

문화로 생동하는 대한민국

2009년 9월 다섯째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

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

9월 다섯째주 음악산업 동향

- 한국을 대표하는 세계적 음악 차트, 빌보드 코리아 10월 오픈
- 해외진출을 적극적으로 모색하는 에픽하이, 美 iTunes 힙합 차트 Top 100 진입
- 드렁큰타이거, SS501등 국내 음악산업 모바일 애플리케이션 활용 사례 증가

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

1-1. 2009년 9월 3주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

2-1. 네이버, 저작권법 위반 방조 혐의 무죄 선고

2-2. 빌보드 코리아, 10월부터 정식 오픈

2-3. 소니 ATV, YG엔터테인먼트에 표절논란관련 법적 대응

2-4. 공정위, 온라인음원제공업체의 무료체험 후 유료전환 약관 무효

2-5. 2009 아시아 음악산업 리더포럼 (2009 Asia Music Industry Leader's Forum) 논의

2-6. 에픽하이, 美 iTunes 힙합 차트 Top 100 진입

3. 기술 동향

3-1. 국내 IT업체 '앱스토어' 오픈 열기

3-2. 국내 음악 산업 모바일 애플리케이션(APP)활용 사례 증가

4. 정책 동향

4-1. 문화체육관광부, 저작권 상생협약체 및 저작권포럼 발족

5. 해외 동향

5-1. 美 ASCAP 및 BMI, 30초 미리듣기 서비스에도 저작권료 부과 요구

5-2. 중국, 세계무역기구(WTO)의 저작권 관련 판정에 불복

5-3. 독일, 2013년까지 음악 시장을 성장시키기 위한 계획 착수

5-4. 유럽 온라인 음악 서비스 스포티파이(Spotify), 미국 진출 예정

※ 관련 기사 및 자료 목록

1

소비자 동향

1-1. 2009년 9월 3주차 음원 판매 현황

순위	멜론(9.13-9.19)		도시락(9.14-9.20)		엠넷(9.14-9.20)		벅스(9.10-9.16)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑3	사랑비 - 김태우	진입	사랑한 후에 - 박효신	진입	사랑한 후에 - 박효신	↑9	Kiss - 산다라
2	↓1	Heartbreaker - G-Dragon	↓1	Kiss - 산다라	—	사랑비 - 김태우	↓1	사랑비 - 김태우
3	↑6	Kiss - 산다라	↑1	사랑비 - 김태우	↓2	Kiss - 산다라	↑39	30분전 - 이현
4	↑1	Muzik - 4minute	↓2	Muzik - 4minute	↑5	30분전 - 이현	↑19	심장병 - 아웃사이더
5	↓3	내 귀에 캔디 - 백지영	↓2	Heartbreaker - G-Dragon	↓2	Heartbreaker - G-Dragon	↓3	Muzik - 4minute
6	↓3	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↑6	30분전 - 이현	↓1	심장병 - 아웃사이더	↓2	사랑 참 어렵다 - 이승철
7	↓1	미스터 - 카라	↓2	라차타 - f(x)	↓3	Muzik - 4minute	↓4	Heartbreaker - G-Dragon
8	↑14	30분전 - 이현	진입	우리헤어지자 - 이승기	↓2	라차타 - f(x)	↓3	내 귀에 캔디 - 백지영
9	↑4	라차타 - f(x)	↑1	심장병 - 아웃사이더	진입	우리헤어지자 - 이승기	↓2	라차타 - f(x)
10	↓2	거짓말 - 티아라	진입	TTL - 티아라,초신성	진입	따라해 - 에픽하이	↑72	독설 - 테이
11	↑1	Vari2ty - 주얼리	↓5	내 귀에 캔디 - 백지영	↓4	내 귀에 캔디 - 백지영	↓5	Vari2ty - 주얼리
12	↓5	Wanna - 카라	↓5	Hot Stuff - 다비치	진입	TTL - 티아라,초신성	↑3	미스터 - 카라
13	진입	사랑한 후에 - 박효신	↓5	Vari2ty - 주얼리	↓5	사랑 참 어렵다 - 이승철	—	Abracadabra - 브라운아이드걸스
14	↓4	I Don't Care - 2NE1	↓5	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↓1	미스터 - 카라	↓6	내 사랑 내 곁에 - 최진이
15	↑8	심장병 - 아웃사이더	↓4	미스터 - 카라	↓4	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↓4	I Don't Care - 2NE1
16	↑2	사랑 참 어렵다 - 이승철	↓3	거짓말 - 티아라	↑13	독설 - 테이	↓7	초콜릿 - K.will,마리오
17	↓6	소년이여 - G-Dragon	↓1	눈물도 아까워 - 나비	↓7	Vari2ty - 주얼리	↑1	거짓말 - 티아라
18	↑3	사랑이 뭐길래 - 미스에스	↑18	독설 - 테이	↓6	사랑이 뭐길래 - 미스에스	↓6	사랑이 뭐길래 - 미스에스
19	↓5	Hello - G-Dragon	↓5	Wanna - 카라	↑2	생각이나 - 부활	진입	이 노래를 들으면 - 태사비에
20	↓5	바래 - FT아일랜드	↑2	사랑 참 어렵다 - 이승철	↓3	눈물도 아까워 - 나비	진입	사랑한 후에 - 박효신

('09.9월 3주차 멜론, 도시락, 벅스, 엠넷)

