

문화로 생동하는 대한민국

2009년 5월 넷째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 5월 넷째 주]

5월 넷째주 음악산업 동향

- 아이돌그룹 빅뱅, 일본 유니버설 뮤직과 계약하고 메이저 시장 진출 선언
- iTunes와 Zune을 긴장시킨 재기를 노리는 냅스터의 파격적인 가격정책
- 아티스트와 팬을 더욱 가깝게 - 디지털 음악 판매의 새로운 대안으로 떠오른 프리미엄 아티스트 콘텐츠 판매상품 'iTunes Pass' 부상

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

- 1-1. 2009년 5월 2주차 음원 판매 현황
- 1-2. '따로 또 같이'? No! '같이 또 같이'가 대세

2. 산업 동향

- 2-1. 코리아뮤직파워(Korea Music Power) 출범
- 2-2. 인기 아이돌그룹 빅뱅, 일본 메이저 음악 시장 공식 데뷔
- 2-3. SM 엔터테인먼트 2009년 1/4분기 실적 발표
- 2-4. 아티스트와 기업 마케팅의 만남
- 2-5. MBC 라디오 프로그램 배철수의 음악캠프 7000회 방송
- 2-6. 서태지와 아이들 3,4집 재발매 (5/22일)

3. 기술 동향

- 3-1. KTH 출시, 뮤직 어플리케이션 '뮤직오로라 프로', 앱스토어 인기
- 3-2. 냅스터(Napster), 50% 가격 인하된 월 5달러 요금제 실시
- 3-3. 호주 스윈번공과대학, 한 장에 영화 450편, 음악 40만곡을 담는 디스크 개발

4. 정책 동향

- 4-1. '아름다운 사이버세상 만들기' 행사 실시
- 4-2. 이달의 우수신인음반 및 이달의 우수 인디뮤지션 시상

5. 해외 동향

- 5-1. 디지털 음악 산업의 새로운 판매 모델로 'iTunes Pass' 부상
- 5-2. 영국, 디지털 음악 구매 인구 두 배 이상 증가하는 등 디지털 음악 시장 번영
- 5-3. 영국 밴드, 콜드플레이(Coldplay) 라이브 앨범 무료 다운로드
- 5-4. 미국, 최신음악기술관련 컨퍼런스 SanFran MusicTech Summit 열려

※ 관련 기사 및 자료 목록

1

소비자 동향

1-1. 2009년 5월 2주차 음원 판매 현황

구분	멜론(05.10~16)		도시락(5.11~17)		벅스(5.7~13)		엠넷(5.11~17)	
순위	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑1	Again & Again - 2PM	↑1	Fire - 2NE1	↓43	Fire - 2NE1	↑4	Fire - 2NE1
2	↑30	Fire - 2NE1	↑12	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↑74	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↑23	여성시대 - 씨야,다비치,티아라
3	↓2	Lollipop - 빅뱅&2NE1	↓2	Again & Again - 2PM	↑59	흔들려 - 채연	↓2	Again & Again - 2PM
4	-	My Man - 다비치	진입	너라고 - 슈퍼주니어	↓2	Again & Again - 2PM	진입	너라고 - 슈퍼주니어
5	-	눈물이 똑똑 - 케이윌	↓2	My Man - 다비치	↑87	손톱이 빠져서 - 이승철	↓3	My Man - 다비치
6	↓3	소리 소리- 슈퍼주니어	↓2	Lollipop - 빅뱅&2NE1	↓5	My Man - 다비치	↓2	소리 소리- 슈퍼주니어
7	↓1	토요일밤에 - 손담비	↓1	사랑해-SG Wannabe	진입	너만을 느끼며 - 더블루	↓1	사랑해-SG Wannabe
8	↑48	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓3	소리 소리- 슈퍼주니어	↓5	사랑해-SG Wannabe	↓5	Lollipop - 빅뱅&2NE1
9	↓1	Diva - 애프터스쿨	↓1	Diva - 애프터스쿨	↓5	토요일밤에 - 손담비	↓1	Diva - 애프터스쿨
10	↓3	심장이 없어 - 에이트	↓3	눈물이 똑똑 - 케이윌	진입	Hey Ya! - 전진	↓3	눈물이 똑똑 - 케이윌
11	-	사랑해-SG Wannabe	↑12	흔들려 - 채연	↓6	바래진 기억에 - 박지윤	↓2	내사랑 울보 - SG Wannabe
12	↓3	사고쳤어요 - 다비치	↓3	토요일밤에 - 손담비	↑78	영원한사랑- 씨야,다비치,티아라	↓2	토요일밤에 - 손담비
13	↓3	8282 - 다비치	↑13	영원한사랑- 씨야,다비치,티아라	진입	사랑밖에 난 몰라 - 나몰라 패밀리	↑24	손톱이 빠져서 - 이승철
14	↓2	터질 것 같아 - 지아	↓4	Simple Love - MC몽	↓7	Lollipop - 빅뱅&2NE1	↑30	흔들려 - 채연
15	↓2	친구의 고백 - 2AM	-	Boo - 아이유	↓7	소리 소리- 슈퍼주니어	↓4	심장이 없어 - 에이트
16	-	Simple Love - MC몽	↓5	심장이 없어 - 에이트	↓6	Diva - 애프터스쿨	↓4	Simple Love - MC몽
17	↓3	Insomnia (불면증) - 휘성	↓5	Mission No.4 -헵틱팝 OST	↓6	눈물이 똑똑 - 케이윌	↓3	터질 것 같아 - 지아
18	↑1	Boo - 아이유	진입	나 왜 헤어졌니 - 헤령	↓12	Simple Love - MC몽	↓5	Mission No.4 -헵틱팝 OST
19	진입	너라고 - 슈퍼주니어	-	바래진 기억에 - 박지윤	↓10	내사랑 울보 - SG Wannabe	↑74	너만을 느끼며 - 더블루
20	↓5	오랜만이야 - 임창정	↑14	그때 그 여자 - 일락 (一樂)	↓8	1, 2, 3 (원 투 쓰리) - 윤하	↓4	친구의 고백 - 2AM

