사용
- 파이어리트베이는 불법파일의 공유/유통으로 유명했던 사이트였던만큼 무료 파일공유 서비스를 벗어나 합법적인 서비스, 유료 고객 유치를 할 수 있을 것인지에 관심

5-3. TDC PLAY※, MEF※에서 최고의 음악 서비스 수상 (6/24일)

- MEF(Mobile Entertainment Forum)은 노키아와 함께 모바일 어워드 개최 (3회, 런던)
 - TDC PLAY 이외에 모바일 부문에서 영국 BBC 방송이 BBC 아이 플레이어로 TV 및 비디오 서비스 수상

※ TDC PLAY : 덴마크 통신사업자 TDC가 운영하는 음악 서비스로, 영국, 스페인, 덴마크 등지에서 TDC통신 가입자(모바일과 브로드밴드)에게 무제한 음악 서비스 제공

※ MEF(Mobile Entertainment Forum) : 2000년에 설립된 전세계 크고 작은 모바일 엔터테인먼트업계를 위한 연합으로 음악, 영화, TV 및 영상 회사 등 소비자들에게 다양한 콘텐츠를 제공하는 기업들이 포함, 포럼에서는 산업계 이슈를 공유하고, 산업계 분석 결과를 제공함과 동시에 교육적 행사 및 네트워크 형성

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 6월 4주차 음원 판매 현황**

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

1-2. 韓, 美 청소년 디지털음악 이용실태 분석

Bilboardbiz, 09/06/25, What Teens Want: How Teens Use Media

이동훈, 김영수(2008.4) '뉴미디어 창의계층 육성을 위한 뉴미디어 이용실태조사', 한국방송 영상산업진흥원

comsee news, 08/05/13, KBI, '뉴미디어 창의계층 육성을 위한 뉴미디어 이용실태조사' 보고서 발간

닐슨 미디어 리서치 <http://www.adchannel.co.kr/>

1-3. 美, 트위터 사용자 분석 : 트위터 사용자는 적극적인 음악구매 및 음악활동 소비자

Billboard Business News 09/06/23 Analysis: Conclusions To Draw From Twitter Report

Marketing Box, 09/07/01, Twitter Hits Right Notes for Music Industry

2-1. 네이버, 음원 저작권 문제로 일부 음원 계약 중단

부산일보, 09/07/02, 네이버서 '멜론' '도시락' '벅스'의 음악 못 듣는다

연합뉴스, 09/06/29, 네이버서 멜론·도시락·벅스 못듣는다

아이뉴스, 09/06/29, 음원 3사, 저작권 갈등 네이버에 공급 중단

2-2. 미국 내 한국 노래연습장, 저작권료 지급 소송 패소

라디오코리아, 09/06/28, 미국 내 한국식 노래연습장 저작권 비상

내일신문, 09/06/30, 국내 노래연습장도 저작권 전쟁 중

연합뉴스, 09/06/28, 미국 내 한국식 노래연습장 저작권 비상

mbn, 09/06/29, 미국 내 한국식 노래연습장 저작권 비상

SBS, 09/06/28, 한국 노래연습장 미국서 인기몰이 '저작권 돈 내라!'

2-3. 원더걸스와 동방신기, 미-일 큰 무대에서 인정 받아

연합뉴스, 09/06/29, 원더걸스, 조나스 공연서 美 데뷔무대

뉴시스, 09/06/29, 원더걸스, 조나스 공연서 美 데뷔 무대

아시아경제, 09/06/28, 원더걸스, 美시애틀타임스 1면 "아시아의 센세이션"

동아일보, 09/07/01, 원더걸스, 조나스 브라더스 전미투어 초청무대 45회로 확대

아시아경제, 09/07/01, 원더걸스, 조나스 전미투어 45회 모두 오프닝 '꽤거'

뉴시스, 09/07/02, 동방신기, 도쿄돔서 일본 투어 피날레

일간스포츠, 09/07/02, 동방신기, 국내 그룹 최초 도쿄돔 단독 공연

이데일리, 09/07/02, 동방신기, '꿈의 무대' 도쿄돔 공연의 의미

2-4. 팝의 황제 마이클 잭슨 사망

헤럴드경제, 09/06/30, 국내 라디오 팝차트 잭슨 물결

연합뉴스, 09/06/29, <마이클 잭슨이 떠난 날 '팝은 죽었다'>(종합)