- 김태우의 '사랑비', 박효신의 '사랑한 후에', 이승기의 '우리 헤어지자', 이현의 '30분전' 등 남성 발라드 인기 급상승 중
 - 박효신의 '사랑한 후에'는 발매 첫 주, 도시락 및 엠넷 차트 1위, 멜론 13위 진입
 - 김태우의 '사랑비'는 멜론 1위 (전주비 3위 상승), 도시락 3위 (1위 상승), 엠넷 및 벅스 2위 진입
 - 이승기의 '우리 헤어지자'도 발매 첫 주 도시락 8위, 엠넷 9위로 등장
 - 이현의 '30분전'은 멜론 8위(전주비 4위 상승), 도시락 6위(6위 상승), 엠넷 4위(5위 상승), 벅스 3위(39위 상승)으로 지속 상승 중
 - 이 외에도 이승철의 '사랑 참 어렵다', 테이의 '독설' 등도 함께 인기
 - 이후 플라이투더스카이의 환희, 휘성, 김종국, 윤건 등 그동안 발라드 장르에서 강세를 보여 온 남자 가수들이 계속해서 신보를 발매할 예정으로 한동안 발라드의 차트 점령이 계속될 것으로 예상

순위	전주 비 변동	곡명-아티스트
1	진입	사랑한 후에 - 박효신
2	↑2	사랑비 - 김태우
3	진입	TTL - 티아라,초신성
4	↓3	Heartbreaker - G-Dragon
5	↑1	I LOVE YOU - 나르샤
6	진입	우리헤어지자 - 이승기
7	↑1	사랑이 뭐길래 - 미스에스
8	↓5	심장병 - 아웃사이드
9	↑11	In The Club - 2NE1
10	↓5	Kiss - 산다라
11	↑2	생각이나 - 부활
12	↓2	Muzik - 4minute
13	↓1	30분전 - 이현
14	↓7	사랑 참 어렵다 - 이승철
15	↑1	사랑은 어쩔 수 없네요 - 윤상현
16	↓7	내 귀에 캔디 - 백지영
17	↓6	Hot Stuff - 다비치
18	진입	가을로 - 타우
19	진입	널바라기 - 박효신
20	진입	속았다 - 태군

(9/14~9/20일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- 싸이 BGM 차트에서도 남성 발라드의 강세는 지속
 - 박효신의 '사랑한 후에' 1위, 이승기의 '우리 헤어지자' 6위, 박효신의 '널바라기' 19위 진입
 - 김태우의 '사랑비' 2위, 부활의 '생각이나' 11위, 이현의 '30분전' 13위, 이승철의 '사랑 참 어렵다' 14위 등 차트 지속 인기
 - 최근 소니 ATV의 표절 내용증명에 대해 YG엔터테인먼트의 양현석 사장이 반대 근거로 언급한 2NE1의 'In the club'이 관심을 증명하듯 차트 순위 급상승

2 산업 동향

2-1. 네이버, 저작권법 위반 방조 혐의 무죄 선고

- 한국음악저작권협회와 한국음원제작자협회, NHN에 불법 음원 유통을 막아달라고 수차례 요청했는데도 전혀 개선되지 않았다며 검찰에 고소
 - (주)NHN은 어린이 전용 사이트에 동요 여러 곡을 배경음악 등에 무단 사용한 혐의(저작권법 위반), (주)NHN 서비스는 블로그나 카페에서 불법 음원이 유통되는 것을 알고 있었고 이를 막는 상용화한 기술이 개발됐는데도 이를 도입하지 않아 저작권이 침해되는 것을 방조한 혐의(저작권법 위반 방조)로 기소
- 법원은 NHN과 NHN서비스에 대해서는 무죄를, 담당직원에 대해서는 벌금형 선고
 - NHN과 NHN서비스가 저작권법 위반 행위를 저지른 직원 최씨와 권씨에 대한 주의와 감독을 게을리했다는 사실을 인정할 만한 증거가 없다"며 무죄 선고
 - 그러나 해당 사이트를 관리하는 직원 2명에 대해서는 저작권 침해에 대한 주의감독 소홀을 인정, 벌금 500만원과 300만원 선고
 - 블로그를 방문해 음악 파일을 다운받는 네티즌이 많고 광고 수익으로 연결되기 때문에 담당 직원은 이를 안 이상 삭제할 의무가 있다며 사건 발생 이후 저작권 침해 방지를 위해 노력한 점을 참작해 벌금형 선고

2-2. 빌보드 코리아, 10월부터 정식 오픈

- (사)한국연예제작자협회(KEPA), 미국의 빌보드 한국 도입 계획 발표('09.10월부터)
 - 2009년 8월 19일, KEPA는 닐슨 미디어와 빌보드 차트 시스템을 국내에 도입하기 위한 MOU를 체결한데 이어, 27일에는 본 계약 체결
 - '09.10월부터 빌보드 코리아가 정식으로 오픈 할 계획이며 12월부터 국내 음악 차트가 빌보드에 게재 예정
 - 빌보드 코리아에는 전 세계 음악시장에 대한 음악 콘텐츠와 정보 공급 예정
 - 빌보드 코리아의 콘텐츠는 인터넷, 모바일 등의 디지털 기기를 통해 공급 될 예정이며, 특히 모바일 애플리케이션 개발에 역점을 두고 있음
- 한편, (사)한국음악콘텐츠산업협회(음콘협)도 미국의 빌보드, 일본의 오리콘과 같은 신뢰도 높은 국내 대중음악차트를 신설할 예정
 - 모바일 이동통신3사, 주요 온라인음악서비스업체 및 오프라인 유통업체와의 협력을 통해 판매데이터를 기초로 한 차트 도입 예정
- 연제협의 빌보드코리아, 음콘협의 차트 등의 오픈 시 소비자들이 대중음악 동향에 더 쉽게 접근할 수 있을 것으로 예상

