

문화로 생동하는 대한민국

2009년 10월 셋째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 10월 셋째주]

10월 셋째주 음악산업 동향

- 다음커뮤니케이션, 음악저작권 단체와 공동협약 체결
- 원더걸스의 '노바디' 천만조회수를 만들어낸 유튜브를 활용한 새로운 음악 수익 모델 제시
- 디지털 변화에 대응하는 워너뮤직그룹(Warner Music Group)의 웹 2.0 전략

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

1-1. 2009년 10월 1주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

2-1. 한-유럽연합(EU) 자유무역협정(FTA) 협정문 가서명

2-2. 구글코리아, 유튜브를 활용한 새로운 음악 수익 모델 제시

2-3. 다음, MP3 및 BGM다운로드 위한 다음 뮤직서비스 오픈

2-4. 판도라TV 및 프리챌, 저작권법 위반 방조 혐의로 벌금형 선고

3. 기술 동향

3-1. 워너뮤직그룹(Warner Music Group)의 웹 2.0 전략

3-2. 노키아(Nokia)의 음악서비스 Comes with Music 이용률 저조

4. 정책 동향

4-1. 2009 한일저작권 포럼 개최

4-2. 저작권보호센터, 소리바다와 '클린그린 캠페인' 실시

5. 해외 동향

5-1. 유럽연합(EU), 디지털 온라인 음악 라이선스 해결 모색 강구

5-2. BSkyB(British Sky Broadcasting), 디지털 음악 서비스 시작

5-3. 구글, 파일공유 사이트 Pirate Bay 검색 결과 삭제

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 10월 1주차 음원 판매 현황

멜론(10.4-10.10)		도시락(10.5-10.11)		엠넷(10.5-10.11)		벅스(10.1-10.7)		
순위	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	
1	—	TTL - 티아라,초신성	진입	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	진입	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↑1	TTL - 티아라,초신성
2	—	사랑비 - 김태우	↓1	TTL - 티아라,초신성	↓1	TTL - 티아라,초신성	↑91	말할걸 그랬지 - 박지현
3	↑1	사랑한 후에 - 박효신	↓1	사랑한 후에 - 박효신	진입	나는... - MC몽	↑2	사랑비 - 김태우
4	↓1	우리 헤어지자 - 이승기	↓1	사랑인걸요 - 태연,써니	↓2	사랑한 후에 - 박효신	↓3	우리 헤어지자 - 이승기
5	진입	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	—	사랑비 - 김태우	↓2	사랑비 - 김태우	↓2	사랑한 후에 - 박효신
6	—	Muzik - 4minute	↓2	우리 헤어지자 - 이승기	↓2	우리 헤어지자 - 이승기	↓2	헬쓱해졌대 - 가비엔제이
7	↓2	Heartbreaker - G-Dragon	↑22	말할걸 그랬지 - 박지현	↓2	사랑인걸요 - 태연,써니	↑26	가인 - 배치기
8	↓1	라차타 - f(x)	↓2	Muzik - 4minute	진입	주르륵 - 휘성	—	Muzik - 4minute
9	↑4	헬쓱해졌대 - 가비엔제이	↓2	헬쓱해졌대 - 가비엔제이	진입	죽일 놈 - 다이아믹듀오	진입	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
10	↓2	30분전 - 이현	진입	호러쇼 - MC몽	↓3	Muzik - 4minute	진입	슬프지 않아요 - PK헤만
11	↓2	Kiss - 산다라	↓3	30분전 - 이현	진입	Carousel - 리쌍	↓1	미안해 - 다이아믹듀오
12	↓2	내 귀에 캔디 - 백지영	↓1	라차타 - f(x)	↑17	말할걸 그랬지 - 박지현	↓5	30분전 - 이현
13	↓2	미스터 - 카라	↓4	Heartbreaker - G-Dragon	↓7	헬쓱해졌대 - 가비엔제이	↓7	따라해 - 에픽하이
14	↓2	Abacadabra - 브라운아이드걸스	진입	죽일 놈 - 다이아믹듀오	진입	호러쇼 - MC몽	↓5	Kiss - 산다라
15	↓1	따라해 - 에픽하이	↓5	Kiss - 산다라	↓3	가인 - 배치기	↓3	Heartbreaker - G-Dragon
16	↑23	가인 - 배치기	진입	주르륵 - 휘성	↓7	Heartbreaker - G-Dragon	↓1	라차타 - f(x)
17	↑3	그남자 그여자의 사정 - 유이,전진,속희	진입	기억이 만나 - 별	↓9	30분전 - 이현	↓4	사랑할 수도 미워할 수도 - 애즈원
18	↓3	Vari2ty - 주얼리	진입	Chocolate Love - 소녀시대	↓8	라차타 - f(x)	↓2	내 귀에 캔디 - 백지영
19	↓1	면사포 - 이승기	↓7	따라해 - 에픽하이	↓8	Kiss - 산다라	↓2	그남자 그여자의 사정 - 유이,전진,속희
20	↓1	사랑이 뭐길래 - 미스에스	↓7	내 귀에 캔디 - 백지영	진입	우리 지금 만나 - 리쌍	↓2	사랑 참 어렵다 - 이승철