(멜론, 도시락, 벅스, 엠넷의 '09.5월 2주차 스트리밍 기준)

- 17일 SBS인기가요에서 데뷔 무대를 가진 2NE1의 Fire가 각 차트 1, 2위 차지
 - SBS인기가요 출연 당시 6분여 할애된 방송분량 관련, 형평성 문제 논란
 - 때문에, 기대보다 무대가 미흡했다는 반응 등 활동에 대한 평가 엇갈림
 - 차주 차트 순위변동 여부에 따라 방송의 영향도와 2NE1에 대한 충성도를 파악해볼 수 있을 것으로 예상
- 엠넷미디어의 여성그룹 씨야-다비치-티아라가 함께 부른 '여성시대'가 3개 차트에서 2위를 차지하며 순위 급상승
 - 최근 멤버 교체 등 음악 외적 요인이 화제가 되며 주목
- 어쿠스틱 앨범 7집으로 돌아온 박지윤의 '바래진 기억에'가 2개 차트에서 20위권 진입
 - 현재 박지윤은 TV 출연 대신 라디오 라이브 방송에 주력하고 있음
 - '박지윤'이 가지는 파급력과 기존 이미지를 배반하는 앨범에 대한 관심이 반영된 결과

1-2 '따로 또 같이'? No! '같이 또 같이'가 대세

- 남성 듀오 더 블루가 14년 전 발표한 자신들의 곡을 리메이크한 '너만을 느끼며', 음원사이트 박스에서 7위로 등장
 - 타이틀곡은 '그대와 함께'이지만, 소녀시대 티파니와 수영이 참여한 '너만을 느끼며'가 인기
- 피처링 등 공동 작업은 대개 두 가지 경우로 구분 가능
 - 더 블루와 소녀시대의 공동 작업이나 전진의 앨범에 손담비가 참여한 것과 같이 참여 가수의 후광효과를 얻게 되는 경우로 최근 가장 효과적이었던 사례로는 빅뱅이 참여한 2NE1의 'Lollipop'이 있음
 - SG Wannabe의 '사랑해'에 유리상자의 박승화가 참여하거나, MC몽과 나비가 함께 작업한 것과 같이 가수 개인의 한계를 극복하고 풍부한 감성적 교류를 통한 시너지를 내기 위해 함께 작업하는 경우도 있음
 - '여성시대'를 부른 씨야-다비치-티아라의 프로젝트 그룹은 피처링 (목소리를 빌려주는 정도의 참여, 한 소절이나 한 주제를 소화) 이상으로 공동 작업을 한 경우임
- 이런 협력 작업은 상대가 의외이고 인지도가 높을수록 기사화, 홍보 효과가 크므로 특히 신인 데뷔 시 효과적임

2 산업 동향

2-1. 코리아 뮤직 파워(Korea Music Power)출범

- SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트, JYP엔터테인먼트, 미디어라인, 스타제국엔터테인먼트, 캔엔터테인먼트, 뮤직팩토리 등 음악기획사 7곳 '코리아 뮤직 파워' 프로젝트 출범 발표 (5/14, 세종문화회관)
- 주요 추진 과제
 - 1) 음반 제작 및 유통 활성화를 위한 저작권법 개정 및 콘텐츠 사업
 - 2) 공정한 차트를 기반으로 한 음악시상식 사업 지원
 - 3) 드림 콘서트를 비롯한 공익사업 (드림 콘서트는 10/10일로 연기)
 - 4) 미디어 정책에 대한 공동 대응 추진
- KMP의 핵심 사안은 저작권법 개정과 공정한 음악시상식 개최
 - 음악저작물의 저작권위탁관리업 관련 법제도 개선, 복수의 저작권위탁관리업체 허용, 포괄적 대리중개업 허용 등
 - 문화체육관광부가 지난 2/4일 발표한 음악산업 중기 계획 중 '코리아 뮤직 어워드' 개최에 대해 상의 공정성을 지킬 수 있다면 적극 참여 의지 표명
- 음악 산업 내 공감대 형성과 구체적 실행안 마련은 향후 지속 논의 필요
 - 현재 KMP에 참여한 기획사는 사실상 음악 산업을 지배하고 있는 대형 기획사 7곳
 - 이번 논의에 포함되지 못한 중소기획사의 의견까지 수렴한 방향 설정 필요
 - 이번 발표는 출범 선포와 주요 목표 발표에 초점
 - 다양한 이해당사자가 복잡하게 얽혀있는 음악 시장에서 변화를 이끌어내기 위해서는 명분 뿐 아니라 구체적인 실천 방안이 필요함
 - 08.12월 출범한 음원유통업자의 협회인 한국음악콘텐츠산업협회*와 협력안과 합의 쟁점을 찾아낼 수 있는가가 중요한 요인이 될 것으로 예상
 - 투명성과 공정성의 확보는 필수적인 조건

