

문화로 생동하는 대한민국

2009년 10월 첫째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

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

10월 첫째주 음악산업 동향

- 불법복제파일 감시 시스템 'ICOP' 적용 후 '09년 불법음원파일 복제 감소
- 해외 SNS사이트의 새로운 비즈니스 모델 개발 노력
 - 페이스북, 닐슨미디어리서치와 손잡고 최적화된 광고 모델 제안
 - 마이스페이스, 음원 스트리밍 대신 동영상 서비스 준비
- 유럽연합(EU), MP3플레이어 새 음량 표준 규정 마련

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

1-1. 2009년 9월 4주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

2-1. 온라인 음원 파일 불법 복제 감소

2-2. 동방신기, 일본 온/오프라인 차트 상위권 기록

2-3. 10대 저작권법 위반 증가에 비해 교육 운영 미흡

3. 기술 동향

3-1. 美 애플 앱스토어 다운로드 20억회 기록

3-2. 국산 음악 합주게임, 밴드마스터 인기

3-3. 워너뮤직, 유튜브와 유니버설의 합작 뮤직비디오 서비스 VEVO 참여

4. 정책 동향

4-1. 방송통신위원회, '무선인터넷 활성화 추진계획' 발표

5. 해외 동향

5-1. 유럽연합(EU), MP3플레이어 새 음량 표준 규정 마련

5-2. SNS사이트 페이스북, 시장조사기관 닐슨 미디어 리서치와 파트너 협약

5-3. 마이스페이스, 동영상서비스 실시로 수익모델 변화

5-4. 英 음악사이트 We7, 인디뮤지션 전용 채널 출시

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 9월 4주차 음원 판매 현황

순위	멜론(9.20-9.26)		도시락(9.21-9.27)		엠넷(9.21-9.27)		벅스(9.17-9.23)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑23	우리 헤어지자 - 이승기	↑7	우리 헤어지자 - 이승기	—	사랑한 후에 - 박효신	진입	우리 헤어지자 - 이승기
2	↓1	사랑비 - 김태우	↓1	사랑한 후에 - 박효신	↑10	TTL - 티아라,초신성	↑18	사랑한 후에 - 박효신
3	↑10	사랑한 후에 - 박효신	↑7	TTL - 티아라,초신성	↑6	우리 헤어지자 - 이승기	↑46	TTL - 티아라,초신성
4	↓2	Heartbreaker - G-Dragon	↓1	사랑비 - 김태우	↓2	사랑비 - 김태우	↑72	따라해 - 에픽하이
5	↑21	TTL - 티아라,초신성	↓1	Muzik - 4minute	↑5	따라해 - 에픽하이	↓3	사랑비 - 김태우
6	↓2	Muzik - 4minute	↓4	Kiss - 산다라	↓2	30분전 - 이현	↓5	Kiss - 산다라
7	↓4	Kiss - 산다라	↓2	Heartbreaker - G-Dragon	↓4	Kiss - 산다라	↓4	30분전 - 이현
8	↓3	내 귀에 캔디 - 백지영	↓2	30분전 - 이현	↓3	Heartbreaker - G-Dragon	↓3	Muzik - 4minute
9	↓1	30분전 - 이현	↓2	라차타 - f(x)	↓2	Muzik - 4minute	↓2	Heartbreaker - G-Dragon
10	↓4	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↑11	따라해 - 에픽하이	↓2	라차타 - f(x)	↑44	세상이 그대를 속일지라도 - 김건모
11	↓2	라차타 - f(x)	—	내 귀에 캔디 - 백지영	↓5	심장병 - 아웃사이더	↓7	심장병 - 아웃사이더
12	↓5	미스터 - 카라	—	Hot Stuff - 다비치	↓1	내 귀에 캔디 - 백지영	↓6	사랑 참 어렵다 - 이승철
13	↑2	심장병 - 아웃사이더	↓4	심장병 - 아웃사이더	진입	사랑인걸요 - 태연,써니	↓5	내 귀에 캔디 - 백지영
14	↑35	따라해 - 에픽하이	진입	사랑인걸요 - 태연,써니	—	Hot Stuff - 다비치	↑39	넌바라기 - 박효신
15	↓4	Vari2ty - 주얼리	↓2	Vari2ty - 주얼리	↓2	사랑 참 어렵다 - 이승철	↓6	라차타 - f(x)
16	↓6	거짓말 - 티아라	↓2	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↓1	미스터 - 카라	↓6	독설 - 테이
17	↑41	면사포 - 이승기	↓2	미스터 - 카라	↑6	넌바라기 - 박효신	진입	너라면 좋겠어 - 윤도현
18	↓4	I Don't Care - 2NE1	—	독설 - 테이	↓2	Abracadabra - 브라운아이드걸스	↓7	Vari2ty - 주얼리
19	↓7	Wanna - 카라	↑19	면사포 - 이승기	↓2	독설 - 테이	진입	사랑을 믿어요 - 이루
20	↑5	독설 - 테이	↓3	눈물도 아까워 - 나비	↓2	Vari2ty - 주얼리	진입	면사포 - 이승기