2-3. 소니 ATV, YG엔터테인먼트에 표절논란관련 법적 대응

- 소니 ATV, YG 엔터테인먼트에 표절에 대한 공식적인 입장 표명
 - 국내외 뮤지션의 저작권을 관리하는 소니 ATV뮤직퍼블리싱(이하 소니ATV)이 YG엔터테인먼트에 저작물 무단이용에 대한 통지서 발송
 - 지드래곤의 '하트브레이커'는 미국 힙합 가수 플로 라이다(Flo Rida)의 '라이트 라운드(Right Round)', '버터플라이'는 밴드 '오아시스(Oasis)의 '쉬즈 일렉트릭(She's electric)'과 비슷하다는 논란이 있었으며, 빅뱅의 일본 발매곡 '위드 유(With U)'와 투애니원(2NE1)의 '아이 돈 케어(I Don't Care)'가 각각 조(Joe)의 '라이드 윗 유(Ride wit U)', 라이오넬 리치(Lionel Richie)의 '저스트 고(Just Go)'와 상당 부분 유사 지적
- SONY ATV와 가요계 관계자들의 입장
 - 소니 ATV는 "지난 9월 17일 법무법인을 통해 저작물 무단이용에 대한 통지서를 해당 곡들이 수록된 음반의 기획, 제작사인 YG엔터테인먼트와 해당 곡들의 작곡자 및 편곡자들에게 발송했다" 며 현재 회신을 기다리는 중임
 - 소니ATV는 "당사는 이번 표절 논란의 해결 과정이 한국 대중음악 산업 발전에 있어 고통스럽지만 의미 있는 발걸음으로서의 역할을 해내기를 진심으로 바란다." 고 밝힘
 - 이에 대해 YG엔터테인먼트 양현석 사장은 논란과 언론 보도에 대해 불쾌감을 표명하며, 원작자의 의견을 제시할 것을 요구
 - 가요계 관계자들은 이번 표절논란 결과에 따라 향후 가요계에 미칠 영향력에 주시, 만연하던 표절 풍토에 적지 않은 파장을 끼칠 것으로 예상

2-4. 공정위, 온라인음원제공업체의 무료체험 후 유료전환 약관 무효

- 공정위원회, 온라인 음원제공업체의 서비스 이용약관 중 무료체험 이벤트 참가시 유료서비스 가입을 강제하는 조항과 유료서비스 중도해지 제한조항에 대해 수정 또는 삭제하도록 시정권고
 - 시정 권고 대상 : 로엔엔터테인먼트(멜론), KT뮤직(도시락), LG텔레콤(뮤직온), Mnet(엠넷), 소리바다, 네오위즈박스(박스) 등 6개 업체
 - 무료체험 이벤트 참여 후 별도로 해지신청을 하지 않으면 자동으로 유료 서비스에 가입되도록 조항을 집행해왔음
 - 공정위는 이를 기습조항으로 판정, 약관법상 무효
- 또한 고객이 중도해지 신청을 해도 음원 제공업체들이 남은 기간에 대한 요금을 돌려주지 않고 이용기간 만료일까지 사용토록 한 사실상 중도해지권 제한 시정명령
 - 음원제공 서비스는 1개월 이상 제공되는 계속거래에 해당돼 관련 법률에 따라 중도해지할 수 있으므로 이를 제한하는 것은 고객의 해지권을 박탈하는 것이라고 밝힘
 - 단, 무제한 다운로드 서비스의 경우 디지털저작권관리(DRM)가 적용된 음원을 무제한으로

다운로드 받을 수 있는데다 계약이 해지되더라도 다운로드 받은 음원을 1개월간 재생시켜 들을 수 있는 만큼 중도해지 제한 가능

2-5. 2009 아시아 음악산업 리더포럼 (2009 Asia Music Industry Leader's Forum) 논의

- 2009 아시아 음악산업 리더포럼 (2009 Asia Music Industry Leader's Forum)은 '아시아 디지털 음악시장 활성화를 통한 아시아 음악산업 발전 방안'을 주제로 100여명이 넘는 아시아 각국의 음악산업 실무자들이 대거 참석한 가운데 아시아 음악산업의 공동 발전 및 교류 확대를 위한 다양한 방안을 논의
 - 9월 19일 오전 10시 서울 서대문구 홍은동 그랜드힐튼호텔 컨벤션룸에서 개최
 - 올해로 3회째를 맞는 아시아음악산업리더포럼은 '2009 아시아송페스티벌'(아송페) 행사의 일환
 - 한국의 SM엔터테인먼트 김영민 대표, 빅뱅의 일본 소속 레코드 레이블로서 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 아시아 음악산업의 중심에 있는 주요 인사들이 발제자로 참석
- SM엔터테인먼트 김영민 대표, '디지털 환경에서의 아시아 음악산업의 문화교류'란 주제로 발제, 아시아 연합법인 제의
 - 디지털 음원으로 음반시장의 중심이 변화된 상태에서 이를 뒷받침할 만한 제도의 미정착 문제와 왜곡된 음반시장의 수익구조, 이에 대한 해결책을 제시
 - 유통사가 콘텐츠 제작사인 음반 제작사보다 더 많은 수익을 취득하는 통신사 중심의 디지털 음원수익배분 해결을 위해 아시아를 기반으로 한 연합형태의 회사 설립을 제시
 - 김 대표는 아시아 연합 회사를 통해 국제적 음원 가격 기준 마련을 위한 협상력을 높이고 신뢰성이 높은 표준 정산시스템 채택해 유연하게 대처할 필요가 있음을 피력함
 - 또한 아시아 각국의 디지털 유통시장에 대한 정확한 정보를 사전 교류해 이를 현실화할 필요가 있다고 주장