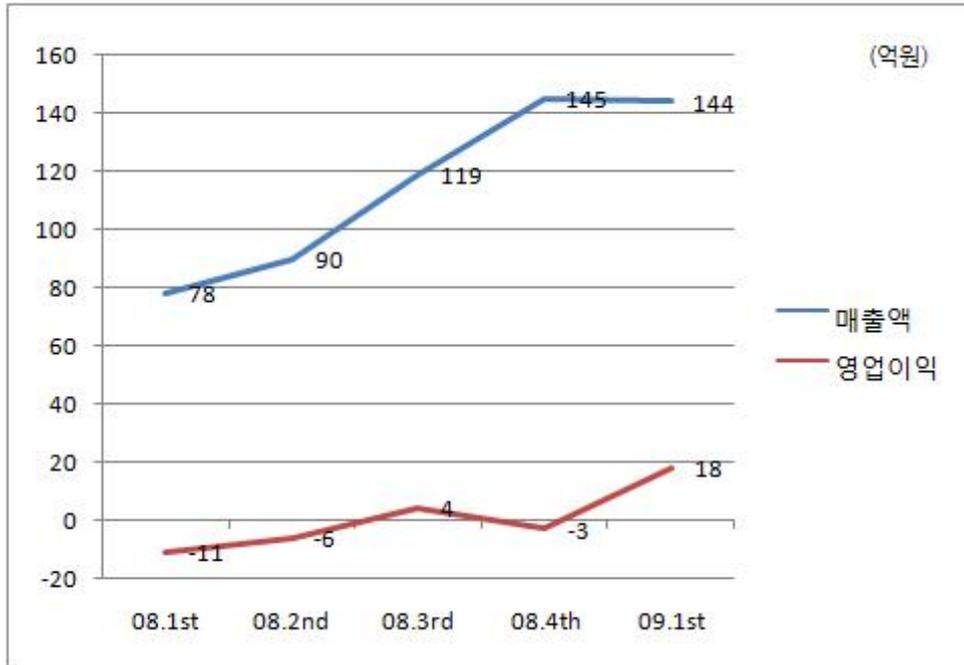
※ 한국음악콘텐츠산업협회 : 디지털음악발전협의회가 사단법인 변경하여 설립
 로엔엔터테인먼트, 소니비엠지뮤직, 아이스디지탈, 엠넷미디어, 예전미디어, 유니버설뮤직, 케이티에프뮤직, 포니캐년코리아, 다이렉트미디어, 에스비에스아이, 도레미미디어, 킹핀엔터테인먼트, JYP 등 국내 주요 음반사 및 디지털음원 유통사, 제작사 등 총 13개 참여

2-2. 인기 아이돌그룹 빅뱅, 일본 메이저 음악 시장 공식 데뷔

- 빅뱅, 도쿄에서 기자회견을 열고 일본 진출을 공식 선언 (5/13일)
 - 본 기자 회견에는 후지TV의 뉴스정보 프로그램 '메자마시TV'등 TV 12개사와 신문 잡지 등 80개사 등 약 250명의 취재진이 참석
- 이미 2008년 앨범을 발매하며 일본 시장에 진출한 바 있으며 이번 기자회견은 해외 아티스트로서가 아닌 메이저 시장 공식 데뷔를 선언한 것임
 - 2008년 1월 데뷔 싱글 하우스 (How Gee)발매, 10월 1집 앨범 발매
 - 3월 단독 콘서트(3회, 약 1만석)에 이어 10월 투어 라이브(3개 도시) 실시
 - 2008년 발매한 기존 한국 발표곡을 엮은 앨범 10/22일 오리콘 데일리 차트 3위 차지
 - 진출 초기에는 인디 레이블 '빌리지 어게인(Village Again)'을 통해 음반을 유통하였으나, 08년 8월 메이저 음반사인 유니버설 뮤직과 계약을 체결하며 메이저 진출의 발판 마련
- 이후 싱글 앨범 발매와 도쿄 부도칸에서 공연 개최 등 본격적인 활동 시작
 - 5/13일 발매된 일본의 유명 3인조 댄스그룹 윈즈의 새 싱글 레인 이즈 폴린'(Rain Is Fallin)에 빅뱅의 지드래곤이 랩 피처링 참여 및 뮤직비디오 출연
 - 윈즈의 싱글은 발매당일 데일리 싱글 차트 1위를 차지했음, 지드래곤이 피처링 자격으로 NHK의 음악프로그램 뮤직 재팬'(MUSIC JAPAN)에 함께 출연하는 등 빅뱅도 함께 주목받고 있음
 - 첫 싱글 '마이 헤븐'(My Heaven) 6/24일 공개 예정 (일본, 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르, 필리핀, 말레이시아 등 아시아 6개국에 동시 발매)
 - 7/8일 두 번째 싱글 발매 후 도쿄 요요기 국립공원의 야외음악당에서의 대규모 기념 이벤트가 예정되어 있으며 가을경 일본 도쿄 부도칸에서 단독 콘서트 예정
- 기 발매된 빅뱅의 앨범이 오리콘 데일리 차트 3위를 차지하는 등 빅뱅의 음악과 스타일이 일본 시장 공략 가능성이 높다는 것은 검증되었음
 - 일본은 메이저와 인디가 음반 활동, 공연 등 차별화된 전략을 구사하는 시장
 - 이전까지 빅뱅은 해외 아티스트로서 인디레이블을 통한 기존 곡을 영문으로 발매하고 3천석 규모의 공연장에서 공연
 - 메이저 시장에서 활동하기 위해서는 5천석~1만석 규모의 공연을 소화할 수 있어야하며, 일본어 곡을 발매, 활동하는 것이 유리함
 - 원활한 활동과 공연을 위해서는 TV 프로그램 활동 등 인지도 제고를 위한 전략 필요
 - 특히, 일본에서 공중파 방송에 입성할 수 있는 가장 쉬운 방법은 바로 오리콘 차트 상위권에 진입하여 가요 프로그램에 출연하는 것임
 - 따라서 6월 24일과 7월 8일 발매될 싱글의 오리콘 차트 순위 및 영향력에 따라 향후 빅뱅의 일본 진출 방향을 가늠해볼 수 있을 것으로 보임

2-3. SM 엔터테인먼트 2009년 1/4분기 실적 발표

- SM엔터테인먼트, 2009년 1분기 실적 전년비 매출 84% 성장, 영업이익 29억 개선
- 09/1분기 실적 : 매출 144억원, 영업이익 18억원, 당기순이익 28억원



[SM엔터테인먼트 분기별 실적 비교]

- 09년 1분기는 소녀시대, 슈퍼주니어 등이 새 앨범을 발매하고 활발한 활동을 펼침
- 슈퍼주니어·소녀시대 등이 연초에 앨범을 발매하여 음반과 디지털 음원, CF, 방송출연 수입 등 회사매출 증대에 기여
- 특히 가파른 매출 상승곡선을 그린 것은 지난 1월 미니앨범 '지(Gee)'를 발표하고 열풍을 일으킨 소녀시대의 활약 때문인 것으로 보임
- 전년 대비 원가율을 85%에서 72%까지 낮추고 판매비와 관리비 조절로 소폭 감소

2-4. 아티스트와 기업 마케팅의 만남, 행복한 동거가 될까?