('09.9월 4주차 멜론, 도시락, 벅스, 엠넷)

- 이승기의 '우리 헤어지자'와 박효신의 '사랑한 후에'가 박빙의 선두다툼을 하는 가운데 후발 주자인 이승기의 '우리 헤어지자'가 차트 우위 점유
 - 이승기의 '우리 헤어지자'는 멜론(23위 상승), 도시락(7위 상승), 벅스(진입) 차트에서 1위를 차지하며 차트 석권을 눈앞에 두고 있음
 - 박효신의 '사랑한 후에'는 발매 첫 주인 9월 3주차, 도시락 및 엠넷 차트 1위를 차지하였으며 4주차에는 엠넷 1위, 벅스 (전주비 18위 상승) 및 도시락(1위 하락) 2위, 멜론 3위(10위 상승) 차지
 - 이승기는 이 외에도 '면사포'를 멜론 17위(41위 상승), 도시락 19위(19위 상승), 벅스 20위에 진입시키며 동반 히트를 노리고 있음
 - 이 외에도 이현의 '30분전', 이승철의 '사랑 참 어렵다', 테이의 '독설', 윤도현의 '너라면 좋겠어' 등 남성 발라드 꾸준히 인기

- 발라드 외에도 티아라, 초신성의 'TTL(Time To Love)', 에픽하이의 '따라해' 등 타 장르의 신곡도 차트 인기
 - '거짓말'로 데뷔한 여성 아이돌그룹 티아라가 같은 소속사의 남성 아이돌그룹 초신성과 함께 발표한 'TTL'이 엠넷 2위(10위 상승), 도시락(7위 상승) 및 벅스(46위 상승) 3위, 멜론 5위(21위 상승) 등 눈에 띄는 순위 상승
 - 발매 직후 미국 아이튠즈 힙합 차트 100위에 등장한 에픽하이의 새 앨범 '따라해'도 벅스 4위(72위 상승), 도시락 10위(11위 상승), 멜론 14위(35위 상승) 등장

순위	전주 비 변동	곡명-아티스트
1	↑2	TTL - 티아라,초신성
2	↓1	사랑한 후에 - 박효신
3	↓1	사랑비 - 김태우
4	진입	사랑인걸요 - 태연,써니
5	진입	Honesty - Beyonce
6	—	우리 헤어지자 - 이승기
7	↓3	Heartbreaker - G-Dragon
8	↓3	I LOVE YOU - 나르샤
9	↓2	사랑이 뭐길래 - 미스에스
10	↑1	생각이나 - 부활
11	↑2	30분전 - 이현
12	↓4	심장병 - 아웃사이더
13	진입	Second First Date - DJ AKI
14	↓5	In The Club - 2NE1
15	↓3	Muzik - 4minute
16	진입	내 사랑 내 곁에 - 최진이
17	↑1	가을로 - 타우
18	↓4	사랑 참 어렵다 - 이승철
19	진입	내가 야! 하면 넌 예! - 김태우
20	진입	면사포 - 이승기

(9/21~9/27일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- 싸이월드 BGM 차트에서는 남성 발라드의 열풍이 주춤한 사이 티아라, 초신성의 'TTL'이 1위로 상승
 - 태연, 써니의 '사랑인걸요', 최진이의 '내 사랑 내 곁에' 는 각각 드라마 '맨땅에 헤딩', 영화 '내 사랑 내 곁에'에 삽입되어 주목
 - 이 외에는 전체적으로 지난주와 큰 변화 없이 차트 20위권 안에서 약간의 순위 변동