2-6. 에픽하이, 美 iTunes 힙합 차트 Top 100 진입

- 에픽하이 6집 [e], 미국 'iTunes'(아이튠즈) Hip-Hop/Rap 차트 TOP 100 순위 진입
 - 9/16일 iTunes로 발매된 [e], 9/23일 국내 아티스트 최초로 차트 진입
 - 현재 Jay-Z(제이지), Flo-Rida(플로리다), Nas(나스), Timbaland(팀발랜드) 등 세계적인 아티스트와 함께 차트 진입
 - 에픽하이는 지난 7월 일렉트로닉 리믹스 앨범 '리믹싱 더 휴먼 소울'(Remixing the Human Soul) 또한 iTunes로 발매하여 미국 아이튠즈 앨범차트 전자음악 부문 7위에 오른바 있음

3 기술 동향

3-1. 국내 IT업체 '앱스토어' 오픈 열기

- 전 세계적인 모바일 애플리케이션 오픈마켓 시장 경쟁 본격화 추세에 따른 국내 IT업체들 앱스토어 오픈 열기

전세계 모바일 애플리케이션 오픈 마켓 현황				
운영주체	앱스토어 이름	이용단말기	개발환경	시작일
애플	앱스토어(App Store)	아이폰, 아이팟 터치	OS X	2008년 7월
구글	안드로이드 마켓 (Android Market)	구글폰	안드로이드	2008년 10월
RIM(블랙베리)	앱 월드(App World)	블랙베리폰	블랙베리운영체제	2009년 4월 1일
노키아	오비스토어(OVI Store)	노키아 스마트폰	심비안	2009년 5월
마이크로소프트	윈도 마켓플레이스 (windows marketplace for mobile)	윈도모바일 스마트폰	윈도모바일	2009년 5월 3일
차이나모바일	모바일마켓 (Mobile Market)	차이나모바일 가입 전화	미정	2009년 하반기 예정
삼성전자	삼성 애플리케이션 스토어	삼성휴대폰	윈도모바일, 심비안, 자바	2009년 9월
SKT	T앱스토어	SKT 가입전화	SKT표준플랫폼	2009년 9월
KT	앱스토어(잠정)	KT와이브로 등	단말 미정	2009년 11월 예정

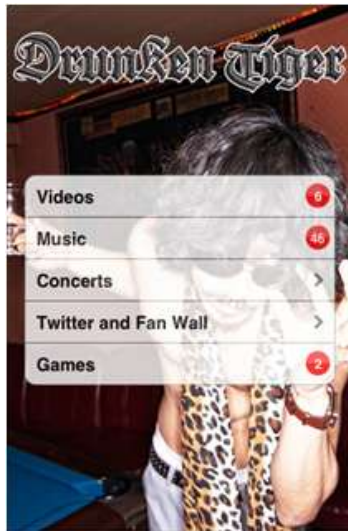
자료 : 한겨레(2009.4.1) 및 방송통신정책 21권 7호 (재가공)

- 국내 IT업체들 연이어 앱스토어 오픈
 - 응용프로그램(애플리케이션 스토어)의 약자인 앱스토어는 미국의 애플이 휴대폰용 소프트웨어를 자유롭게 거래하는 사이트를 만들면서 일반화 됨
 - 새로운 수익 모델 확보 및 무선 인터넷 콘텐츠 개발을 위한 아이디어 수집 차원에서 앱스토어 사업을 확장하는 추세
 - 통신업체 입장에서는 개발자들이 어플리케이션을 자유롭게 거래할 수 있는 개방된 마켓을 제공하는 대신, 이용자들이 어플리케이션을 다운로드하기 위해 내는 요금의 일부를 수수료로 책정하여 수익을 거둬
 - 또한 앱스토어에서 인기를 얻은 경쟁력 높은 콘텐츠에 대해서는 굳이 웹에 접속하여 다운로드 받지 않고도 휴대폰에서 바로 접속해서 쓸 수 있는 무선인터넷 콘텐츠로 개발 가능