- 3인조 일렉트로니카 그룹 하우스룰즈, 앨범 'tom n toms? coffee break' 발매 (5/11)
- 커피 브랜드 '탐 앤 탐스'의 커피 메뉴를 각 트랙 제목으로 설정, 각 메뉴의 맛을 표현하여 음악 수록
- 본 음반은 탐 앤 탐스에서만 판매될 예정 (음원은 온라인 서비스 제공)
- 이와 같은 사례가 향후 창작자와 자본의 이해가 만나는 새로운 전략에 되어 윈-윈할 수 있겠지만 또한 기업 전략에 창작이 귀속되는 마케팅 방법으로 소구되는 것에 그칠 위험도 있음

2-5. MBC 라디오 프로그램 배철수의 음악캠프 7000회 방송 (5/17일)

- 1990/3/19일 첫 방송을 시작하여 19년째를 맞은 팝 전문 라디오 프로그램
- 딥 퍼플, 메탈리카, 어셔, 브리트니 스피어스, 블랙 아이드 피스, 린킨 파크, 윌 스미스 등 세계 정상급 팝스타 200여 팀이 출연하는 등 팝스타 내한 시 반드시 출연하는 프로그램
- 방송 7천회를 맞아 기념음반 발매 예정 (수익 기부 예정)

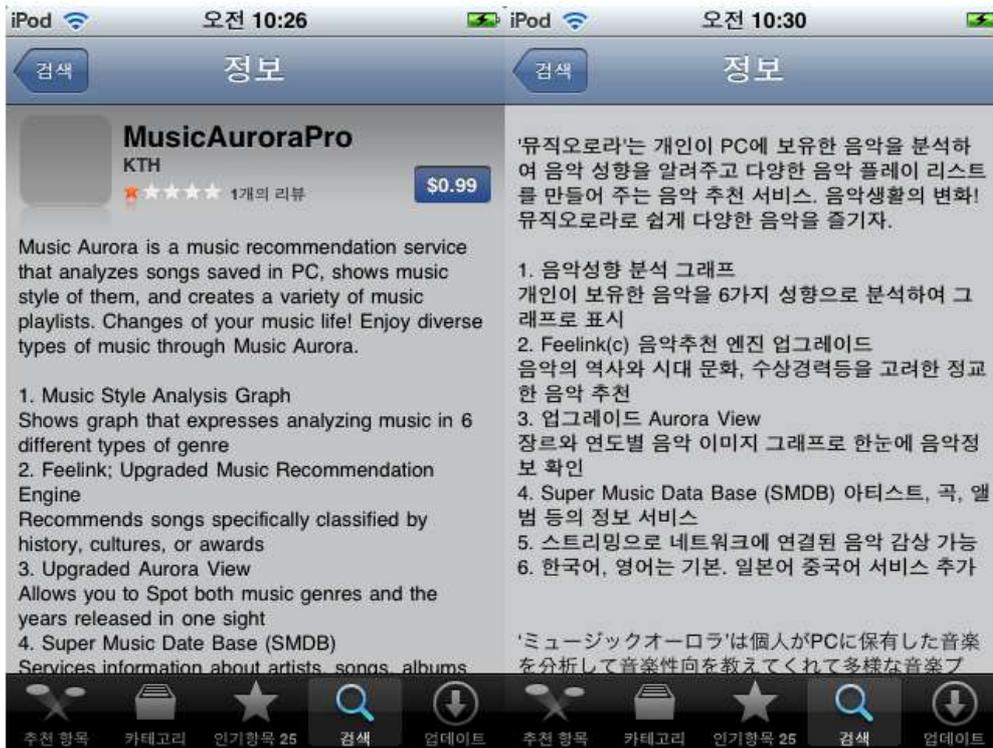
2-6. 서태지와 아이들 3, 4집 재발매 (5/22일)

- 서태지와 아이들 1집부터 서태지 7집까지 순차적인 재발매 중
- 4월 발매된 서태지와 아이들 1, 2집은 각 음반 판매 차트에서 1위 차지

3 기술 동향

3-1. KTH 출시, 뮤직 어플리케이션 '뮤직오로라 프로', 앱스토어에서 인기

- 애플 앱스토어(App Store)에 등록된 지 일주일 만에 1만 건이 넘는 다운로드를 기록
 - '뮤직오로라'는 개인이 PC에 보유하고 있는 음악 파일을 분석하여 음악성향을 알려주고 플레이리스트를 구성, 제안하는 프로그램으로 앱스토어에서 0.99달러에 판매
 - 뮤직 오로라의 대표 기능인 필링크(Feel link)를 이용하면 선택한 음악과 비슷한 느낌의 음악이 자동으로 리스트로 생성되고, 음악 청취 가능
 - 현재까지 국내의 애플용 어플리케이션 중 가장 많은 다운로드 수를 기록한 것은 작년 11월 29일에 앱스토어에 등록한 다음의 'TV팟'으로, 한 달 새 2만 3천건 다운로드
 - 일본 출시 1달 만에 일본음악 유료어플리케이션 순위에서 4위를 차지, 전체 어플리케이션 중에서도 100위권 기록
- '뮤직 오로라'는 설치 및 사용상의 불편함에도 불구하고, 다운로드 수 증가
 - 애플 '앱스토어' 정책에 따라 서비스 사용 시 PC용 서버프로그램을 설치, 리모트방식으로 연결해야 하는 등의 사용상 불편과 Wi-Fi 환경이 발달되지 않은 국가에서의 한계
 - 일본의 경우, 일본 음악 데이터베이스가 확보되어 있어 사용자가 설치/사용의 불편함에도 불구하고 효용을 느끼기 때문으로 보임