2 산업 동향

2-1. 온라인 음원 파일 불법 복제 감소

- 문화체육관광부 및 저작권보호센터, '09.8월까지 온라인 적발된 불법 음원은 작년에 비해 60%이상 감소한 314만1549건으로 조사 (9/29일)
 - 인터넷 보급 확대와 멀티미디어 기능 휴대폰이 대중화되면서 불법음원 공유는 매년 증가 추세를 보여왔음
 - 불법 음원 온라인 유통은 '06년 842만925건에서 '07년 848만366건으로 소폭 증가, '08년 1287만4262건으로 50%가량 급증하였으나 '09년 들어 불법 음원 온라인 유통이 감소세로 접어들어 올해는 500만 건 미만으로 그칠 추세
- 불법온라인콘텐츠 유통경로, '포털'이 웹하드 추월
 - 2007~2008년 웹하드 대세, 올해 상반기 포털이 웹하드 앞섬
 - 비밀클럽(등급제 클럽) 등 비공개로 음악을 공유하는 경우 증가, 포털에서 파일정보를 보여주고 다운로드를 링크 걸어 OSP에 연결되게 하거나, 제목과 파일명을 숨기는 방식
- 이는 한국저작권단체연합회 저작권보호센터가 '09.3월부터 가동한 불법저작물 추적관리시스템(ICOP)의 성과로 보여짐
 - '09.3월~8월 모니터링 실적 약 9,000건, 4백만 점, 현재까지 적발한 음악 콘텐츠량 모두 합치면 약 2,561만여 MB분량
 - '09.3월 ICOP 운영을 시작, 현재까지 모두 20개 넘는 OSP 폐쇄 또는 서비스 종료, 또한 저작권보호센터의 복제·전송 중단 요청 받은 OSP가 자체 모니터링 강화
 - 일부 사이트의 경우 합법 사이트로 바뀌거나 사이트가 통·폐합되어 음원 공유 서비스만 종료되기도 함
 - 현재 'ICOP'는 음원을 중심으로 모니터링을 실시하고 있으며, 향후 영상저작물로까지 단속 범위를 확대하여 불법저작물의 단속체계 강화할 방침
- ※ ICOP : 개인 간(P2P) 파일공유 사이트나 웹하드 등 폐쇄형 온라인서비스제공자(OSP)의 음원 콘텐츠를 24시간 검색해 불법 복제물에 대해서는 자동으로 전송을 중단하도록 요

청하는 시스템

2-2. 동방신기, 일본 온/오프라인 차트 상위권 기록

- 동방신기 멤버 영웅재중과 믹키유천의 일본 듀엣 싱글, 발매 당일 일본 오리콘 차트 정상
 - 동방신기의 영웅재중과 믹키유천이 재중&유천(JEJUNG&YUCHUN from 東方神起)이라는 이름으로 발표한 싱글 'COLORS~Melody and Harmony~/Shelter'가 9/30일 발표 당일 오리콘 싱글 데일리 차트 1위를 차지
 - 오프라인 음반은 발매 당일 10만 장이 넘는 판매고를 기록, 1만 4,000여 장의 판매고로 2위에 오른 VAMPS의 'SWEET DREAM'과 큰 차이를 보임
 - 같은 날 발매한 동방신기 콘서트 공연 DVD 또한 오리콘 DVD 종합 데일리 차트에서 1위를 차지
- 오리콘 차트 뿐 아니라 일본 아이튠즈 차트에서도 인기
 - 10/1일 발표된 일본 아이튠즈 종합 차트에는 9/30일 온라인 발매된 동방신기 프로젝트 싱글 중 시아준수가 부른 '시아틱(XIAHTIC)'이 톱 송 5위에, 동방신기 프로젝트 싱글이 톱 앨범 6위에 오름
 - 프로젝트 싱글은 지난 7월 일본 도쿄돔에서 개최된 동방신기 단독 공연 당시 멤버들이 선보였던 솔로곡들을 스튜디오 버전으로 새롭게 녹음한 음원임
 - 아이튠즈 장르별 차트에서도 '시아틱' 팝 차트 톱 송 1위, 동방신기 프로젝트 싱글 톱 앨범 4위 등 10위 내 총 4곡을 기록
- 현재 동방신기는 멤버 3명과 소속사 SM엔터테인먼트 간 전속계약 효력정지 가처분 신청이 진행되며 국내 활동을 중단한 상태이나 해외 활동은 지속하고 있음
 - 일본에서의 활동 뿐 아니라 아시아 투어도 정상적으로 진행중임
 - 10/2일에는 중국 상하이 흥커우축구장에서 콘서트를 성공리 개최

2-3. 10대 저작권법 위반 증가에 비해 교육 운영 미흡

- 한나라당 진성호 의원이 경찰청으로부터 제출받은 '2005년 대비 2008년도의 저작권법 위반회수 연령대별 통계' 자료에 따르면 청소년들의 저작권법 위반횟수가 급증
 - '08년 10대 청소년들의 저작권법 위반횟수는 지난 '05년 325명에서 24,231명으로 76.4배 증가
 - 전체 저작권 침해사건의 발생건수도 '06년 19,470건에서 '08년에는 92,014건으로 4.73배 증가
 - 저작권 침해로 기소된 건수도 '06년 1,537건에서 '08년 4,220건으로 2.75배 증가