- 2008년 애플에서 앱스토어를 오픈한 후 만 1년 만에 5만개 프로그램 등록, 10억번 이상 다운로드 등으로 성공하면서 경쟁업체들이 유사모델을 적용함
 - LG전자는 7월 LG애플리케이션 스토어(www.lgapplication.com)를 열었고, 9월초 SK텔레콤이 앱스토어(www.tstore.co.kr)를 시작했으며, 삼성전자의 경우도 영국, 프랑스, 이탈리아 등에서 앱스토어를 시작
 - KT에서도 사업진출 발표(9/25)를 통해 11월 개방형 앱스토어 오픈 공표
- 콘텐츠 개발자 부족, 브랜드별 스마트폰 인구의 분산, 콘텐츠 개발 등록비 체계 등 한국형 앱스토어의 난제로 인해 성공여부는 지켜봐야함
- 앱스토어는 개인개발자나 작은 기업들이 손쉽게 마켓에 참여해 자신의 아이디어와 실력만으로도 성공할 수 있으며 음악 등 문화콘텐츠분야에서 우선적으로 활용될 것으로 예상
 - 앱스토어를 통해 형성된 모바일 애플리케이션 시장은 유무선, 모바일, 상거래 등 각종 연동 사업을 전개하는 확장성과 잠재력을 기반으로 지속적인 영향력이 확대될 것으로 예상

3-2. 국내 음악 산업 모바일 애플리케이션(APP)활용 사례 증가

- 국내 음악 산업 APP활용 사례 증가



[그림] Drunken Tiger 아이폰용 APP

- 드렁큰 타이거의 경우 앨범 홍보 및 팬관리를 위한 APP인 “Drunken Tiger -Official App”를 개발하여 한국 연예인 최초의 아이폰 APP를 출시함(8/30)
 - SS501의 경우 화보집을 아이폰 및 아이팟터치용 APP로 개발하여 일본 및 아시아 시장을 겨냥하고자 함
- 공중파 TV방송국 중 MBC는 iPhone(iPod Touch)용 실시간 라디오 어플리케이션 개발
- 표준FM과 FM4U 실시간 라디오 듣기 가능

- 해외에서 가장 인기있는 어플리케이션은 판도라라디오이며, 국내에서는 이미 네티즌들이 직접 운영하는 음악방송을 들을 수 있는 인터넷 음악방송용 세이클럽의 SayCast가 '09.2월 개발된바 있음
 - 모바일용 어플리케이션은 네트워크를 이용하여 배터리 소모가 빠르고 신호가 강하지 않으면 청취가 어렵다는 단점이 있지만 튜너 없이 원하는 것을 듣는 장점이 있음
- 애플의 앱스토어(APP Store)를 활용한 해외 음악산업 활용 사례
- 애플의 앱스토어(APP Store)에서 현재 100여개의 음악관련 어플리케이션을 무료 또는 유료로 판매하고 있음
 - Pandora, LAST FM등의 음악추천 및 인터넷 라디오 어플리케이션, 기타리스트, 드럼키트 등의 악기연주 어플리케이션, 콘서트 및 페스티벌 관련 정보제공 어플리케이션, 아티스트 어플리케이션 위주로 구성
 - Last.FM의 경우 모바일 어플리케이션 서비스를 통해 음악추천에서부터 공연정보를 제공하고 공연장 지도를 구글맵으로 서비스하며 공연장으로 직접 전화연결까지 하는 등 모바일 환경의 장점을 활용
- 새로운 마케팅 대안으로 떠오른 아티스트 어플리케이션(APP)
- 아티스트 어플리케이션은 비디오인터뷰, 최신뉴스, 앨범노트, 사진 자료 등의 내용위주로 구성되며 마케팅 수단으로 제작하므로 지속적 업데이트가 운영의 관건임
 - 아티스트 어플리케이션은 Lady Gaga, The Pussycat Dolls, Snow Patrol, Nine Inch Nails 등 새앨범 발매 시점이나 현재 활동 중인 아티스트 위주로 제작하는 경향임
 - 지난 4월 빌보드매거진에서 선정한 Top 5 Artist App인 Pink, Lady Gaga, Akon, Soulja Boy, Death Cab for Cutie의 경우는 모두 무료로 제공하나 \$4.99에 판매한 힙합 아티스트 Snoop Dogg의 경우처럼 유료판매도 있음.
 - 현재 미국 음악계에서 애플의 APP제작은 최근 음악 마케팅의 중요한 영역으로 부상하였으며 MySpace에 아티스트 페이지를 개설하는 것처럼 당연시 되고 있어 보다 많은 아티스트들로 확대될 것으로 예상됨
 - 시대적 흐름에 맞추어 아티스트와 팬과의 접촉점을 확대하고 관계를 더욱 견고하게 하는 새로운 마케팅 전략실현을 위한 완벽한 플랫폼으로 부상중

4

정책 동향

4-1. 문화체육관광부, 저작권 상생협의체 및 저작권포럼 발족

- 문화체육관광부, 한국저작권위원회와 함께 저작권 상생협의체 및 저작권 포럼 발족식 (9/22일)

