

■ 세계 음악산업 분야별 최근 동향 ■

강중구 (KOCCA 통계정보팀 주임연구원)

음악산업은 콘텐츠산업 중 가장 긴 역사를 지닌 분야 중 하나로 초기 LP형태의 음반을 거쳐 CD, 최근 음원 판매 등 기술환경 및 소비패턴의 변화와 더불어 2000년대 초반부터 시장규모가 감소하기 시작했다. 그러나 2010년부터 감소세가 완화되기 시작하고 디지털음원 시장이 빠르게 성장하면서 최근 음악시장이 다시 이전의 시장규모로 회복되기 위한 과정(IFPI, 2013)으로 해석되기도 한다. 본고에서는 최근 IFPI<sup>1)</sup>에서 최근 발표한 『Recording Industry in Numbers』 및 PwC<sup>2)</sup>의 『Global Entertainment and Media Outlook 2013-2017』를 통해 2012년을 중심으로 세계 음악산업의 규모와 각 부문별 변화를 살펴보고자 한다.

세계 음반시장<sup>3)</sup> 규모는 1990년대 후반을 정점으로 빠르게 감소해 왔다. 1999년 276억 달러 이상의 규모를 보이던 음반시장은 2012년 165억 달러로 급격히 줄어들며 40%에 가까운 매출감소세를 보였다. 이는 인터넷의 보급과 함께 냅스터 등 불법 MP3 공유서비스가 일반화되면서 기존 매출의 대부분을 차지하던 CD·카세트 등 음반판매가 큰 타격을 입은 것에 기인한다. 2002년 이후 아이튠즈 등 디지털 음원을 제공하는 유료 서비스가 새로이 등장하며 수익 채널이 다변화되고 이들 분야의 시장 규모가 꾸준히 증가해왔음에도 불구하고, 음반 판매의 감소세가 더 빠른 속도로 이어지며 전체 음악 시장규모는 최근 10년 이상 지속적으로 감소해 왔다.

[그림 1] 세계 음반시장의 분야별 규모 추이(1997~2012)

(단위: 십억 달러)



※ 출처: IFPI(2013), 『Recording Industry in Numbers 2013』

1) IFPI : 국제음반산업협회 (International Federation of the Phonographic Industry)

2) PwC : 프라이스워터하우스쿠퍼스 (Pricewaterhouse Coopers)

3) 여기서 '음반시장'은 소매 매출액이 아닌 음반 회사와 유통망 사이에 발생한 매출액을 기준으로 함. 여기에는 라이브 음악 산업의 매출이 포함되지 않으므로 '음악시장' 규모와는 다른 개념임을 유의해야 함

하지만 IFPI의 집계에 따르면 2012년 음반시장 규모는 2000년대 들어 처음으로 전년대비 상승하며 반등의 기미를 보이고 있다. 2012년 세계 음반시장은 165억 달러 규모로 2011년 대비 0.2% 상승했으며, 여기에는 디지털 음원 매출의 성장이 큰 역할을 했다. 디지털 음원은 2011년 대비 4억 2700만 달러(8.0%) 증가한 58억 달러의 매출을 기록했는데, 이는 음반(CD) 판매 매출의 감소량(4억9000만 달러)에는 다소 미치지 못했지만 실연권 및 배경음원 매출의 확대와 더불어 전체 음반시장의 성장을 이끌어냈다.