('09.10월 1주차 멜론, 도시락, 벅스, 엠넷)

순위	전주 比 변동	곡명-아티스트
1	진입	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
2	진입	나는... - MC몽
3	↑1	내가 야! 하면 넌 예! - 김태우
4	↓3	TTL - 티아라, 초신성
5	↓3	사랑비 - 김태우
6	↓3	사랑한 후에 - 박효신
7	진입	내 몸은 너를 지웠다 - 리쌍
8	진입	죽일 놈 - 다이ना믹 듀오
9	↓3	사랑인걸요 - 태연, 써니
10	↓2	Honesty - Beyonce
11	진입	3 - Britney Spears
12	진입	365일 - 알리
13	↓6	가인 - 배치기
14	↓9	편지 - 배치기
15	진입	여전히 - 이홍기
16	↓7	우리 헤어지자 - 이승기
17	↓5	생각이나 - 부활
18	↓3	Second First Date - DJ AKI
19	진입	Chocolate Love - 소녀시대
20	↓10	Heartbreaker - G-Dragon

(10/5~10/11일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- 리쌍, 다이나믹 듀오, 배치기, MC몽 등 힙합계의 차트 강타
 - 아이돌 그룹들이 대거 휴지기에 들어간 가운데 신보를 발매한 힙합그룹, 힙합가수들의 신곡이 대거 20위권으로 데뷔, 진입
 - 리쌍의 새 노래 ‘헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자’가 발매 첫주부터 도시락, 엠넷 및 싸이월드 BGM 차트 1위로 등장 (멜론 5위, 벅스 9위 데뷔)
 - 리쌍의 새 앨범은 이 외에도 ‘Carousel’(엠넷 11위), ‘우리 지금 만나’(엠넷 20위), ‘내 몸은 너를 지웠다’(싸이월드 7위) 등을 20위권에 진입시키며 인기
 - 다이나믹 듀오의 ‘죽일놈’은 엠넷 9위, 도시락 14위, 싸이월드 8위 진입
 - MC몽의 리패키지 앨범에 수록된 ‘호러쇼’는 도시락 10위, 엠넷 14위 진입, ‘나는...’도 엠넷 2위, 싸이월드 2위로 데뷔
 - 이외에도 배치기의 ‘가인’(벅스 전주비 26위 상승하며 7위, 멜론 23위 상승하여 16위), 알리의 ‘365일’(싸이월드 12위 진입) 등 인기

- 이외 휘성의 ‘주루룩’, 박지현의 ‘말할걸 그랬지’, 소녀시대의 CM송 ‘Chocolate Love’ 가 각각 인기
 - 휘성의 ‘주루룩’, 도시락 16위, 엠넷 8위로 발매 첫주 진입
 - 박지현의 리메이크 곡 ‘말할걸 그랬지’는 벅스 2위(전주비 91위 상승), 엠넷 12위(17위 상승), 도시락 7위(22위 상승) 차지
 - 소녀시대의 LGT 초콜릿폰2 CM송 ‘Chocolate Love’는 별도 방송 활동없이 발매 첫주 도시락 18위, 싸이월드 19위로 진입하며 여전한 인기 입증

2 산업 동향

2-1. 한-유럽연합(EU) 자유무역협정(FTA) 협정문 가서명

- 김종훈 통상교섭본부장과 캐서린 애슈턴 EU 통상담당 집행위원, 한-EU FTA 협정문에 가서명 (10/15일, 벨기에 브뤼셀)
 - 총 1000쪽에 달하는 협정문 번역작업 진행후 서명 가능, 2010년 중 국회의 비준동의절차를 받는 등 후속작업을 진행해 협정 발효 목표
 - 협정문 중 지적재산권 협정 내용
 - 협정 부속서에 기재된 지리적 표시(GI)를 상호 보호 (보호 대상 : 한 64개, EU 162개)
 - 저작권 보호 기간(기존 50년), 저작자 사후 70년으로 연장
 - 보호기간 연장시점은 협정문 발효 후 2년 동안 유예
 - 온라인 서비스 제공자의 책임 제한은 한-미 FTA와 유사한 수준으로 규정
 - 방송사업자에게는 TV 방송물을 상영하는 댓가로 입장료를 받는 행위를 허락하거나 금지할 수 있는 배타적 권리를 부여
 - 추급권 도입(EU 요청사항) 배제, 단, 협정 발효 후 2년 이내에 우리 측에서 추급권 도입의 적절성 및 실행 가능성 협의 예정
 - EU는 27개 회원국에 인구 5억명, 국내총생산(GDP) 규모 17조 달러에 이르는 세계 최대의 단일 시장이며 중국에 이어 두번째로 대한(對韓) 교역규모가 큰 지역으로, FTA가 발효되면 상당한 경제적 효과 예상
- ※ 추급권(Artists' Resale Right) : 미술품이 재판매될 때 작가(저작자)가 판매액의 일정 몫을 받을 수 있는 권리