[그림] 뮤직오로라 프로 APP화면 예시

3.2 냅스터(Napster), 50% 가격 인하된 월 5달러 요금제 실시

- 냅스터(Napster)가 5월 18일(현지시간) 새로운 요금제 출시
 - 새로운 요금제를 통해 기존 요금보다 50% 인하된 가격인 월 5달러에 700만 곡 보유의 냅스터 라이브러리에서 무제한으로 스트리밍 음악을 들을 수 있고 월 5곡 DRM프리 MP3 파일 다운로드 가능
 - 기존의 냅스터 요금제는 월 13달러에 무제한 스트리밍을 제공하고 MP3 파일 다운로드에 추가요금을 지불해야 했음

- 베스트 바이 인수 이후 새로운 전략으로 부활 시도
 - 1990년대 후반 대표적인 음악 파일 P2P서비스 냅스터는 2001년 문을 닫음
 - 2003년 소프트웨어 업체인 록시오(Roxi)에 의해 처음으로 합법적 가입 기반 음악서비스로 재 출시
 - 2008년 5월 DRM프리 음악 스토어를 열고 아이튠스 스토어와 아마존의 MP3 스토어와 경쟁하고자 했으나 작년 가을 베스트 바이(Best Buy)에게 1억 2,100만 달러에 인수 됨
 - 미국 전역의 베스트바이 매장에서 새로 시작한 서비스 캠페인 진행 예정
 - 국내에서는 냅스터는 소리바다와 함께 2001년 경 저작권 분쟁으로 이슈가 되었으나 냅스터가 공유 서비스의 문을 닫은 뒤 국내에서 자취를 감추었음

- 냅스터는 기존 시스템은 보전하며 이미지 변화 모색

- 냅스터 최고 운영 책임자(COO, Chief Operating Officer) 크리스토퍼 앨런은 기존 냅스터의 비전이 불법적인 P2P 시스템도 부분적으로 포함되어 있으나 소비자들이 모든 노래에 접근할 수 있도록 하는 방향을 잃지 않을 것이라고 말함
- 냅스터란 이름이 가지고 있는 양면성을 오히려 기회로 삼고 냅스터 브랜드를 통한 이윤 창출을 위해 지속적 변화를 꾀할 것이라고 밝힘
- 외신들은 냅스터의 대대적인 가격 인하로 경쟁업체인 리얼네트워크의 '랩소디', 마이크로소프트의 '준 패스'도 가격 하락 압박을 받을 것으로 예측

3-3. 호주 스윈번공과대학, 한 장에 영화 450편, 음악 40만곡을 담은 디스크 개발

- 1.6테라바이트(TB) 용량의 '5차원(5D) 디스크' 기술 개발
 - 현 DVD(4.7Gb) 용량의 300배, 최근 GE가 개발한 500Gb 디스크의 3배 용량
- 디스크 제작 기술만 개발된 상태로, 디스크의 읽기/쓰기 속도를 높인 재생 기기 신규 개발 필요 → 상용화까지 시일이 더 소요될 것으로 보임 (삼성전자와 상용화 연구 중)
- 대용량 디스크의 개발로 음악 소비에도 변화가 생길 것으로 예상
 - 음원의 소장이 용이해지므로 앞으로 대량의 음원을 정리하고 쉽게 찾도록 도와주는 소프트웨어가 더 각광받을 것

4 정책 동향

4-1. '아름다운 사이버세상 만들기' 행사 실시 (5/18, 서울교육문화회관)

- 문화체육관광부, 법무부, 방송통신위원회, 교육과학기술부, 행정안전부 공동 주최
 - 정책협의체 발족, 공동 캠페인 추진, 인터넷 윤리 등 교육 협력, 정책 공조 및 민간 의견 적극 수렴 등 협의 사항을 포함한 '아름다운 사이버세상을 위한 공동선언문' 발표

4-2. 이달의 우수신인음반 및 이달의 우수 인디뮤지션 시상 (5/13, 문화부 청사)

- 이달의 우수신인음반 : AJ 1집 'FIRST EPISODE A NEW HERO'
- 이달의 우수인디뮤지션 : 남성5인조 밴드 Soul Steady Rockers
- 우수신인음반으로 선정되면 SBS 인기가요 파워루키 2회 출연 및 SBSi 포탈을 통한 홍보를, 우수 인디뮤지션으로 선정되면 EBS 스페이스 공감 헬로루키 출연 및 네이버 오늘의 뮤직을 통한 노출 실시
- 음반제작활성화 및 음악 콘텐츠의 다양성 확보, 음악 산업의 균형적 발전 위해 진흥원의 주관하에 매월 초 신인음반 접수, 음악적 완성도 및 대중성을 심사하여 선정
- 역대 수상자 중 현재 활발한 활동을 벌이고 있는 가수는 주로 대형 기획사 소속 아이돌 (카라, 2AM 등)
 - 대중에게 인지되려면 지속적인 노출이 필요함