[표 1] 세계 음반시장의 분야별 규모 2011~2012

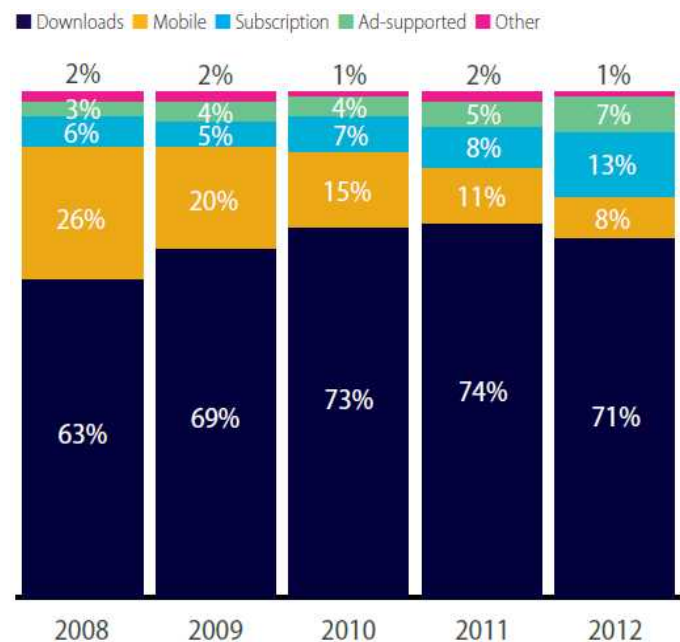
구분	2011		2012		2011~2012 증감율
	금액(백만 달러)	비중	금액(백만 달러)	비중	
음반(CD)	9,893	60.1%	9,403	57.1%	-5.0%
디지털 음원(스트리밍, 다운로드)	5,371	32.6%	5,798	35.2%	+8.0%
실연권	862	5.2%	943	5.7%	+9.4%
배경음원	330	2.0%	337	2.0%	+2.1%
합계	16,456	100%	16,481	100%	+0.2%

\* 위 수치는 최종 소비자의 지출액(Retail Value)가 아닌 기업간 매출액(Trade Value)를 기준으로 함

※ 출처: IFPI(2013), 한국콘텐츠진흥원 재구성

디지털 음원의 매출 증가와 관련하여 최근 가장 주목되는 흐름은 스포티파이(Spotify)와 같은 클라우드 기반 정액제 스트리밍 서비스의 이용자 확대이다. 무선 네트워크와 스마트폰의 보급과 함께 빠른 속도로 이용자 기반을 넓혀가고 있는 정액제 스트리밍 서비스는 2011년 디지털 음원 매출의 8% 비중을 불과했지만 불과 1년만인 2012년에는 13%로 빠른 성장세를 보였다. 반면 아이튠즈 등 다운로드 서비스는 전년 대비 3% 하락한 71%의 비중을 보였으며, 모바일상품(벨소리, 통화대기음 등 휴대폰 부가 서비스) 매출의 비중은 급격히 줄어들고 있다.

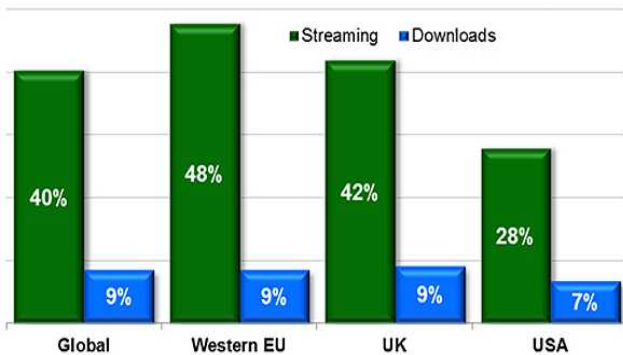
[그림 2] 세계 음악시장 디지털 음원 매출의 분야별 비중



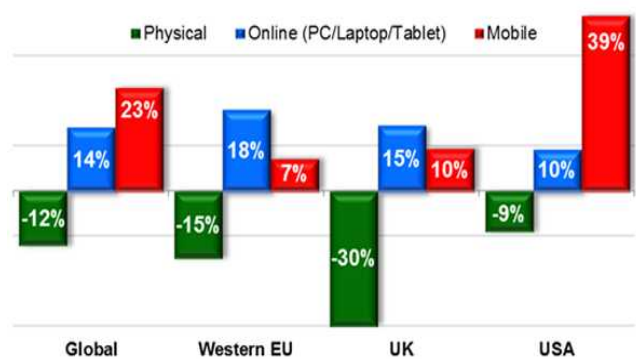
※ 출처: IFPI(2013)