2-2. 구글코리아, 유튜브를 활용한 새로운 음악 수익 모델 제시

- 구글코리아, 유튜브 뮤직데이(10/13일)에서 동영상을 통해 홍보하고 광고 수익을 나누는 새로운 마케팅 모델을 제시
 - 유튜브를 이용한 가수들의 글로벌 음원 판매 및 음악 홍보를 지원하고 광고 수익을 공유
 - 유튜브(www.youtube.co.kr)를 이용한 해외 마케팅 성공 사례, 새로운 미디어 특성, 파트너의 수익 시스템 등 소개
 - 자본금 없이 단 시간에 전 세계 인터넷 사용자들 사이에서 신속한 인지도 상승 가능

- 이를 위해 구체적인 홍보 지원책과 저작권 보호 정책을 강화
 - 음악 해외 홍보 마케팅 전문 업체 DFSB컬렉티브와 협력하여, 해당 가수의 페이지에 애플의 음악 구매 사이트인 아이튠스(iTunes) 바로가기 버튼을 노출, 즉시 음원 구입이 가능하도록 하고 美 최대 SNS사이트인 페이스북(www.facebook.com)에 동영상 링크 지원
 - 저작권 보호를 위해 불법 영상 및 음악에 대한 비디오/오디오 필터링 실시
 - 저작권 위반 동영상에 대해서는 즉시 유튜브에서 내리거나, 그대로 두고 이용 현황을 추적하거나, 광고를 붙여 수익을 나누는 식의 처리 방식 채택
- 유튜브를 활용한 새로운 마케팅 사례
 - 가수 원더걸스의 ‘노바디’는 유튜브에서 1000만 이상 조회 수를 기록, 미국시장에서 이름을 알리는데 크게 기여
 - 데이비드 최(동영상 제작자), ‘유튜브, 러브송’(Youtube, A Love Song)으로 일주일 만에 조회 수 50만건, 최종 조회 수 468만건, 구독수 16만4천건
 - 합창 퍼포먼스 ‘Stand By Me, Playing For Change, Song Around the World’는 전세계 유튜브 이용자들이 번갈아가며 팝송 ‘스탠바이미’(Stand By Me) 부른 후, 하나의 노래로 완성
 - 전세계 음악가들 대상으로 온라인 오디션을 통한 오케스트라 구성, 미국 카네기홀에서 ‘유튜브 심포니 오케스트라’ 공연 성공리 실시

2-3. 다음, MP3 및 BGM다운로드 위한 다음 뮤직서비스 오픈 ('09.10월)

- 다음 커뮤니케이션스, 음악 저작권 3단체(음악저작권협회, 한국음악실연자연합회, 한국음원제작자협회)와 맺은 저작권 보호 및 공정이용을 위한 공동협약에 의해 뮤직서비스 실시
 - 다음 뮤직서비스의 모든 음악 재생 기간, 기기 제약 없는 프리 DRM(디지털 저작권 관리) 파일사용, 다운로드 후 모든 MP3 플레이어에서 재생가능, 평생 소장 가능
 - 11/7일까지 정식 오픈 기념 이벤트 진행, 매일 2만명에게 무료 음악 감상 이용권 등 제공

○ 다음 뮤직서비스와 엠넷, 멜론, 네이버 서비스 비교

	다음	엠넷	멜론	네이버
사이트	music.daum.net	www.mnet.com	www.melon.com	music.naver.com
메인화면	음악, 배경음악 top100, 최신앨범자켓사진, 추천뮤직비디오, 화제의 뮤직 이슈 제공	앨범자켓사진, Today top7, 장르별 hot albums, 비디오, 실시간 급상승 top5 제공	실시간 인기검색어, 최신앨범 자켓사진, 오늘의top10, 연예 뉴스, 뮤직스토리 제공	최신앨범자켓사진, HOT ISSUE, music top 100, music 검색어 일간순위, 음악순위차트제공
무료서비스	1분 미리듣기는 전곡 무료, 뮤직비디오감상 전부 무료	FreeDRM정회원-월5곡최신곡무료, 다수의 무료영화, 만화 콘텐츠 제공, 경품이 있는 다양한 이벤트, 매월 무료문자 30개 제공	멜론1개월 무료이벤트참여 시 프리 클럽 1개월 동안 무료제공	없음

유료서비스	월40곡+무제한 듣기-7,000원 월150곡+무제한듣기-11,000원	월3,000원(음악감상정기결제) 월4,500원(멀티이용권) 월10,000원(다운로드 이용권) 월12,500원(다운로드 + 음악감상 이용권)	월 40 곡 다운로드 -5,000원 월150곡-9,000원 프리클럽 - 매월 4,500원(무제한)	월 40 곡 다운로드 -5,000원 월150곡-9,000원 (정기결제 시)
mp3다운로드 프로그램	Daum뮤직플레이어	음악감상-M플레이어, 방송보기-VOD플레이어	멜론플레이어	네이버 뮤직 퀵매니저
기타	다음회원이라면 누구나 이용가능	음악차트순위100위 이상 제공, 엠넷 프로그램 에서하는 동영상, mp3다운로드차트 순위제공	정액제가 끝나면 음악이 없어짐	약 130만곡 소장, free-DRM 파일 (평생 소장)