날짜	아티스트명	장르	앨범/대표곡명
07.4월	IV COS(포코스)	발라드	[Recall to One,s mind]
07.5월	카라(KARA)	댄tm	[Blooming]
07.6월	이.퍼블릭[E.Public]	애시드모던락	[LOVEIS...LIFE]
07.7월	타키온(TACHYON)	댄스	[Feel your breeze]
07.8월	徽 [휘]	락 & 발라드	[사랑에미친남자]
07.9월	뷰티풀로맨스	모던락	[Tragic Love but a Beautiful Romance]
07.10월	김종욱(solo)	발라드	[가난한사랑]
07.11월	써니힐(Sunnyhill)	팝	[Love Letter]
07.12월	헤미	Balad / R&B	[비가]
08.1월	마르코(Marco)	힙합	[미치도록]
08.3월	선하	댄스	[Chantey Chantey]
08.4월	Peter(피터)	복합	[SHOW MAN(쇼맨)]
08.5월	deb(덱)	복합	[Parallel Moon]
08.6월	나비(Navi)	R&B	[ILUV]
08.7월	'H7美人ProjectTheb'의	발라드	[H7 美人 Sun&Love Project The b]
08.8월	TGUS(티지어스)	발라드	[GODOFHARMONY]
08.9월	2AM	발라드	[이 노래]
08.10월	시메트리(Symmetry)	복합	[Passion of Paradiso]
08.11월	아이유(IU)	Hybrid-Pop	[LostandFound]
08.12월	XING(씽)	발라드	[XING OPERA]
09.1월	ZY	모던락	[Memories]
09.2월	악통(ACHTUNG)	락	[ACHTUNG]
09.3월	메이다니	댄스	[7teen]
09.4월	JUMPER(점퍼)	댄스	[Yes!]
09.5월	AJ	댄스	[FIRST EPISODE A NEW HERO]

[표]이달의 우수신인 음반 수상자 리스트(2007.4 ~ 2009.5)

구분	아티스트 명 / 대표곡
08.5월	국카스텐 - 파우스트, 나비 - dragon, 비둘기 우유 - Murmur's room
08.6월	데미안 - 투명인간, 한음파 - 200만 광년으로부터의 5호 계획, 필름스타 - 잠자는 기숙사의 공주
08.7월	Go Go Star - Black Joe, Lune - 집으로, 김철연 - 결국 난 여기 있어
08.8월	드라이플라워 - 소녀의 피아노, 장기하와 얼굴들 - 싸구려 커피, 루나틱 - 바보
08.9월	아이러닉 휴 - 거울, Maze - Hate this Fake, 플라로이드 - 미련 part2
08.10월	Barfly - HEAD OF PERSON, 이영훈 - 비 내리던 날ㄹ, Mary Jane - Breakout
08.11월	스윗게릴라즈 - Be Free, 치즈스테레오 - OH Yeah!, 더스티블루 - Supersonic
09.4월	Soul Steady Rockers - Reggea Music, 악통 - Be the Man, Koffee - 않아
09.5월	텔레파시 - 넌 마치 UFO, 제8극장 - 사랑의 불구덩이, Victor View - Conviction of God

[표]이달의 우수 인디뮤지션 수상자 리스트(2008.5 ~ 2009.5)

5 해외 동향

5-1. 디지털 음악 산업의 새로운 판매 모델로 'iTunes Pass' 부상

- 영국 팝음악 그룹 Take That, 'The Circus Tour' 를 앞두고 'iTunes Pass' 런칭
 - 유니버설 뮤직은 iTunes와 계약을 맺고 Take That의 The Circus Tour와 관련된 특화 콘텐츠 상품 다운로드 패키지인 'iTunes Pass'를 5/21 시작
 - 6월 6일 첫 공연에서 7월 초 웹블리 스타디움 마지막 공연까지의 매 공연 백스테이지 영상이 제공되며 8월말까지 총 12개 패키지 상품을 개당 £4.99 비용으로 6주 동안 판매
 - 미공개 투어 영상 중심으로 된 본 유료콘텐츠에는 새 싱글 "Said It All"를 포함한 3개의 라이브 트랙과 밴드 인터뷰, 백스테이지 풍경 및 PDF형태의 기념자료집 등이 담김
 - 유니버설 뮤직의 David Joseph회장은 "이것은 '디지털 백스테이지 패스'에 해당하며 라이브 음악을 전달한다는 의미에서 선구적이다. 이 패스는 팬들에게 그들이 기존에 경험해 보지 못한 특별한 경험을 제공하여 친밀감을 형성하게 될 것" 이라고 말함.
- iTunes의 판매 다각화 일환으로 시작된 아티스트 관련 프리미엄 콘텐츠 상품
 - 'iTunes Pass'는 iTunes의 판매 다각화 정책 일환으로 2월 24일 첫 서비스 되었으며 한정판 CD 판매의 디지털 버전격에 해당하는 것으로 리믹스 버전 음악, 스페셜 영상, 스케줄 등의 콘텐츠를 포함한 프리미엄 상품임
 - 구매자에게 다른 이용자 보다 선구매하는 특권이나 특별 콘텐츠 구입 권한 부여
 - iTunes는 불법 음원에서 합법적 유료 음원으로 유도하는 긍정적 영향을 주었으나 전체 매출의 대다수가 앨범 다운로드가 아닌 싱글 다운로드가 차지하고 있어 음반업계의 수익 확대에 한계가 있었음
 - 대형 음반사들의 경우, 수익성 낮은 싱글 다운로드 매출만으로는 글로벌 사업망의 비용 부담을 상쇄하기 어려움에 따라 이를 해결하기 위해 앨범 금액을 차등하여 책정 하는 등 다각화 시도함
- 'iTunes Pass' 활용 판매 사례 확대
 - Take That의 'iTunes Pass'는 영국 내에서는 지난 4월에 처음 시도한 미국 락밴드 Fray 다음으로 두 번째 사례로 Fray는 2월에 열린 공연실황을 포함한 동영상, 사진 등을 제공하는 iTunes Pass를 17 달러에 판매한 바 있음
 - 미국에서는 EMI가 iTunes와 계약을 맺고 지난 2월 미국 활동을 재개한 영국의 전자음악 밴드인 Depeche Mode 앨범 홍보시 30곡 이상의 음악과 동영상이 포함된 Pass 상품을 19 달러에 출시한 바 있음
 - Take That 이 성공하게 되면 같은 레이블의 다른 가수들에게 확대될 가능성이 큼
- 아티스트와 팬과의 관계를 돈독하게 해주는 새로운 판매 모델
 - 팬과의 연결고리를 형성하고 친밀한 유대감을 형성하게 하여 다른 아티스트 콘텐츠 판매를

촉진할 것으로 예상

- iTunes 유럽의 디렉터, Oliver Schusser는 “디지털의 최대 장점은 기다리지 않아도 된다는 점이다. 기존에 가져보지 못한 전혀 다른 콘텐츠를 팬들에게 제공한다는 점에서 혁신적이며 팬과 보다 신속하고 보다 다양한 방법으로 접속력을 높이는 완전히 다른 방법이 될 것이다.” 라고 말함.