저작권 침해사건 처리 현황

구분	접수	처리결과				
		총계	기소	불기소	소년보호송치	타관송치
2006년	19,470	19,080	1,537	16,888	2	653
2007년	25,622	25,271	1,720	23,044	10	497
2008년	92,014	91,683	4,220	86,174	58	1,231
09년 8월 31일 현재	66,687	66,687	2,374	63,764	10	539

- 이에 반해 청소년을 대상으로 한 저작권 교육 부실 운영
 - 저작권위원회 자료에 따르면 '08년~'09년 상반기 저작권 교육을 받은 사람은 총 8만 8,208명으로 추계됐으나, 저작권 교육을 담당하고 있는 강사(170여명) 중 실제로 교육을 실시한 강사는 불과 139명으로, 강사 1인당 1회 평균 234명의 집단 교육을 실시
 - '08년~'09년 상반기 기간 중 1,000명 이상의 집단 교육을 실시한 곳은 9개교, 500명 이상 교육을 실시한 학교 및 단체도 총 10여 곳으로 전체 378회의 교육 중 100명 이상의 집단 교육을 실시한 횟수 85회 (22.5%)
 - 사실상 효과적인 저작권 내용 전달 및 교육이 이루어지기 어려운 형태
- 이에 따라 저작권 교육에 대한 불신 심화
 - '개정 저작권법 국민인식 조사' 에서 저작권 교육을 받지 않겠다고 응답한 사람이 전체 응답자의 75.3% (문화체육관광부, 8/20일, 성인 남녀 1,000명 대상 설문)
 - 효과적인 저작권 교육이 가능하도록 강사풀 충원 및 프로그램 개발 필요

3 기술 동향

3-1. 美 애플 앱스토어 다운로드 20억회 기록

- 애플 앱스토어 다운로드건수, 시작 1년여 만에 20억회 돌파
 - 앱스토어가 보유한 아이팟과 아이폰용 애플리케이션 다운로드건수가 20억회를 넘어섰다고 발표 (9/28일 기준)
 - 애플 공식집계에 따르면 지난 2008년 7월 앱스토어 서비스 처음 시작 이후 14개월 만에 아이팟과 아이폰을 위한 애플리케이션만 8만5천개 이상 등록됨
 - 다운로드 건수는 지난 4월말 10억회를 돌파한 이후 7월 중순 15억회를 넘었고 이후 2개월여만인 26일 현재 20억회를 상회
- 애플CEO인 스티브 잡스는 위의 실적을 발표하며 “앱스토어는 모바일 기기로 할 수 있는 것을 재창조하고 있다”고 말함

- 9월 현재 아이폰과 아이팟터치 사용자는 5천만명에 달하며, 12만5천명의 개발자들이 아이폰 개발자 프로그램에 등록되어 있음
- 애플 앱스토어는 아이폰과 아이팟 판매를 촉진, MS 등 경쟁사가 비슷한 서비스를 시작하도록 유도. 그 예로 구글은 구글폰 '안드로이드 모바일'을 위해 앱스토어 서비스를 시작함
- 국내에도 애플 아이폰의 출시가 임박하고 모바일 콘텐츠의 중요성이 증대함에 따라, 아이폰용 콘텐츠 개발 및 업체별 앱스토어 오픈 러시
 - 아이폰의 세계적 돌풍에 힘입어 국내 아이폰 도입과 함께 앱스토어 성장을 예상한 국내 업체들의 콘텐츠 개발이 활발하게 이루어지고 있음
 - 업체들은 아이폰 국내 도입이후 기존 모바일 콘텐츠보다 성장가능성이 높은 한국 앱스토어 시장에 주목하고 있음
 - 9/9일 SK텔레콤이 'T스토어' 공식 오픈, KT도 오는 11월 '쇼 앱스토어'를 열 예정
 - 게임업체에 이어 주요 국내 포털 업체들도 다양한 서비스를 앱스토어에 공개할 예정