[표] 다음 뮤직서비스와 엠넷, 멜론, 네이버 서비스 비교

2-4. 판도라TV 및 프리챌, 저작권법 위반 방조 혐의로 벌금형 선고

- 서울중앙지법, 방송사의 저작권물 유통 방조 혐의로 인터넷 방송 판도라 TV와 P2P업체 프리챌에 대해서 벌금형 선고
 - 판도라 TV와 대표이사 김모씨(42)에게 각각 벌금 200만원 선고, 프리챌과 전 대표이사 손모씨(33)에게 각각 벌금 400만원 선고
 - 판도라TV는 '06.1월~'08.5월까지 판도라TV 사이트에 500테라바이트(TB) 규모의 저장공간을 사용자들에게 무료로 제공하는 방법으로 저작권물인 방송프로그램의 업·다운로드가 용이하게 하였으며, 프리챌은 '05.7월~'08.5월까지 파일구리와 프리챌 사이트를 통해 방송 저작물이 유통되도록 방조하고 노골적인 성행위가 묘사된 음란 동영상에 유포되도록 한 혐의로 기소
 - 이용자가 방송사 프로그램 파일을 업로드·다운로드하는 것을 방치하고 업로드한 이용자에게 혜택(포인트 적립 등)

- 판도라TV와 프리챌 사이트, 파일구리 사이트를 운영한 기간과 저작권 침해 방조행위로 얻은 수익 규모를 판결로, 저작권 침해 방지를 위해 상당한 노력을 기울이지 않은 것으로 판단한 것임
 - 저작권자의 요청이 있을 때만 형식적으로 금치어를 설정했을 뿐 이용자가 올린 디지털콘텐츠를 사실상 그대로 방치한 것으로 판단

- 한편 국내 인터넷 업체의 저작권 관리가 철저해지면서 유튜브등 해외 사이트에서 국내 방송3사의 콘텐츠 불법 유통 경로 이전
 - 국내 방송사는 저작물 침해에 대해 내용 증명 송부, 불법 저작물 직접 삭제 조치 수행
 - 유튜브는 불법 저작물에 대한 인지후삭제(Notice&takedown)에 대한 정책을 가지고 있으나, 많은 불법 저작물을 효율적으로 처리하기에는 한계
 - 현재 국내 방송사-유튜브 간 저작물에 대한 제휴/합의는 아직 이루어지지 않은 상태로 저작권 협상관련 논의 중

3 기술 동향

3-1. 워너뮤직그룹(Warner Music Group)의 웹 2.0 전략

- 워너뮤직그룹(WMG)은 인터넷 및 TV광고 기업인 Outrigger Media와 협력하여 새로운 웹 2.0 접근 전략 수립, 발표
 - 업계 1, 2위인 Universal Music Group(UMG)과 Sony Music이 잇따라 온라인 뮤직비디오 시장에 뛰어들어 새로운 서비스 제공함에 따라 WMG도 이에 합류
 - WMG는 인터넷&TV 미디어 광고 업체인 Outrigger Media와 협력하여 현재 흐름에 맞는 웹 2.0 전략을 세우기로 결정
 - WMG 아티스트인 Madonna, Ashley Tisdale, Green Day등을 전면에 내세워 광고주들의 마음을 사로잡기 위한 일종의 '패키지 전략'을 시도

- WMG가 이와 같은 웹 2.0 전략을 세운 이유는 온라인 뮤직비디오 시장 진출을 위함
 - 2009년 9월, WMG가 세계 최대 비디오 공유 사이트인 YouTube와 재계약에 합의함에 따라 새로운 채널을 개설하는 효과를 누리게 됨
 - 2008년 12월, YouTube가 내세운 광고를 통한 수익 공유가 WMG에 별다른 도움이 되지 못하자 2년 넘게 제공되어 오던 WMG의 뮤직비디오 라이선싱 협상이 결렬
 - 2009년 4월, 세계 최대 음반사인 Universal Music Group(UMG)은 Google의 YouTube와 손잡고 광고기반의 무료 뮤직비디오 전문 사이트 Vevo를 열기로 합의
 - 2009년 6월, 업계 2위인 Sony Music Entertainment는 YouTube와 계약 연장 및 Vevo에 합류한다고 발표
 - 업계 3, 4위인 WMG와 EMI가 이에 합류할 것이란 예측이 나오며 결국 WMG가 먼저 YouTube와 재협상 타결