이 같은 디지털 음원시장 구조의 변화는 정액제 무제한 스트리밍 서비스인 스포티파이의 2012년 매출이 9900만 달러로 전년 대비 458% 증가했고, 가입자 수가 3000만 명을 돌파하는 등 아이폰즈를 위협할 정도로 음원서비스 시장에서 빠르게 자리를 잡아가고 있음에 기인한다. 스트리밍 서비스는 다양한 음악을 쉽게 들을 수 있는 편의성과 더불어 음원가격에 대한 적은 부담을 무기로 빠르게 성장하고 있다. 시장조사기관인 가트너는 해당 시장이 2015년까지 연평균 44.8%의 성장률을 기록할 것으로 예상하고 있으며, 스트리밍 음악서비스의 폭발적인 성장성을 감지한 구글 및 아마존, 삼성 등 주요 사업자들이 최근 이 시장에 뛰어들고 있다. 아이폰즈로 디지털 음원 시장을 선도했었던 애플 역시 2012년 4분기에 전분기 대비 1억 달러 이상 매출이 감소하며 다운로드 시장의 정체를 겪었기에 조만간 스트리밍 서비스를 시작할 것이라는 전망이 지배적이다. 이 같은 추세에 따라 향후 정액제 스트리밍 서비스의 확산이 음반시장 매출에 기여하는 비중은 급속도로 커질 것으로 예측된다.

[그림 3] 2012년 디지털 음원서비스의 유형별 매출 증감률



[그림 4] 2012년 분야별 음악시장 매출 증감률



※ 출처 : Strategy Analytics Global Recorded Music Forecast 2012 (2012.8.)

한편, 디지털 음원의 매출 증가로 인해 음반시장이 다시 지지개를 펼 것으로 기대되는 가운데, 라이브음악 분야는 음반시장보다 더 큰 매출규모를 보이며 꾸준히 성장하고 있다. PwC에 따르면 2012년 전체 음악시장의 전세계 매출액 499억 달러 가운데 콘서트 및 음악 페스티벌 등 라이브 음악이 차지하는 비중이 53%(265억 달러)에 달하는 것으로 집계되었다.<sup>4)</sup>

[표 2] 세계 음악시장 부문별 매출액 추이 2008 ~ 2017

(단위: 백만 달러)

구분	2008	2009	2010	2011	2012P	2013	2014	2015	2016	2017	연평균성장률 (2012~2017)
음반(CD)	23,818	20,302	17,491	15,967	14,389	13,227	12,326	11,494	10,713	9,996	-7.0%
디지털 음원 (다운로드, 스트리밍 등)	6,328	6,853	7,296	8,173	9,015	9,843	10,626	11,410	12,178	12,931	7.5%
라이브 음악 (콘서트 및 음악 페스티벌)	24,973	26,099	25,200	25,966	26,528	27,409	28,339	29,215	30,035	30,902	3.1%
합계	55,119	53,254	49,987	50,106	49,932	50,479	51,291	52,119	52,926	53,829	1.5%

※ 출처: PwC(2013), 한국콘텐츠진흥원 재구성 (2012년은 잠정치, 2013년 이후는 전망치)

4) PwC(2013)에 의하면 2012년 '라이브 음악' 시장은 265억 달러, '음반시장(CD, 디지털 음원)'은 234억 달러로 추정됨. 한편 '음반시장'에 대한 PwC의 추정 매출액은 IFPI의 집계와는 비교적 크게 차이가 나는데, 이는 PwC가 최종 소비자에게서 발생한 매출액(Retail Value)을 집계하는 반면, IFPI는 기업간의 거래액(Trade Value)을 기준으로 하기 때문임

2000년대 이후 음반시장 매출액이 빠르게 감소하는 가운데서도 라이브음악 시장은 꾸준한 성장세를 이어왔고, 특히 북미와 EMEA(유럽·중동·아프리카) 지역에서는 음반시장을 훨씬 뛰어넘는 매출규모를 보이고 있다. 라이브음악은 앞으로도 견조하게 성장하며 2017년에는 309억 달러의 시장규모를 형성할 것으로 예상된다.