3-2. 국산 음악 합주게임, 밴드마스터 인기

- 지난 9월 17일 사전 공개서비스를 시작한 신개념 연주게임 밴드마스터(<http://bandmaster.ndolfin.com>) 사전 공개 2주만에 12만명 이상 접속
 - 온라인 음악연주게임 밴드마스터는 기타, 베이스, 신디사이저, 드럼, 트럼펫, 피아노 등 6종의 악기를 선택하여 음악을 연주하는 국산 온라인 게임
 - 해외의 기타히어로, 락밴드와 같이 음악을 연주하는 게임으로 누구나 손쉽게 즐길 수 있는 대중적인 연주게임으로서 10월 초 대규모로 아이템과 음원을 추가하며 정식 오픈할 예정
- 다양한 장르의 음원이 인기
 - 스웨덴 출신의 기타 히어로 '잉베이맘스틴(Yngwie Malmsteen)'의 'Far Beyond the Sun'과 일본의 인기 락밴드 '라르크 앙 씨엘(L Arc~en~Ciel)'의 'Drivers High', 브라운아이즈의 '벌써 일년' 등의 음악이 밴드마스터 음악인기순위 '밴보드 차트' 1위 자리 차지
 - 밴드마스터는 클래식부터 락, 가요 등 다양한 음악을 접할 수 있게 하고 게임을 통해 음악을 연주하는 간접 체험을 통해 음악경험을 극대화함
 - 경쟁이 아닌 합주를 즐기면서 형성되는 강력한 커뮤니티성과 유저가 입력한 키노트대로 음이 나는 연주의 손맛 등 타게임들과 차별화된 재미를 제공하고 있으며 밴드매니저들의 적극적인 활동을 통해 게임 인기를 견인함
- ※ 밴드마스터 : 와이디온라인(구 예당온라인)이 서비스하고 다이슨인터랙티브(대표 김찬준)가 개발한 온라인 음악연주게임 (bandmaster.ndolfin.com)으로 9월 17일부터 공개서비스를 실시하여 10월 공식 오픈 예정

3-3. 워너뮤직, 유튜브와 유니버설의 합작 뮤직비디오 서비스 VEVO 참여

- 유튜브와 유니버설이 합작하는 뮤직비디오 사이트 베보(www.vevo.com)에 참여 논의
 - 2008년 12월 수익분배 문제로 유튜브와 뮤직비디오 라이선싱 협상 결렬 후 뮤직비디오 서비스 중단했던 워너뮤직이 베보(vevo) 참여 건으로 유튜브와 재협상중
 - 유니버설과 유튜브의 합작 뮤직비디오 서비스인 베보사이트의 성공적 런칭을 위해서 유니버설 뮤직에서 적극적으로 경쟁 메이저 음반사를 합류하고자 하는 전략을 진행함
 - 6월 업계 2위인 소니뮤직도 최근 합류를 결정하였으며 4대 메이저 중 EMI만 남은 상황
- 베보(www.vevo.com)는 2009년 연말 서비스 오픈을 목표로 함
 - 광고 등의 수익을 유튜브와 유니버설 뮤직 등과 일정한 비율로 배분
 - 페이스북, 트위터 등 소셜네트워크 사이트나 홈페이지 등으로 쉽게 공유되는 장점
 - 베보사이트의 런칭으로 음반사와 제작사는 음원수익을 얻으며 유튜브는 광고수익을 늘릴 수 있을 것으로 기대

4 정책 동향

4-1. 방송통신위원회, '무선인터넷 활성화 추진계획' 발표 (9/30일)

- 방송통신위원회, '무선인터넷 활성화 추진계획'의 일환으로 콘텐츠 사이드로딩(Side loading) 확대 추진
 - 사이드로딩(Side loading)이란 유선인터넷에서 구매한 콘텐츠를 휴대폰에서 이용하는 것
 - 현재는 DRM 비호환 등의 문제로 유선인터넷 구매 콘텐츠의 자유로운 휴대폰 이용 불가
 - : SK텔레콤 가입자는 SK텔레콤의 멜론 사이트, KT 가입자는 도시락 사이트의 음원 파일만 휴대폰에서 이용 가능
 - 콘텐츠 형식을 표준화하고 유선인터넷용 콘텐츠를 휴대폰에서 쓸 수 있게 해 주는 변환프로그램 보급 예정
 - 저작권보호장치(DRM)가 걸려 있지 않은 음악이나 동영상을 중심으로 사이드로딩을 적용하고 점차 콘텐츠를 확대할 계획
- 이르면 '09년말부터 유선인터넷으로 PC에 다운로드받은 음악이나 동영상을 데이터케이블을 이용해 바로 휴대폰으로 옮겨 이용 가능
 - SK텔레콤의 멜론이나 KT의 도시락 등 이동통신사가 자체 운영하는 음악 사이트 외에도 소비자들이 원하는 콘텐츠 장터를 찾아 콘텐츠를 자유롭게 구매하고 이용 가능
 - 콘텐츠업체(CP)들은 휴대폰용 콘텐츠를 이동통신사에 구매받지 않고 바로 유선인터넷에서 판매 가능