- WMG는 YouTube를 비롯한 SNS, Blog 사이트를 이용한 다각적 전략을 세울 방침
 - UMG와 Sony Ent에 이어 3번째로 웹 2.0 전략을 실행한 WMG는, Outrigger Media의 Mike Henry(前 Veoh 판매부장)를 고용, 다각적 전략 기획
 - Mike Henry는 WMG의 비디오 콘텐츠(뮤직비디오 포함)를 최근 재계약에 합의한 YouTube를 비롯, 미국의 AOL, Yahoo, MySpace Music, MTV등에 판매하기 위한 플랜 제시
 - WMG의 CEO인 Edgar Bronfman은 2008년 말, YouTube와 협상 결렬 이후 뼈아픈 실패를 경험삼아 과감히 디지털 온라인 수익 사업에 투자할 것임을 천명

- 최근 비디오 서비스 사이트인 Hulu가 YouTube를 위협하고 있어 WMG의 전략이 성공할지는 미지수
 - NBC Universal과 FOX(News Corp 소유)가 주축이 되어 만든 비디오 서비스 사이트 Hulu가 최근 방송 및 영상 콘텐츠 허브 자리를 굳건히 하고 있어 YouTube를 위협

- 하지만 YouTube역시 Vevo 채널을 신규로 개설하여 YouTube로의 트래픽을 유도하고 있어 쉽게 자리를 내어주지는 않을 것으로 보임
- 결국 음반사들의 수익 창구가 음원 콘텐츠 자체에는 한계가 있기 때문에 YouTube의 Vevo 및 Hulu 등의 디지털 뮤직 비디오 서비스 창구라는 새로운 채널을 모색

3-2. 노키아(Nokia)의 음악서비스 Comes with Music 이용률 저조

서비스국가	이용자수	서비스시작일
영국	32,728	2008/ 10
싱가포르	19,318	2009/02
호주	23,003	2009/03
브라질	10,809	2009/04
스웨덴	1,101	2009/04
이탈리아	691	2009/04
멕시코	16,344	2009/05
독일	2,673	2009/05
스위스	560	2009/06

[표] 노키아의 Comes With Music 이용자 현황(자료출처 : Musically)

- 세계 휴대폰 제조 1위 기업 노키아가 선보인 음악서비스 Comes with Music※ 이용률 저조
 - 서비스 시작 9개월째인 2009년 7월 현재 서비스하는 9개국 총계 107,227명 이용한 것으로 나타남
 - 스포티파이(Spotify)가 서비스 시작 1년 내 6백만 유저를 끌어 모은 것에 비하면 현저하게 적은 숫자
 - DRM을 비롯한 복잡한 PC 연동 부분, PC와 모바일간의 싱크 등의 문제가 있었으며 광고 캠페인 역시 CWM의 의미를 정확하게 전달하는데 실패한 것으로 평가됨
- 노키아의 실적발표(10/15)에 의하면 3분기 13억 6천만 달러(순순실 8억 3천만 달러)의 적자를 기록
 - 전년도 동기의 16억 3천만 달러의 이익과 대비되는 수치로 매출도 145억 달러로 전년 동기 181억 달러에 비해서도 20% 정도 감소
 - 가장 큰 원인은 독일 Siemens와의 무선 네트워크 장비 조인트 벤처인 Nokia Siemens의 실적악화에 있으나 주력사업인 휴대폰 사업도 매출 감소추세
 - 휴대폰의 시장 점유율은 38%로 선두를 유지하지만 지난 2분기에는 스마트폰 점유율이 41%에서 35%로 급격하게 감소하였으며 유럽 외에 남미와 북미, 아시아, 중동, 아프리카 등 점유율이 31%에 25%로 줄어든 것으로 나타남
 - Nokia 휴대폰의 부진은 전략폰의 부재 영향이 크며 야심차게 선보인 Comes With Music 전용 단말기도 실적이 저조한 것으로 나타남

※ 노키아의 Comes with Music

- 노키아의 Comes with music 전용 단말기를 구입하면 1년간 무료로 음악을 무제한 접속하고 다운로드할 수 있는 기능을 제공하는 서비스
- 노키아 뮤직 스토어에서 다운로드한 PC 어플리케이션을 사용하여 서비스에 접속, 음악을 옮겨 담게 되고 1년 후 서비스가 종료되면 그동안 이용했던 모든 곡을 소장할 수 있는 서비스
- 무제한 음악사용과 소비자가 음악을 이용한 후 결과적으로 소장할 수 있게 되는 서비스의 결합으로 휴대전화 단말기 사업자의 음악서비스 중 가장 주목받고 서비스 초기 성공적으로 평가되었으나 요금제, PC와의 연결 등의 문제 등으로 이용자 감소

4 정책 동향

4-1. 2009 한일저작권 포럼 개최 (10/15일, 서울 코엑스인터콘티넨탈 호텔)

○ 2009 한일 저작권 포럼 개최

- 주최 : 문화체육관광부 및 일본 문화청 공동 주최
- 주제 : 온라인 상 저작권 보호 관련 한일 저작권 제도 및 경험
- 목적 : 양국간 저작권 정책 및 온라인 저작권 침해 현황 이해, 향후 한일 양국간 저작권 사업교류 확대 및 온라인상에서의 효과적인 저작권 보호 방안 공동 모색
- 한·일 양국의 발제자를 비롯한 저작권 분야 실무 관계자 70여 명 참여

