

음악산업계 주요 동향

□ 음악 산업계 주요 동향

- 저작권에 대한 명확한 개념 정의와 법집행, 저작권 인식제고를 위한 노력, 소비자 친화적인 다양한 요금제 및 서비스 개발의 필요
- 디지털 음악과 저작권에 대한 논의가 광범위하게 이루어져야 함
- 국내외의 저작권 압력에 대한 철저한 대비가 요구
- 해외의 저작권 압력에 대한 대처방안과 국내 저작권 보호에 대한 새로운 장치가 마련되기는 하였지만, 이것을 얼마나 효율적으로 알리고 집행해나가는가 하는 문제는 이후 한국 음악산업의 쟁점
- 디지털음악의 권리자와 서비스 제공자 사이의 계약에 따른 분배가 이루어지고 있다고 하지만 분배효율을 둘러싼 갈등은 여전히 위협적인 문제로 남아 있음
- 현명한 DRM 정책은 소비자 권리 확대 및 디지털 음악산업의 지속 성장으로 가는 중요한 열쇠
- B2B(Business to Business) 모델의 개발과 게임, 영화, 드라마 등 여타 산업과의 연계를 통한 OSMU 실현 및 음악산업 부가가치 제고
- 음악산업 규모에 상당한 영향을 끼칠 것으로 관심을 모았던 매장에서의 음악사용에 대한 저작권료 징수의 전면적인 확대는 이루어지지 않았지만, 편의성과 기능성을 강조한 매장음악서비스의 확대는 음악산업이 향후 개발해야 하는 수많은 B2B 영역이 존재함을 시사

2007 음악산업백서 요약

□ 음악산업백서 주요내용

1. 2006년 국내 음악산업 규모 : 1조 8,618억원

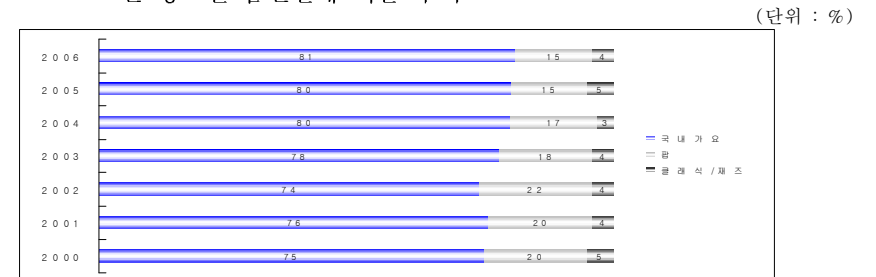
구 분	2005년	2006년	성 장 율
음반산업	1,087억원	848억원	-22%
디지털음악산업	2,621억원	3,562억원	+36%
음악공연산업	1,451억원	1,887억원	+30%
노래연습장산업	1조1,431억원	1조2,321억원	+8%

< 설 명 >

- 2006년 국내 음악산업 시장규모는 총 1조8,618억원으로 음반시장이 848억원(5%), 디지털음악시장이 3,562억원(19%), 음악공연시장이 1,887억원(10%), 노래연습장이 1조2,321억원(66%)으로 노래연습장 시장규모가 다른 세 분야를 합친 것보다도 훨씬 큰 것으로 나타남

2. 국내 가요의 시장점유율

- 국내가요의 시장점유율은 80% 수준으로, 한국영화 점유율(약 50%)과 비교할 때 절대 강세에 있음을 알 수 있음
- 또한, 2000년 이후 시장점유율이 꾸준히 증가하고 있어 새로운 수익모델을 개발을 통한 성장가능성 높음('00년 75% -> '06년 81%)
- 2000~2006년 장르별 음반판매 비율 추이

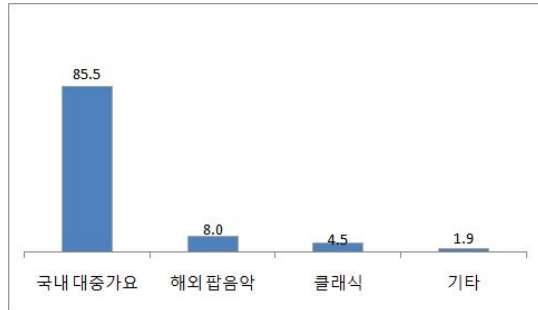


*출처: 한국음악산업협회

○ 주요 감상 음악장르

- 소비자동향 조사 결과 음악상품 소비자들이 가장 즐겨듣는 장르는 국내 대중가요이며, 다음으로 해외 팝음악, 클래식 등을 주로 감상

(단위: %)



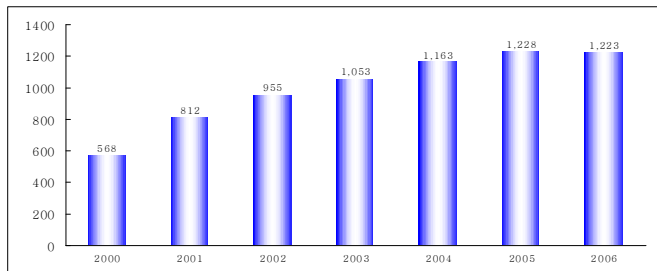
*출처 : 2007 음악산업백서/ 소비자 동향조사(조사자 수 1,000명)