- 향후 무선 인터넷 데이터통화료 하락 및 스마트폰 시장 확대에 기여할 것으로 예상
 - 무선인터넷 활성화 정책이 성공하면 현재 450만명으로 전체 이동통신 가입자의 10%인 무선인터넷 정액요금제 가입자가 오는 2013년에는 전체 이동전화 가입자의 40%인 1,800여만명으로 늘어날 것으로 기대
 - 무선인터넷 콘텐츠 시장을 현재 1조원에서 3조원으로 성장 목표

5 해외 동향

5-1. 유럽연합(EU), MP3플레이어 새 음량 표준 규정 마련

- 유럽연합(EU), MP3플레이어 등 디지털 음악 재생기기의 음량을 규제하는 기준을 마련
 - 이어폰을 이용해 장시간 고음량으로 음악을 들으면 난청에 걸릴 위험이 높기 때문에 사용자들의 청각보호를 위해 규제기준 마련
 - 새 표준은 MP3 플레이어 업체들에게 제품 제조 시 사용자의 청각을 해치지 않는 안전한 크기까지만 볼륨을 키울 수 있도록 규정하고 있음
 - 강화되는 규정의 적용 대상은 EU지역 수출제품을 생산하는 소니, 파나소닉, 애플 등 MP3플레이어 업체위주
 - 제품 출시시 음량을 안전한 수준으로 설정해야 하며 이용자가 설정을 변경해 음량을 높이는 것에 대비해 고음량의 위험성을 충분히 설명하는 노력도 기울여야 함
- 고음량으로 매일 1시간 이상 음악을 들으면 청각 상실우려
 - 현재 시판 중인 MP3플레이어의 음량 레벨은 일반적으로 80~115데시벨(dB) 사이지만 고성능 이어폰을 사용하면 이 음량 레벨은 9dB 가량 향상됨
 - 120dB 이상은 비행기가 이륙할 때 발생하는 소음과 맞먹는 수치로, 이를 장시간 이어폰을 통해 들을 경우 청력이 상실될 정도로 위험
 - 영국청각장애연구소에 따르면 MP3 플레이어를 이용하는 전세계 젊은이들의 3분의 2 이상이 안전 음량인 80dB보다 훨씬 높은 120dB 레벨로 음악을 듣고 있는 것으로 나타남
 - 아이팟으로 유럽시장 점유율 대다수를 차지한 애플의 경우는 EU와 별도로 프랑스가 제시한 100dB 규정에 맞추어 최근 생산제품의 소프트웨어 업그레이드를 실시한 바 있음
 - 고음량으로 매일 1시간 이상 음악을 들으면 청각을 잃을 우려가 있으며 유럽에서만 MP3 플레이어 이용자의 약 5~10%, 최대 1,000만명이 이 같은 위험에 노출돼 있다고 지적

5-2. SNS사이트 페이스북, 시장조사기관 닐슨 미디어 리서치와 파트너 협약

- 소셜 네트워크 사이트 페이스북, 닐슨 미디어 리서치와 파트너 협약 체결
 - 페이스북과 닐슨의 협약으로 'AC Nielsen BrandLift'를 개설하여 페이스북을 여론 조사의 도구로 활용할 계획

- 페이스북을 이용하는 사람들을 통해 소비자 태도 및 구매 의도를 측정하고 그에 맞는 광고를 게재할 수 있도록 유도
- 페이스북이 단순한 소셜 네트워크 사이트를 넘어 마케팅 및 광고 전략에 중요한 역할
 - 페이스북을 통해 광고를 게재하는 광고주들은 닐슨의 조사 통계 자료를 바탕으로 맞춤형 광고 제작
 - 페이스북은 2009년 매출이 5억 달러를 상회 할 것으로 예상됨에 따라 다양한 광고 형식과 프로그램을 테스트 하고 있음
 - 닐슨과의 협약은 계약 마케팅 플랫폼이라는 새로운 형태의 유통 창구를 마련 한 것
- 페이스북의 진화, 소비자들의 음악 구매 형태 및 패턴을 분석하는 유용한 플랫폼으로 발전
 - 2008년 8월, 4천 9백만 달러에서 2009년 1억 8백만 달러로 약 2배 이상 광고 효과 상승, 2009년 현재, 페이스북은 온라인 광고 점유율을 15%가량 끌어 올림으로써 유용한 플랫폼으로 점차 발전
 - 또한 페이스북 이용자들이 월 평균 5시간 이상 사이트를 이용하는 것으로 알려져 소비자 행동 및 패턴을 분석하기에 유용
 - 페이스북의 지표를 활용하여 기존의 음악 마케팅 전략을 보다 세밀하게 계획 할 수 있는 토대를 마련