○ 한-일간 저작권 분야 첫 포럼으로, 한일 양국의 저작권 및 문화콘텐츠 전문가가 참석하여 디지털 환경에서의 저작권 보호 법제 및 현황과 해외에서의 양국 저작권 보호활동에 관한 정보 교환

- 저작권에 관한 최근의 다양한 이슈를 소재로 한 사례 발표
- 1부 : 한 일 양국의 저작권법, 2부 : 해외에서의 양국 저작권 보호
- 일본 소프트웨어저작권협회(ACCS)의 사카타 슌스케 사업총괄부 홍보 담당 매니저, '인터넷상 저작권 침해에 대한 일본의 보호 시스템과 활동 상황'
 - 일본 내에서도 온라인을 통한 불법복제물이 증가하고 있으며, 이에 대응하기 위한 업계 자율 활동, '사적 이용을 위한 불법물 다운로드 행위 불법화' 등 인터넷 상 저작권 보호 강화를 위한 일본의 최근 법개정 노력 소개
- 한양대학교 법학전문대학원 박성호 교수, '한국 저작권법에 의한 외국저작물의 보호 체계 고찰' 발표
 - 온라인상에서의 효과적인 저작권 보호를 위한 제도 및 정책 소개
- 콘텐츠해외유통촉진기구(CODA)의 나가노 유쿠오 상무이사, '일본 권리자에 의한 해외에서의 저작권 보호 활동' 소개
 - 각 기업의 노력만으로 한계가 있는 해외 불법 저작물 유통 대응을 위해 일본의 문화콘

- 텐츠 수출업체 및 관련 단체가 협력하여 설립한 CODA의 성립 및 활동 상황 소개
- CJ엔터테인먼트 이소림 변호사, 'CJ엔터테인먼트 저작물에 대한 해외 저작권 침해실태 및 대응방안'에 대한 주제발표
 - 효과적인 보호를 위해선 민관 합동 대응과 더불어 국제적인 공조가 필요

4-2. 저작권보호센터, 소리바다와 '클린그린 캠페인' 실시

- 저작권보호센터 클린사이트 사업부, 음악 전문 사이트 소리바다와 함께 '클린 그린 캠페인' 실시 (10/15~11/16일)
 - 인터넷 환경의 건전한 발전과 유익한 콘텐츠 재생산을 홍보하기 위한 캠페인
 - 누리꾼의 캠페인 동참을 유도하기 위한 이벤트 실시
 - '암호찾기' 이벤트 : 클린사이트(www.cleansite.org)를 방문해 그 안에 숨어있는 소리바다 암호의 의미를 찾아 입력
 - '클린게임' 이벤트 : 플래시 퀴즈를 통해 '저작권 양심지수' 측정
 - 클린사이트의 취지를 쉽게 알릴 수 있는 '슬로건 공모전'
 - 블로그나 카페에 클린 소리바다 위젯 설치 이벤트
 - 이벤트 응모자에 대해 추첨을 통해 상품 증정 예정

5 해외 동향

5-1. 유럽연합(EU), 디지털 온라인 음악 라이선스 해결 모색 강구

- 최근 음반시장이 음원시장으로 개편되면서 음원 다운로드 서비스와 스트리밍 서비스 형성
 - 미국의 iTunes, Amazon, 유럽의 7digital, Tesco, HMV, Play.com 등 음원 다운로드 서비스 사이트들이 DRM Free 음원 서비스로 가격차별화 정책을 도입
 - 이러한 다운로드 서비스는 미디어 플레이 기기 및 휴대전화 단말기와 연동이 가능해짐에 따라 더욱 더 다양한 방식의 음원 제공 서비스 형태가 나오고 있음
 - 휴대전화 제조업체인 Nokia와 Sony Ericsson이 각각 'Comes With Music'과 'PlayNow Plus'와 같은 음악 서비스를 제공하는 것을 예로 들 수 있음
- 2007년 We7이 광고 기반 음원 스트리밍 서비스 시작, 다양한 사이트들이 생겨남
 - 2004년, 미국의 Imeem이 광고수익을 기반으로 한 소셜 미디어 사이트(SNS) 시작하면서 소비자들이 음악을 공유 시작
 - 2007년, 영국의 We7이 음악에 광고가 붙여진 형태로 음원 다운로드를 가능하게 하고 스트리밍 서비스를 혼합하여 제공, 이후 프랑스의 Deezer, 미국의 Qtrax, 스웨덴의 Spotify가 광고기반 스트리밍 서비스 사이트들이 생겨나기 시작함
 - 2008년 10월, 스웨덴의 Spotify가 4대 메이저 음반사와 미리 라이선스 협의, 플레이 중

간에 20~30초 간 광고를 삽입하는 대신 무료로 음원 스트리밍 서비스를 제공, 서비스 개시 11개월 만에 유럽 지역 6개국에서 500만 명의 회원 유치