2. 국내 음반제작사 현황

- 음반제작사는 저조한 음반 판매율에도 불구하고 계속 증가하고 있음
- 음악산업이 음반 산업에서 악곡 산업으로 이동하는 과도기에 있어 음악을 기획하고 제작하지만 실질적인 음반의 유통에는 관여하지 않는 소규모 기획 및 제작사의 등장을 알 수 있음

○ 2000년~2006년 음반제작사 현황

(단위: 개소)



*출처 : 2007음악산업백서

- 음악산업분야 코스닥 상장업체는 10개소로, 대기업자본 유입으로 인한 대형화 추세에 있음

○ 문화산업분야 코스닥 상장업체 리스트(2007.10.19 현재)

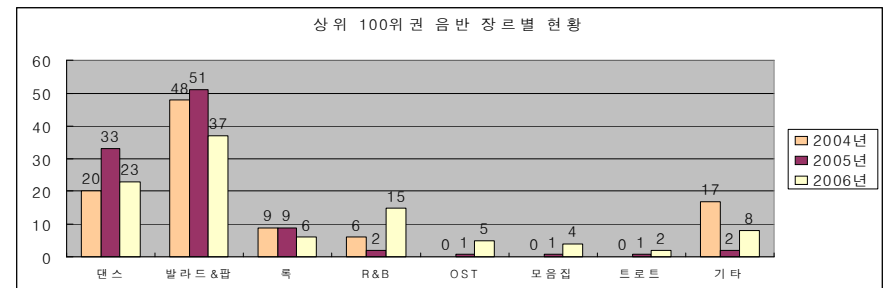
(단위: 업체수, 누적)

분야	업체 수	업체명
게임	18	뉴로테크, YNK코리아, 엔터윈, 네오위즈, 에이트픽스, CJ인터넷, 티엔터, 소프트맥스, SNH, 액토즈소프트, 싸이더스, 세고엔터, 한빛소프트, NHN, 예당온라인, 웹젠, 손오공, 컴투스
음악	10	DSP엔터, 만인에 미디어, 빅스, 티엔터, 에스엠, 블루코드테크놀로지, 포이보스, 서울음반, 예당, 소리바다, 엠넷미디어, 에이치비엔터, 팬텀엔터
애니메이션	2	대원미디어, 코코엔터프라이즈
캐릭터	7	영실업, 바른손, 소예, 삼지, 유진로봇, 오로라월드, 손오공
만화	-	
영화	3	스타맥스, 태원엔터, 미디어플렉스(거래소 상장 : IHQ, 세기상사, MK픽처스, CJ CGV)
에듀테인먼트	3	에듀박스, 엘립에듀, 케이엔엔터테인먼트
출판	1	(주)인터파크(거래소 상장 : 삼성출판사, 웅진씽크빅)
방송	1	YTN(거래소 상장 : SBS)
광고	1	오리콤(거래소 상장 : 제일기획, 휘닉스컴)
계	46	

3. 상위 100위권 음반 장르별 현황

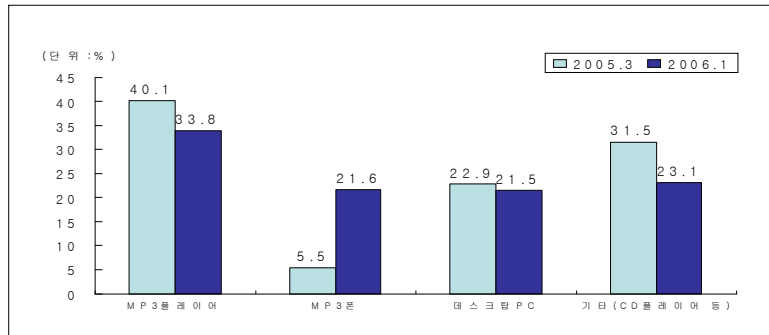
- 댄스와 발라드 및 팝 위주의 노래를 주로 하는 음반이 강세를 보이고 있으나, 점차 R&B, OST 등 분야도 증가 추세에 있음
- * '댄스 및 발라드&팝의 장르 점유율 : '04년 68% ⇒ '05년 84% ⇒ '06년 60%

○ 상위 100위권 음반 장르별 현황



4. 기기별 음악감상 이용현황

- MP3폰의 이용현황은 2005년에 비해 약 4배가량 증가하여, DRM 및 정산시스템을 통한 유통과정의 투명성 확보 가능
- 다만, 이동사의 주도권이 확대되고 있어 망개방 및 요율배분 등 공정거래관련 현안 논의시 음반제작사의 대응이 어려울 것으로 예상
- 기기별 음악감상 이용현황



참고 1. 연도별 출시 가요음반 현황

- 싱글앨범 발매가 활성화함에 따라 '06년 발매앨범수가 크게 증가
- ※ 연도별 출시된 음반 수는 편차가 커서 신뢰도가 낮음/ '05년 음반발매현황(??)
- 싱글앨범을 통해 소비자의 비용부담을 줄이고, 전략적인 CD 패키징을 통한 홍보·마케팅 툴로서 활용할 수 있을 것으로 기대됨

구분	2004년	2005년	2006년
출시음반수(장)	517	264	756

*출처 : 2007음악산업백서/ 한국음악산업협회

참고 2. 일 평균 음악감상 시간

- 소비자동향조사 결과, 소비자들의 하루평균 음악감상시간은 '06년 78분에서 '07년 82분으로 증가

○ 2007년 일 평균 음악감상시간

(단위 : 분/하루)