5-3. 마이스페이스, 동영상서비스 실시로 수익모델 변화

- 마이스페이스가 자매회사인 훌루(hulu.com)와 손을 잡고 새로운 형태의 동영상 서비스 준비
 - 뉴스 코퍼레이션이 소유하고 있는 마이스페이스는 최근 이용자 및 트래픽 순위가 하락함에 따라 새로운 형태의 서비스 모색
 - 자매 회사인 훌루의 도움을 받아 기존의 음원 위주 서비스 제공 방식에 변화를 줄 계획
- 새로운 동영상 서비스는 장편 영화, TV 프로그램 등의 콘텐츠를 포함
 - 마이스페이스의 새로운 동영상 서비스에는 장편 영화, TV 프로그램, 음악과 뮤직 비디오 등 다량의 콘텐츠를 제공 할 계획
 - 또한 기존의 소셜 네트워크의 기능을 강화하게 되면 노출 빈도가 높아져 많은 광고주와 계약 할 수 있을 뿐 아니라 수익 창출 가능
 - 현재 마이스페이스는 훌루의 일부 TV 프로그램 및 영화 서비스를 제공하고 있으며 성장 초기단계에 있음
- 마이스페이스, 유튜브 및 넷플릭스 등 동영상 서비스 사이트와의 경쟁 및 전망
 - 2009년 9월 21일, 마이스페이스 동영상 참조 섹션에서 필름 및 프라임 타임 TV 프로그램 등 몇 가지 콘텐츠 소개
 - 하지만 현재 마이스페이스 동영상 서비스 사이트가 제대로 정리 되어있지 않아 콘텐츠들이 뒤섞여있는 상황

- 또한 NBC 유니버설의 광고 제공 여부 및 가입 서비스 계획이 확정 되지 않은 상황이기 때문에 이러한 동영상 서비스를 홀루에게 넘길 가능성도 큼
- 유튜브 및 넷플릭스 등의 동영상 서비스 사이트와 경쟁에서 뚜렷한 성과를 나타낼지는 미지수임

5-3. 英 음악사이트 We7, 인디뮤지션 전용 채널 출시

- 영국의 스트리밍 음악 사이트 We7이 인디 뮤지션들을 위한 채널을 출시
 - We7은 잘 알려지지 않은 인디 뮤지션들의 음악을 공유할 수 있는 새로운 채널을 발표
 - 알려지지 않은 인디 뮤지션들은 그들이 직접 제작한 음원을 인디 뮤지션 채널에 공개함으로써 직접적인 수익 창출을 유도할 수 있는 창구 마련
- We7의 새로운 채널 출시로 인해 새로운 음악 시스템이 형성될 것으로 기대
 - We7 연구팀이 조사한 바에 의하면 영국인의 70% 이상이 현재 생산되고 있는 팝 밴드에 대해 싫증을 느끼고 있다고 함
 - 음반 기획사가 다수의 대중들의 입맛에 맞는 음반을 출시하는 게 기존의 시스템 이었다면, 미래의 음악 시스템은 대중들이 직접 선택할 수 있는 시스템이 형성 될 것으로 예상
 - 하지만 각자의 기호에 맞는 음악을 오프라인에서 찾기 어렵기 때문에 새로운 형태의 플랫폼을 제공할 계획을 하게 됨
- 다양한 소셜 네트워크 사이트와 제휴하여 활발한 유통 기대
 - Hitwise(인터넷리서치기관, hitwise.com)의 2009년 3월 5일 통계자료에 의하면 We7은 음악 스트리밍 부문 Top 10 중 9위를 차지
 - We7은 마이스페이스, 페이스북, 트위터 등 최근 대중들에게 각광 받고 있는 소셜 미디어 네트워크 사이트들을 적극적으로 활용할 계획
 - 또한 위젯을 통해 인디 뮤지션들의 음악을 자유롭게 다운로드 할 수 있고 이를 통해 인디 뮤지션들의 수익 창출 모델을 마련
 - 이러한 활동들은 영국 음악의 저변을 확대하기 위한 계획일 뿐만 아니라 건전한 수익 시스템을 마련하기 위한 방편

Hitwise Answers: Benchmarking

What is www.we7.com's rank and market share?