- 문화체육관광부, "디지털네트워크시대, 권리와 이용의 새로운 상생적 균형"이라는 新저작권 구상을 제시
 - 그동안 개정저작권법 등 정부의 저작권보호강화에도 불구하고, 한편으로는 저작물 이용에 대한 불확실성과 불안감, 갈등 심화
 - 이에 따라 보호/규제를 뛰어넘어 디지털 환경을 고려한 저작권 생태계 조성/구축 목적
 - 사회적 합의에 기반한 공정이용 가이드라인 정립, 저작권집중관리 체제의 선진화, 확대된 집중관리제 단계적 도입, 공공저작물에 대한 전향적인 공개/공유 등을 제시
 - 이런 사안의 이해관계 조정과 심도있는 토론을 위해 협의체와 포럼 설치
 - 저작권 상생협의체는 문제해법을 제시하고, 저작권 포럼은 이론적으로 검토하는 상호보완적 관계이며 저작권위원회내 지원팀 설치
- 저작권 상생협의체는 이해관계가 얽힌 중요한 저작권 이슈들에 대하여 전문성과 중립성을 갖춘 상임위원과 이해관계자 대표가 모여 상생의 해법을 찾고(소통마당), 포럼은 저작권 이슈에 대한 심도 있는 이론적 검토와 담론확산에 주력(토론마당)
 - 문제해결을 위한 실용적이고 자율적인 모임으로, 이슈발굴부터 대안제시까지 상호 긴밀한 보완관계 역할
 - 상임위원으로 안문석 고려대 교수, 정홍택 한국저작권단체연합회 회장, 허진호 한국인터넷 기업협회 회장, 윤종수 대전지법 논산지원장, 이해완 변호사, 유병한 문화부 문화콘텐츠산업실장 선임
- 저작권 위원회에서 논의된 내용을 전문가들이 모여 검토하는 저작권 포럼에는 이상정 한국저작권법학회 회장·홍승기 엔터테인먼트법학회 회장·이대희 고려대 교수 등이 참여
 - 9/24일 1차 포럼 개최, 유인촌 문화체육관광부 장관과 저작권 관련 주요 인사를 비롯해 영화배우, 가수, 작곡가, 소설가 등 문화예술인과 저작권 관련 업계 등 약 200여명 참석
 - 주제 : 창작 활성화를 위한 저작권보호 방안

5 해외 동향

5-1. 美 ASCAP 및 BMI, 30초 미리듣기 서비스에도 저작권료 부과 요구

- 미국의 ASCAP 및 BMI가 30초 미리듣기 서비스에 저작권료 부과 요구
 - 미국의 작곡가·작가·출판인협회(ASCAP)※ 및 전국방송연합(BMI)※가 iTunes와 같은 음원 제공 서비스 업체에 30초 미리듣기에 저작권료 부과를 요구
 - 30초 음원 제공 서비스는 비단 iTunes 뿐만 아니라 광고에 삽입된 음원, 라디오 및 TV를 통해 송출되는 모든 음원에 저작권료가 부과 되어야 한다고 요구, 이에 따라 음원 제공 업체 및 광고, 방송 업체들의 반박 거세

- 스트리밍 서비스 업체들은 ASCAP와 BMI의 주장이 무리한 요구라고 반박
 - 현재 30초 미리듣기 서비스는 iTunes를 비롯해 MySpace, Spotify등이 제공하는 서비스
 - 30초 미리듣기를 통해 소비자들은 음원을 구매할 때 다양한 선택을 할 수 있는 폭 넓은 기회를 제공
 - 미리듣기 서비스마저 저작권법에 저촉이 될 경우 그 몫은 업체들의 몫뿐만 아니라 순전히 소비자에게 돌아가며 이는 단순히 음원 제공 업체들만의 문제가 아니라고 주장
 - 30초 서비스의 접근이 제한 될 경우 오히려 음원 판매율 하락 우려
 - 음원을 무료로 다운로드 하거나 스트리밍 서비스를 통해 음악을 듣는 소비자들 중 60% 이상이 CD 혹은 정품 음원을 다시 구입

- ASCAP와 BMI의 저작권료 부과 요구의 이유
 - ASCAP와 BMI가 30초 서비스에도 저작권료를 부과하려는 이유는 아직 디지털 음악 산업이 뚜렷한 수익 모델을 창출해내지 못하고 있다는 것을 반증
 - '09.7월 ASCAP는 휴대폰 벨소리에도 저작권료를 부과해야 한다고 주장하여 논란
 - 이로 인해 미국 디지털권익보호재단(EFF)* 역시 ASCAP의 주장에 반박

- 디지털 음악 시장에서 다양한 수익 창출 모델이 지속적으로 등장하면서 저작권으로 수익을 얻을 수밖에 없는 ASCAP와 BMI가 지속적으로 추가 요구를 하고 있음
 - iTunes의 경우 최근 'iTunes LP'라는 신개념 디지털 앨범 형식을 발표, Nokia는 U2의 새 앨범을 Blackberry 모바일 폰을 통해 발매
 - MySpace는 최근 유료 스트리밍 서비스로 전환 하였으며, Napster 역시 월 10\$ 무제한 스트리밍 서비스 및 다운로드 서비스를 제공
 - Virgin Media와 Universal은 소비자들에게 음원을 무제한으로 제공해주겠다고 발표하였으나 SONY 및 EMI가 이에 대하여 강력히 반박

- ※ ASCAP : American Society of Composers, Authors, and Publishers의 줄임말로 미국 작곡가, 작가, 출판업자 협회로 작곡가 등 음악저작권자를 위한 저작권관리단체
- ※ BMI : Broadcast Music Inc. : 전국방송연합으로 ASCAP와 더불어 음악 저작권을 보호하고 관리하는 단체로 1940년 미국의 수백개 라디오 방송 사가 설립한 조직
- ※ EFF : Electronic Frontier Foundation 미국의 대표적인 디지털 권익 보호 단체