5-2. 영국, 디지털 음악 구매 인구 두 배 이상 증가하는 등 디지털 음악 시장 변영

○ 영국음반협회(BPI), 2009 BPI statistical handbook(통계자료) 발표(5/17)

- 영국음반협회(BPI)는 매년 음반시장 관련 통계자료를 발표하며 2008년 내용을 바탕으로 하는 2009 음악시장 통계 자료 발표
- 디지털 음악 구매 인구는 2008년 전체 총 인구 중 10%로 2007년 5.1%에 비해 두 배 성장한 수치
- 싱글 앨범 시장에서 디지털 싱글이 차지하는 비율은 95.3% 로 109.8만개 판매되었음
- 디지털 앨범 판매는 2007년 42% 올랐던 것에 비해 2008년 65% 증가하여 10만 건임
- Coldplay의 'Viva La Vida', Kings of Leon의 'Only By Night', Duffy의 'Rockferry' 디지털 앨범 영국 내 10만건 이상 판매
- 어려운 경제상황으로 슈퍼마켓 체인인 울워스(Wooldworths)가 2008년 음반 소매시장을 6%까지 축소하는 등 주요한 소매점 폐쇄 등으로 소매 시장 가치가 하락되었지만 싱글 판매는 33%까지 성장하고 앨범판매는 3.2% 하락함
- 소매점이 문을 닫음에 따라 앨범시장은 HMV 등의 대형음반매장 24.1% 점유율로 주도함
- 가장 큰 슈퍼마켓 체인 테스코는 시장 점유율 10.5% 유지했고 아이튠스는 디지털 싱글 판매에서 71.8%로 점유율 상승
- 모바일이 주요 플랫폼으로 부상하여 16~24세 중 28%는 일주일에 최소 한번 이상은 핸드폰으로 음악을 듣는 것으로 나타났으며 이들 중 10%는 스트리밍 서비스 Spotify와 Last.Fm 등을 일주일 단위로 접속하는 것으로 나타남
- 2008년 전체 7.2만개가 판매된 MP3는 영국 전체 인구의 1/3가 소유한 것으로 나타남
- 16세에서 54세의 연령의 조사자들 중 23%가 불법 파일 공유사이트를 이용하며 2/3은 월단위로 이용

5-3. 영국 밴드, 콜드플레이(Coldplay) 라이브 앨범 무료 다운로드 실시

○ 08/9/18~19일 열린 런던 콘서트 실황 앨범을 무료로 다운로드 허용

- 이미 2008년 'Viva La Vida' 투어에서 관객에게 공연실황 앨범을 무료 배포
- "이 앨범은 우리 팬들에 대한 감사의 표시이며 그들은 우리가 음악을 하는 이유를 불어넣어준다." (콜드플레이 리더/보컬 크리스 마틴)

○ 영국 밴드 라디오헤드(Radiohead)는 07/10/10일 발매된 앨범 "In Rainbow"를 소비자가 가격을 결정하여 구매할 수 있게 함

- 라디오헤드는 EMI와의 계약이 끝난 후 최초로 레이블 없이 직접 판매로만 발매

- 디지털 음원 다운로드는 DRM-free MP3 CBR 160Kbps 포맷으로 제공
- 이러한 아티스트가 음원을 소비자에게 무료 또는 유료로 직접 제공하는 유통방식은 우리 나라에서도 최근 시도되고 있음
 - 힙합그룹 에픽하이는 자신들의 홈페이지 맵더소울(www.mapthesoul.com)을 통해 음반 직접 판매
 - 국내 스트리밍 사이트인 블레이어 (www.blayer.co.kr) 에서는 계약된 인디 음악가들의 앨범을 무료로 제공하여, 소비자가 자유롭게 청취토록 함
- 음원 무료 제공은 주로 후속 구매를 유도하기 위함
 - 음원의 배포 자체는 수익에 기여하지 못함 (가격을 소비자 자의에 맡긴 라디오헤드의 경우 다운로드 수에 비해 미미한 매출)
 - 음악 상품은 경험재의 특성을 가지므로 미리 음악을 경험하도록 함으로써 음반의 구매나 라이브 실황을 배포함으로써 공연 관람을 유도

5-4. 미국, 최신 음악기술관련 컨퍼런스 SanFran MusicTech Summit 열려

- 5월 18일 부터 19일까지 미국 샌프란시스코에서 SanFran MusicTech Summit 개최
 - 진화하는 음악관련 산업 기술의 현황과 관련한 사업기회 등을 모색해보고 음악 산업의 변화가 미치는 영향 등에 대해서 해답을 얻을 수 있는 자리로 관련업계와 네트워킹 하는 장
 - 대규모 행사는 아니지만, lala, iLike.com, Pandora, Grace Note, Buzz Media, Future of Music Coalition, Radio Paradise 등의 뮤직 2.0을 이끄는 기업이 대거 참가하여 음악 및 음악관련 기술에 관한 현안을 논의
 - 음악 추천 기술상품이 어떻게 시장 변화를 이끄는지, 음악 추천 사업의 다음 단계는 무엇인지 등을 토론하는 'Music Recommendation Services' 세션 외에도 소셜 네트워킹 관련 'Social Networking & Music', 'Music in Audio-Visual Works' 'The Future of the Music Industry' 등의 다채로운 내용으로 구성됨
 - 올해는 음악 산업 관계자, 기술 개발자, 아티스트를 포함한 650명 이상이 참석

별첨 관련 기사 및 자료

1-1. 2009년 5월 2주차 음원 판매 현황

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

1-2 '따로 또 같이'? No! '같이 또 같이'가 대세

한국일보, 09/5/20, 2009년 가요계 '상부상조' 코드 이어진다

동아일보, 09/5/19, 완성된 노래를 원해?... "끼를 합쳐라"

노컷뉴스, 09/5/19, 뭉쳐야 산다... '그룹'들 가요차트 점령

2-1. Korea Music Project 출범 - 음악산업의 독수리 오형제가 될까?