The table below shows the websites ranked near We7 in the 'Music' online industry for the date of 03/05/2009 based on visits.

Rank	Website	Related	Market Share
1.	BBC Radio 1	[>]	5.15%
2.	Last FM	[>]	5.01%
3.	Ultimate Guitar Archive	[>]	3.75%
4.	MetroLyrics	[>]	3.37%
5.	Blubster	[>]	2.87%
6.	NME.com	[>]	1.91%
7.	Sing365.com	[>]	1.10%
8.	LyricsMode.com	[>]	1.09%
9.	We7	[>]	1.06%
10.	LYRICS Mania	[>]	1.03%
11.	Virgin Media - Music	[>]	1.01%

(출처 : Routenote.com)

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 9월 4주차 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. 온라인 음원 파일 불법 복제 감소

디지털타임스, 09/09/29, 온라인 불법음원 유통 '꼼짝마

etnews, 09/09/30, 음악 불법복제 올해 처음 감소

보안뉴스, 09/09/28, "불법온라인콘텐츠 유통경로, '포털'이 웹하드 앞서"

오라뉴스, 09/02/16, 온라인 불법복제물 단속, 39만건 적발

2-2. 동방신기, 일본 온/오프라인 차트 상위권 기록

스타뉴스, 09/10/01, 동방신기, 日오리콘 이어 아이튠즈 차트도 '점령'

이데일리, 09/10/01, '오리콘 1위' 재중·유천, "첫 듀엣, 신선하고 행복한 경험"

스타뉴스, 09/09/30, 동방신기, CD·DVD 동반 日오리콘 차트 1위 '건재'

2-3. 10대 저작권법 위반 증가에 비해 교육 운영 미흡

CNBNews, 09/10/04, 저작권법, 10대에게 있으나 마나...부실한 교육 탓

머니투데이, 09/10/04, 10대 저작권위반, 3년새 75배 증가

3-1. 美 애플 앱스토어 다운로드 20억회 기록

etnews, 09/09/30, 애플 앱스토어, 다운로드 1년만에 20억회 돌파

한국경제, 09/09/30, 아이폰 대박 잡아라...앱스토어 '골드 러시'

연합뉴스, 09/09/22, 문화체육관광부, '저작권 상애플 앱스토어 다운로드 20억건 돌파

3-2. 국산 음악 합주게임, 밴드마스터 인기

ZDnet, 09/10/04, 합주 게임 밴드마스터 인기...12만명 접속

3-3. 워너뮤직, 유튜브와 유니버설의 뮤직비디오 서비스 VEVO 참여 협상중

Billboard, 09/09/25, WMG, YouTube Reach Agreement

ReutersWarner, 09/09/29, YouTube near deal for music videos

전자신문, 09/09/30, 뮤직비디오 사이트 '베보' 워너뮤직도 참여

4-1. 방송통신위원회, '무선인터넷 활성화 추진계획' 발표

파이낸셜뉴스, 09/10/01, PC서 받은 음악·동영상..휴대폰에 자유롭게 '옮긴다'

5-1. 유럽연합(EU), MP3플레이어 새 음량 표준 규정 마련

BusinessWeek, 09/09/29, European Union to Limit MP3 Noise Levels

Computerworld 09/09/29, EU wants MP3 player volumes capped

전자신문, 09/09/30, EU, MP3P 음량 규제안 만든다

아이뉴스24, 09/09/30,EU, MP3 플레이어 볼륨 제한키로

5-2. SNS사이트 페이스북, 시장조사기관 닐슨 미디어 리서치와 파트너 협약

Music Industry Report, 09/09/23, Facebook, Nielsen Partner to Measure Marketing Effectiveness

Marketingprofs, Facebook, 09/09/23, Nielsen Partner to Measure Ads' Impact

Congoo, Facebook, 09/09/24, Nielsen Team Up to Measure Ad Performance

5-3. 마이스페이스, 동영상서비스 실시로 수익모델 변화

Cnet News, 09/09/21, MySpace, Hulu working on new video service

Afterdawn, 09/09/22, Hulu, MySpace to work on video service

Digital Media Wire, 09/09/22, Report: MySpace Working with Hulu to Expand Video Offering

5-4. 英 음악사이트 We7, 인디뮤지션 전용 채널 출시

Music Alley, 09/09/24, we7 launches we7 Presents unsigned band channel

Pressemeldinger, 09/09/24, we7 Presents the Best in Home Grown Talent

PR Hub, 09/09/23, we7 Presents the Best in Home Grown Talent

Route Note, 09/09/09, We7 Are The Fastest Growing Music Service in the UK

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

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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