- 소비자들이 음원 스트리밍 서비스에 편의를 느끼면서 음원 다운로드 서비스에 문제 제기
 - 소비자들은 음원을 처음 들을 때 “느끼기 위하여”듣게 되고, 이후 그 것을 “소유하고 싶어”하게 됨에 따라 iTunes나 Amazon 같은 음원 다운로드 서비스가 인기를 끌게 됨
 - 그러나 최근 소유의 개념이 ‘단순히 저장을 하는 것’이 아닌, ‘필요할 때 마다 꺼내어 사용할 수 있는 것’으로 변화
 - iTunes를 통해 음원을 듣기 위해선 곡당 69센트~1.29달러를 지불해야 하지만 Spotify의 경우 아이팟을 이용해 실시간 무료로 음원을 들을 수 있음
- 그러나 광고 기반의 음원 스트리밍 서비스가 지속적으로 수익을 창출할 수 있을지 미지수
 - 음원 스트리밍 서비스는 다운로드 서비스와는 달리 수익을 창출할 수 있는 곳이 ‘광고’에 한정 되어 있어 지속적으로 유지하기 어려움
 - Spotify의 경우 홍콩 재벌인 리카싱 청쿵실업 회장과 영국의 벤처캐피털인 Wellington Partners로부터 각각 3천만 달러, 940만 달러의 투자를 받으며 유럽에서 가치 인정
 - Pandora Media, AOL뮤직, MySpace Music, iMeem 등 쟁쟁한 스트리밍 서비스 업체들이 서비스 중이지만 모두 급성장을 거두지 못한 사례로 비추어 Spotify의 미국 진출이 어려울 것으로 예상됨
 - Spotify가 미국 시장에 연착륙하려면 광고주 모집 외에도 전체 회원의 5~10%를 유료 회원으로 전환시켜야 하지만 무료 음악이라는 한계를 벗어나기 전까지는 성공 여부를 예측하기 어려움

5-2. BSkyB(British Sky Broadcasting), 디지털 음악 서비스 시작

- 英 위성 디지털 방송사인 BSkyB(British Sky Broadcasting)※, 디지털 음악 서비스 시작
 - '08.7월, 유니버설뮤직과 첫 메이저 서비스 계약을 발표한지 약 15개월 만에 디지털 음악 서비스 시작
 - 디지털 음악 서비스의 명칭은 'Sky Song'으로 10/19일부터 [Http://songs.sky.com](http://songs.sky.com)에서 이용 가능
- Sky Song은 무제한 음원 스트리밍 서비스와 유료 음원 다운로드 서비스를 함께 제공할 계획
 - Sky Broadband 이용자만 가능한 'Sky Song' 서비스는 6.49파운드(한화 12,308원, '09.10.16 외환은행 기준)에 무제한 스트리밍 서비스 제공
 - MP3포맷의 경우 트랙별로 1.03달러(한화 1,198원), 앨범별로 10.25달러(한화 11,925원)에 다운로드 하여 소장할 수 있도록 서비스 제공

- Sky Song 디지털 음악 서비스가 합법적 다운로드 서비스 문화를 이끌어 나갈 것으로 기대
 - Sky Song의 관계자는 자사의 디지털 음악 서비스를 통해 소비자들이 합법적인 음원 다운로드를 제공 받을 수 있다고 말함
 - 합법적 음원 다운로드가 불법 P2P 서비스를 이용한 불법 다운로드를 근절할 수 있는 대안이 될 것이라고 함
 - Universal을 비롯한 Sony Ent, Warner Music, EMI 등의 세계 4대 메이저 음반사들은 일제히 BskyB의 서비스를 환영했으며 Sky Song을 통해 음원을 쉽게 서비스 받을 수 있을 것으로 기대
- ※ BskyB(British Sky Broadcasting) : 영국 위성, 디지털 방송사로 영국 최대 Pay TV 사업자이며, 영화, 스포츠, 쇼 비즈, 뉴스 등 TV 프로그램 콘텐츠 제공

5-3. 구글, 파일공유 사이트 Pirate Bay 검색 결과 삭제

- 구글, 자사의 검색 결과에서 피어럿 베이 홈페이지를 삭제
 - 미국의 디지털 밀레니엄 저작권법에 따른 저작권자(데스티드 엔터프라이즈(Destined Enterprises))의 문제 제기를 받아들여 자사의 검색 결과에서 피어럿 베이 홈페이지를 삭제
- 10/2일부터 구글에서 "The Pirate Bay"를 검색하면 검색 결과 페이지의 하단에 "미국 디지털 밀레니엄 저작권법에 따라 불만이 제기됐기 때문에 7개의 검색 결과를 삭제했다. 자세한 내용은 ChillingEffects.org에서 확인하라"는 내용의 메시지 고지
 - 피어럿 베이를 검색 결과에서 완전히 삭제한 것은 아니어서 여전히 콘텐츠를 담고 있는 페이지 링크 및 피어럿 베이 블로그 링크가 검색 결과로 제시
- ※ 피어럿 베이 : 스웨덴의 파일공유사이드로 '09.4월 운영자들이 저작권법 위반으로 스웨덴 법정에서 유죄 판결을 받은 바 있으며 현재 매각된 상태임
이 외에도 스웨덴과 덴마크, 이탈리아, 노르웨이 등에서 저작권자와 재판 진행 중