스타뉴스, 09/5/14, KMP 출범, 가요계 숙원 '4대사업' 추진 공식선언(종합)

뉴스엔, 09/5/14, 대형기획사, 대중음악 발전위해 KMP로 의기투합, 실효성 있을까?

뉴시스, 09/5/14, 新가요권력 탄생... 기획사 연합 '코리아뮤직파워'

스포츠서울, 09/5/14, 가요기획사 KMP 프로젝트 출범, 4대사업 추진

동아일보, 09/5/14, 대형음반사 연말 통합시상식 만든다

스타뉴스, 09/5/15, KMP 출범..격변의 가요계, 숙원사업 위한 3대 과제

노컷뉴스, 08/12/13, 대형 음악 협회 '음콘협' 출범...유통구조 합리화 될까

문화체육관광부 <http://www.mct.go.kr>

2-2. 인기 아이돌그룹 빅뱅, 일본 메이저 음악 시장 공식 데뷔

연합뉴스, 09/5/17, 빅뱅 日데뷔싱글 亞6개국 동시 발매

스포츠서울, 09/5/17, '한류 스타' 빅뱅, 일본 찍고 아시아로 간다

OSEN, 09/5/18, 빅뱅, '꽃미남 일본 한류'의 한계 극복할 기대주

뉴스엔, 09/5/15, 빅뱅 日 메이저 데뷔에 현지 관심폭발 "홍백가합전 나가고파"

조선일보, 09/5/14, 빅뱅, 일본 정식 데뷔...6월에 첫 싱글 발매

아시아경제, 08/8/26, 빅뱅-日 유니버설뮤직 계약, 주류 시장 개척 '스타트'

2-3. SM 엔터테인먼트 2009년 1/4분기 실적 발표

칸뉴스, 09/5/14, SM, 올해 1/4분기 144억원 매출 기록!

헤럴드경제, 09/5/19, <생생코스닥>SM, 1분기 매출 144억...창사이래 최대

SM엔터테인먼트 홈페이지 (IR 정보) <http://www.smtown.com>

2-4. 아티스트와 기업 마케팅의 만남, 행복한 동거가 될까?

일간스포츠, 09/5/16, '커피 메뉴를 음악으로?' 하우스룰즈, 이색 마케팅 눈길

마이데일리, 09/5/18, 하우스룰즈, 커피 메뉴를 음악으로?...브랜딩 뮤직 마케팅 첫 시도

2-5. 배철수의 음악캠프 7000회 방송

뉴스엔, 09/5/17, '배철수의 음악캠프' 오늘(17일) 7천회...19년 장수 명성

일간스포츠, 09/5/16, '배철수의 음악캠프' 7000회 맞아 기념 앨범 발매

스포츠서울, 09/5/15, 배철수 "장수비결요? 청취자와 소통할 수 있어야죠"

2-6. 서태지와 아이들 3, 4집 재발매 (5/22일)

헤럴드경제, 09/5/18, 서태지와아이들 3,4집, 리마스터링으로 재발매

3-1. KTH 출시, 뮤직 어플리케이션 '뮤직오로라 프로', 앱스토어에서 인기

포커스, 09/5/19, 국내 개발 '뮤직오로라'일본서 호평

얼렁뚱땅 얼리어답터, 09/4/22, 아이팟터치 음악추천 어플 "뮤직 오로라" 리뷰

(<http://itinside.pe.kr/40065967172>)

3.2 냅스터(Napster), 50% 가격 인하된 월 5달러 요금제 실시

Billboard, 09/05/18, Billboard Q&A: Napster COO Christopher Allen

IDG, 09/5/19, "냅스터의 부활?", 월 5달러의 새로운 요금제로 주목

3-3. 호주 스윈본공과대학, 한 장에 영화 450편, 음악 40만곡을 담은 디스크 개발

전자신문, 09/5/22, 디스크 한 장에 영화 450편

4-1. '아름다운 사이버세상 만들기' 행사 실시

문화체육관광부 <http://www.mct.go.kr>

4-2. 이달의 우수신인음반 및 이달의 우수 인디뮤지션 시상

한국콘텐츠진흥원 <http://www.kocca.kr>

엠넷 핫클립 <http://www.mnet.com>

5-1. 디지털 음악 산업의 새로운 판매 모델로 'iTunes Pass'부상

Guardian, 09/5/21, Struggling music industry puts hope in digital 'backstage pass'

USA Today, 09/2/24, Apple, EMI unveil iTunes Pass

5-2. 영국, 디지털 음악 구매 인구 두 배 이상 증가하는 등 디지털 음악 시장 번영

MusicWeek, 09/05/18, BPI numbers show no sign of slow down in digital

Telegraph, 09/05/17, Majors beat market blues as digital music sales double

5-3. 영국 밴드, 콜드플레이(Coldplay) 라이브 앨범 무료 다운로드 실시

Reuters, 09/5/15, Coldplay releases live album as free download

콜드플레이 www.coldplay.com

5-4. 미국 최신 음악기술관련 컨퍼런스 SanFran MusicTech Summit 열려

SanFran MusicTech Summit www.sanfranmusictech.com

GotGame, 09/05/18, SanFran MusicTech Summit Recap

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

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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