5-2. 중국, 세계무역기구(WTO)의 저작권 관련 판정에 불복

- 중국, 외국산 영화와 음악, 출판물 등에 대한 자국 수입규제가 국제무역규정 위반이라는 세계무역기구(WTO)의 판정에 불복, 항소(9/22일)
 - 중국 신화통신, 지난 2007년 미국이 중국을 상대로 WTO에 제소한 외국산 영화 및 출판물 수입 규제와 관련한 판정이 부당하며, WTO에 이에 대한 객관적이고 공정한 심리

요청을 향소했다고 보도

- 특히 중국은 최근 외국곡에 대한 사전 승인 제도를 발표하는 등 외국 콘텐츠에 대한 제재를 강화하고 있어 무역제소는 계속될 것으로 보임
 - 론 커크 미 무역대표부(USTR) 대표는 “외국 콘텐츠 배포에 관한 중국의 규제 장벽이 여전히 높고, 그로 인해 중국 내 불법 복제가 전 세계에서 가장 높은 증가 속도를 보이고 있다”고 주장
 - 야오젠(姚堅) 중국 상무부 대변인, “중국은 WTO에 가입한 이래 음악·출판물 시장접근 문제에 있어서 WTO의 규정을 성실하게 준수, WTO 분쟁조정위원회가 미국의 제소를 기각하지 않은 것은 부적절하다”고 반발
- WTO 분쟁조정위원회, 다시 2~3개월 동안 국제자유무역 규범의 위반 여부를 심리
 - 중국이 해당 분쟁에서 승소여부와는 관계없이 일단 제소를 하게 되면 4~5개월 이상 시간을 벌 수 있기 때문에 전략적인 관점에서 향소한 것으로 보임
 - 중국측이 제기한 향소는 7명의 위원으로 구성된 WTO 분쟁조정위원회에서 다시 2~3개월 동안 국제자유무역 규범의 위반 여부를 심리

5-3. 독일, 2013년까지 음악 시장을 성장시키기 위한 계획 착수

- 독일 음악 시장, 기존 CD음반 판매로 인한 손실을 새로운 디지털 음악 시장의 성장을 통해 만회하고자 하는 계획 발표
 - 지난 10년 간 독일의 음반 시장(CD 기준)은 50% 이상의 하락을 보이며, 2008년엔 음반 시장 규모가 300억 달러 수준에 머무르고 있음
 - 반면 디지털 음악 시장의 규모는 2008년 8%에서 2009년 9월 현재까지 20%가량 상승하며 2.5배 성장
 - IFPI의 디지털 음악 보고서에 따르면 독일은 2008년에 미국, 일본, 영국, 프랑스에 이어 세계에서 5번째로 큰 음악 시장을 형성하고 있음
 - 독일의 음악시장은 CD판매를 통한 시장 형성이 일반적이었으나 전 세계적으로 CD판매가 감소하고 디지털 음악 판매가 증가함에 따라 디지털 중심의 산업 정책을 계획

Top five digital music markets (2008)	
Country	Digital share
US	39%
Japan	19%
UK	16%
France	12%
Germany	9%

Source: IFPI. Figures reflect digital shares for the period of Jan-Jun 2008.

[표] 2008년 디지털음악시장 규모 5대 국가 (출처 : ifpi)

- 독일의 디지털 음악 시장의 소비자 증가와 서비스 형태 계획
 - 독일의 디지털 음악 소비자는 현재 500만 명에 불과하나 2013년 까지 1,500만 명 까지 끌어올릴 계획
 - 독일의 인구는 8,240만 명으로 이 중 5,520만 명이 인터넷을 사용하고 있으며 2,340만 명이 광대역 서비스를 이용
 - 따라서 인터넷을 기반으로 한 디지털 음악 서비스를 제공하는 형태로 음악 시장이 형성 될 것으로 예측
 - YouTube, MySpace, Spotify와 같은 형태의 음악 스트리밍 서비스를 바탕으로 한 ISP (인터넷 서비스 사업자, Internet Service Provider)의 음악 제공이 이루어 질 계획
 - 또한 PC와 모바일 폰 서비스의 기능을 확대하여 전체 서비스 사용자 중 12%만이 합법 적 다운로드를 하고 있는 상황을 개선

5-4. 유럽 온라인 음악 서비스 스포티파이(Spotify), 미국 진출 예정

- 스포티파이(Spotify)는 서비스 개시 11개월 만에 유럽 지역 6개국에서 회원 500만명, 사용자당 일일 평균 서비스 접속 시간 72분
 - 600만여 곡의 음악을 저작권자로부터 라이선스를 획득한 뒤 무료 제공하는 서비스
 - 스트리밍 방식이지만 ‘캐싱’방식으로 한 번 들은 음악을 들을 때마다 다시 선택하는 번거로움을 없앴기 때문에 마치 사용자의 하드디스크에 다운로드한 음악 이용과 동일
 - 무료로 음악을 듣는 대신 20분마다 음악 사이에 20~30초짜리 광고 삽입
 - 유료 서비스에 가입하면 광고없이 고음질로 이용가능하나 유료 서비스 사용료 199달러 지불
 - 최근 애플이 아이폰용 스포티파이 애플리케이션을 선보이면서 모바일 시장으로 확대
 - 스포티파이는 유럽에서 소니뮤직엔터테인먼트·유니버설뮤직·워너뮤직그룹 등 주요 음반사로부터 음악 라이선스 구매
- 그러나 최근 미국에서 유사한 형태의 무료 음악 스트리밍 서비스들이 광고 유치와 유료 가입자 확보에 실패하고 있어 진출 후가 중요
 - 판도라미디어·AOL뮤직·마이스페이스뮤직·마이미 등 경쟁한 스트리밍 서비스 업체들이 서비스 중
 - 스포티파이가 미국 시장에 연착륙하려면 광고주 모집 외에도 전체 회원의 5~10%를 유료 회원으로 전환이 필요하나 유료 사용료가 비싸고 스포티파이의 무료음악 이미지를 뛰어넘을 수 있을지 관건