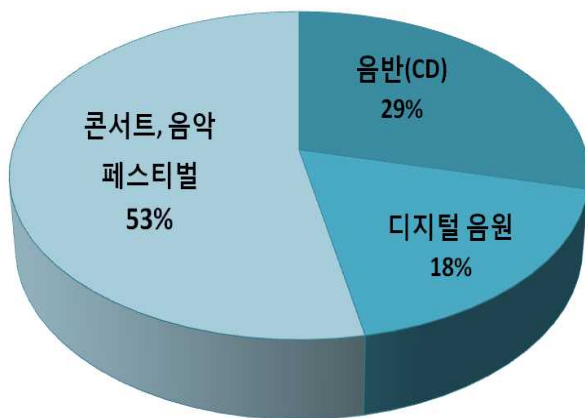
[표 3] 콘서트 및 음악 페스티벌 권역별 매출액 추이

(단위: 백만 달러)

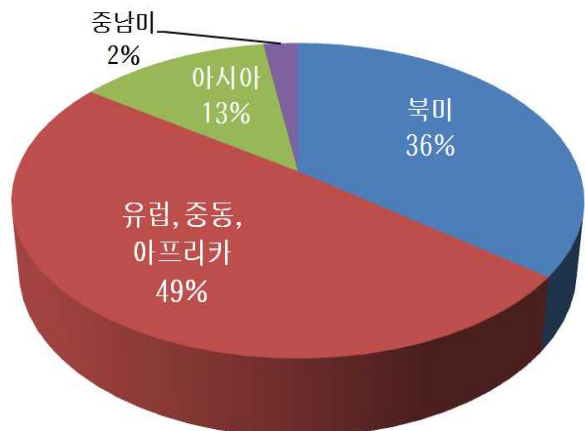
구분	2008	2009	2010	2011	2012p	2013	2014	2015	2016	2017	연평균성장률 (2012~2017)
북미	8,919	9,425	8,814	9,236	9,435	9,755	10,093	10,349	10,629	10,946	3.0%
유럽·중동·아프리카(EMEA)	12,585	13,003	12,531	12,809	13,056	13,473	13,927	14,403	14,814	15,236	3.1%
아시아	2,944	3,116	3,288	3,322	3,418	3,535	3,646	3,758	3,857	3,948	2.9%
라틴아메리카	525	556	567	599	619	645	673	704	735	772	5.0%
전세계	24,973	26,099	25,200	25,966	26,528	27,409	28,339	29,215	30,035	30,902	3.1%

\* 출처: PwC(2013), 한국콘텐츠진흥원 재구성 (2012년은 잠정치, 2013년 이후는 전망치)

[그림 5] 2012년 음악산업 매출액 부문별 비중



[그림 6] 2012년 라이브음악 시장 권역별 비중



\* 출처: PwC(2013), 한국콘텐츠진흥원 재구성

이상과 같이 세계 음악시장은 최근 10여년간 소비환경의 변화로 인한 급격한 위축을 겪었지만 디지털 음원의 매출 증가 및 라이브음악 시장의 안정적인 성장에 힘입어 반등을 모색하고 있다. 앞으로 음악시장은 디지털 음원 시장의 확대속도에 따라 지속적인 정체 혹은 회복의 여부가 결정될 것으로 보인다.

향후 음악 이용방식은 소셜 미디어 및 클라우드 환경의 확산과 함께 스트리밍 서비스의 이용량이 빠르게 증가할 것으로 예상되며, 이는 네트워크 및 스마트폰 보급률 등 IT인프라가 잘 구축된 우리나라에서는 이미 보편화된 현상이다. 이에 따라 특정 아티스트에 대한 반복 청취 및 음원 구매 등 충성도 높은 이용패턴보다는 다양한 음악에 대한 빠른 음악 소비 경향이 늘어날 것으로 보이며, 유튜브 등 영상채널 및 소셜 미디어와의 결합으로 복합화된 음악 청취의 경험 또한 증가할 것으로 예상된다.