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 10월 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. 한-유럽연합(EU) 자유무역협정(FTA) 협정문 가서명

헤럴드경제, 09/10/15, 한-EU FTA, 한-미 FTA 버금가는 효과 기대

국정포탈, 09/10/15, 한일 양국, 온라인 상 저작권 보호 경험 공유

뉴시스, 09/10/15, <한-EU FTA-지적재산권>"지리적 표시 보호·저작권 70년으로 연장"

2-2. 구글코리아, 유튜브를 활용한 새로운 음악 수익 모델 제시

디지털타임스, 09/10/13, "유튜브로 해외음악 마케팅 하세요"구글코리아 뮤직데이 개최

블로터, 09/10/13, 실력 있는 뮤지션들, 유튜브 타고 세계로

이데일리, 09/10/13, 유튜브 "한국 음악 해외진출 발판되겠다" 국내 30여개 음반 기획사초청
'유튜브 뮤직데이' 개최

케이벤처, 09/10/13, 유튜브, 동영상 1위 사이트로서 국내 음반 산업 해외진출 발판

2-3. 다음, MP3 및 BGM다운로드 위한 다음 뮤직서비스 오픈

디지털타임스, 09/10/13, 카페·블로그 BGM 구매 한번에, 다음, 뮤직서비스 정식 오픈

다음 뮤직서비스 <http://music.daum.net/>

엠넷닷컴 <http://www.mnet.com/>

멜론 <http://www.melon.com/>

네이버 뮤직서비스 <http://music.naver.com/index.nhn>

2-4. 판도라TV 및 프리챌, 저작권법 위반 방조 혐의로 벌금형 선고

파이낸셜뉴스, 09/10/14, 법원, 판도라TV·프리챌 저작권위반 방조 벌금형

국민일보, 09/10/13, 판도라TV·프리챌 저작권위반 벌금형

아이뉴스, 09/10/13, 방송 콘텐츠 저작권 침해 논란 유튜브로 '확전'?

3-1. 워너뮤직그룹(Warner Music Group)의 웹 2.0 전략

Advertising Age, 09/10/08, Warner Music Group Launches Web Strategy 2.0
 PR Newswire, 09/10/14, MOG Announces Premium Digital Music Service Coming Soon
 Outrigger Media (Outrigger Media is the leading provider of Internet television advertising solutions for brand-focused advertisers and publishers), <http://outriggermedia.com/>
 AFP, 09/09/29, Warner music videos returning to YouTube
 The Washington Post, 09/10/15, YouTube Monetizing Over A Billion Video Views A Week

3-1. 노키아(Nokia)의 음악서비스 Comes with Music 이용률 저조

MusicAlly, 09/10/15, Comes with music : 107k users worldwide
 paidContents, 09/10/16, Nokia Comes With Music Had Only 107,000 Users In July
 Digital Media, 09/10/16, Nokia struggles with all you can eat music

4-1. 2009 한일저작권 포럼 개최

연합뉴스, 09/10/15, 한일 양국, 온라인 상 저작권 보호 경험 공유
 전자신문, 09/10/14, 한일저작권 포럼, 오는 15일 개최
 연합뉴스, 09/10/13, 2009 한일저작권포럼' 15일 서울 개최

4-2. 저작권보호센터, 소리바다와 '클린그린 캠페인' 실시

헤럴드경제, 09/10/14, <생생코스닥>소리바다 '저작권보호' 클린그린 캠페인

5-1. 유럽연합(EU), 디지털 온라인 음악 라이선스 해결 모색 강구

Billboard Biz, 09/10/07, Analysis: The Cost of Streaming Billions of Songs
 Hypebot, Is Streaming Bad For The Music Industry?
 Et News, 09/09/22, 유럽 무료 음악서비스, 미국 시장도 성공할까
 매일경제, 09/10/13, '다음, 음악 스트리밍 내려받기 서비스'
 Tech Crunch, 08/10/06, MySpace Music Streamed Its Billionth Song "A Few Days" After Launch
 Afterdawn, 08/10/06, MySpace Music hits 1 billion songs streamed

5-2. BSkyB(British Sky Broadcasting), 디지털 음악 서비스 시작

Billboard Biz, 09/10/11, BSkyB Launches Digital Music Service
 Inquirer, 09/10/12, Sky launches Songs music service
 AFP, 09/10/13, BSkyB says to launch online music service
 The Wall Street Journal, 09/10/13, BSkyB to Launch Music Service

5-3. 구글, 파일공유 사이트 Pirate Bay 검색 결과 삭제

IDG, 09/10/05, 구글, 검색 결과에서 파이어럿 베이 홈페이지 삭제

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 위콘(www.wecon.kr) 홈페이지에서 보실 수 있습니다.
한국콘텐츠진흥원 대중문화팀
과장 김도윤(TEL 02-3153-1286 , doyun.kim@kocca.kr)