스타뉴스, 09/06/28, 마이클 잭슨 유산-양육권 놓고 법적 분쟁 '우려'

헤럴드경제, 09/06/29, 마이클잭슨 유작앨범으로 5억달러 빛 던다

디씨뉴스, 09/06/29, 음원·앨범 1위, 타임 특별판...마이클 잭슨 추모 열기 여전

서울경제, 09/06/29, 마이클 잭슨, 전 세계에서 음반 판매량 급증

2-5. 청소년보호위원회, 국내 가수 27곡 포함 70곡 유해매체 판정

마이데일리, 09/06/28, 청보위, 힙합앨범에 무더기 유해매체 결정

스타뉴스, 09/06/28, 청보위, '비속어사용' 72곡에 무더기 유해매체 판정

2-6. KTF 및 LG텔레콤, LG전자 휴대전화 '아레나'에 Non DRM 적용

연합뉴스, 09/06/29, MP3 '빚장' 해제, 국내도 대세되나

3-1. 'music+α'(뮤직플러스알파), 경향닷컴 2009년 상반기 유망 브랜드대상 음악마케팅 분야 수상

헤럴드경제, 09/06/30, [2009 고객만족 미래기업&CEO]차별화된 신개념 매장음악 서비스

경향신문, 09/06/24, [유망브랜드 대상]즐거운 음악으로 매장의 활기를! '뮤직플러스알파'

3-2. 미 음악 SNS사이트 iLike, 뮤지션을 위한 통합인터페이스 Artist Dashboard 개발

Venture Beat, 09/05/12, iLike now integrates with iPhone, social networks

iLike, www.ilike.com

3-3. 마이크로소프트사, 인터넷 익스플로어 8 출시시 음악활용 프로모션 실시

Billboard Biz, 09/06/30, Live Nation, Microsoft Enter Into Sponsorship Deal

4-1. '인터넷 저작권 지킴이, 클린 사이트' 5개 시범 지정

전자신문, 09/07/02, 합법 저작권 유통 클린사이트 첫 선정

케이모바일, 09/07/02, 인터넷 저작권 지킴이, 클린사이트 첫 시범 지정

연합뉴스, 09/07/01, 저작권 클린 사이트' 첫 지정

4-2. 문화부, 7월의 루키뮤직 어워드 선정

뉴시스, 09/07/01, 루키뮤직 어워드, '신인음반 부문 솔제이'

경향신문, 09/07/02, 문광부 7월의 신인 음반, 솔제이 '미친 사랑의 추억'

4-3. 방통위, '디지털 시대 표현의 자유' 국제 컨퍼런스 개최

뉴시스, 09/07/02, '디지털시대 표현의 자유' 국제컨퍼런스 3일

지디넷코리아, 09/07/02, 방통위, '디지털시대 표현의 자유' 컨퍼런스

5-1. 영국 디지털 산업 보고서 Digital Britain 2009 : 불법음원 규제 정책

이종화(2009), 디지털 브리튼(Digital Britain) 최종보고서 요약 및 시사점, 정보통신정책연구원

주재원(2009), 영국의 '디지털 브리튼(Digital Britain)' 정책 분석, 한국방송영상산업진흥원

Incisive media, 2005/09/22, Music biz offers anti-P2P technology

권성미(2009), 영국의 차세대 디지털 전략인 '디지털 브리튼(Digital Britain)'추진 동향, 정보통신정책연구원

김영식, 디지털 시대의 저작권 - 컴퓨터 프로그램 보호법을 중심으로

5-2. 파일공유 사이트 파이어리트베이 매각

전자신문, 09/07/02, 파일공유 사이트 '파이어리트베이' 팔린다

5-3. TDC PLAY, MEF에서 최고의 음악 서비스 수상

Billboardbiz, 09/06/24, TDC Play Wins Mobile Award

Mobile Entertainment Forum <http://www.m-e-f.org/>

TDC MUSIK [HTTP://musik.tdconline.dk](http://musik.tdconline.dk)

TDC ONLINE <http://tdconline.dk/>

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

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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