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 9월 3주차 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. 네이버, 저작권법 위반 방조 혐의 무죄 선고

서울신문, 09/09/25, “저작물 불법유통 포털에 책임 못 물어”

국민일보, 09/09/24, 네티즌이 올린 동요·불법음원 방치 네이버 직원 2명 벌금형

아시아경제, 09/09/24, 법원, '저작권 침해' NHN 무죄 선고

연합뉴스, 09/09/24, “저작권 위반” 피소 네이버에 무죄 선고“

2-2. 빌보드 코리아, 10월부터 정식 오픈

Music Industry Report, 09/09/16, Billboard and ViewLife Join Forces to Launch Billboard Korea

Billboard Korea, <http://www.billboardk.com/index.html>

동아일보, 09/09/24, ‘빌보드 코리아 차트’ 12월부터 만든다

스포츠서울, 09/09/24, '빌보드 코리아' 차트 생긴다

아시아경제, 08/03/03, 음악파일에도 바코드를? 음원 총합 차트 나온다

2-3. 소니 ATV, YG엔터테인먼트에 표절논란관련 법적 대응

뉴스엔, 09/09/23, 지드래곤·테디·쿠시 ‘YG 대표 작곡가’ 표절시비 불명예에 언제까지 침묵?

OSEN, 09/09/21, 소니ATV, YG에 저작물 무단이용에 대한 통지서 발송

노컷뉴스, 09/09/21, 美 뮤지션 저작권 관리社 “YG와 법적 대응 중”

2-4. 공정위, 온라인음원제공업체의 무료체험 후 유료전환 약관 무효

경향신문, 09/09/27, 멜론·소리바다 등 공정위 제재

2-5. 2009 아시아 음악산업 리더포럼 (2009 Asia Music Industry Leader's Forum) 논의

이데일리, 09/09/19, SM 대표, “亞 연합해 위기의 디지털 음원시대 대처해야”

세계일보, 09/09/21, “아시아 통합 음악법인 필요”

2-6. 에픽하이, 美 iTunes 힙합 차트 Top 100 진입

한국경제, 09/09/25, 에픽하이, 국내 가수 최초 美 'iTunes' 차트 TOP 100 진입!
 뉴스엔, 09/09/25, 에픽하이 [e], 美아이튠즈 차트 TOP 100진입 '국내가수 최초'

3-1. 국내 IT업체 '앱스토어' 오픈 열기

조선일보, 09/09/25, '앱스토어' 열풍 뜨겁다

3-2. 국내 음악 산업 모바일 애플리케이션(APP)활용 사례 증가

애플 앱스토어 리뷰 <http://app.co.kr/>

4-1. 문화체육관광부, 저작권 상생협의체 및 저작권포럼 발족

한국경제, 09/09/24, 저작권 '클린포럼' 24일 개최, 저작권불감증 해소 기대
 연합뉴스, 09/09/22, 문화체육관광부, '저작권 상생협의체' 와 '저작권 포럼' 발족
 파이낸셜뉴스, 09/09/23, '저작권 상생협의체' 발족
 전자신문, 09/09/23, 저작권 '공정이용' 지침 만들자
 연합뉴스, 09/09/22, 문화부 '새 저작권 구상' 추진(종합)

5-1. 美 ASCAP 및 BMI, 30초 미리듣기 서비스에도 저작권료 부과 요구

PC World, 09/09/18, Music Industry Wants Apple, Amazon to Pay Up
 Gizmodo, 09/09/17, Music Industry Wants Royalties From iTunes 30 Second Samples
 Mashable, 09/09/17, Music Industry Wants Royalties on 30-Second Previews and TV Downloads
 CBS News, 09/09/17, Musicians: iTunes Not Paying Fair Share
 ZeroPaid, 09/09/22, Music Publishers: "Apple Should Pay for iTune's Song Samples"

5-2. 중국, 세계무역기구(WTO)의 저작권 관련 판정에 불복

문화일보, 09/09/23, 美-中 무역분쟁, 이번엔 문화부문으로... 中, '영화 등 수입규제는 위반'
 WTO 판정 불복
 서울경제, 09/09/23, 中, 영화 등 수입규제 관련 WTO 판정에 항소

5-3. 독일, 2013년까지 음악 시장을 성장시키기 위한 계획 착수

Music Week, 09/09/21, Digital to power German market to recovery by 2013
 Billboard Biz, 09/09/18, German Market Set To Return To Growth In 2013
 Telecom Paper, 09/09/18, German music market to start growing in 2013, due to digital

IFPI, Digital Music Report 2009

5-4. 유럽 온라인 음악 서비스 스포티파이(Spotify), 미국 진출 예정
전자신문, 09/09/22, 유럽 무료 음악서비스, 미국 시장도 성공할까

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