

# 2011 음악산업백서 요약

## □ 2010년 및 2011년 상반기 음악산업계 주요이슈

### 1. 2010년 음악산업 주요 이슈 및 2011년 상반기 동향

- 최근 여성가족부 산하 청소년보호위원회가 일부 대중음악을 청소년 유해매체물로 결정하면서 심의의 적절성에 대한 논란 제기. 2011년 7월 28일 '청소년 보호법' 개정으로 청소년 유해매체물 결정에 대하여 해당 매체물의 제작자, 발행자 등이 재심의를 요구할 수 있는 절차가 신설.
- 유튜브와 페이스북, 트위터 등 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 뮤직비디오, 인터뷰, 메이킹 필름, 트레일러, 미공개 동영상 등을 올리는 등의 음악 마케팅 활동 증가. 이를 통해 미국, 프랑스에서 성황리에 공연이 진행되는 등 K-pop 열기가 계속되고 있음. 그러나 유럽에서의 K-pop 소비는 대부분 CD, DVD 등 오프라인 판매가 아닌 유튜브 등의 온라인으로 이루어지고 있어 경제적 성과는 미비.
- 케이블 채널 엠넷 '슈퍼스타K3', MBC '위대한 탄생', SBS 'K-POP 스타' 등 오디션 프로그램의 열풍이 계속됨. 이어 '나는 가수다' 같은 파생 프로그램의 확장으로 음원시장에서 엄청난 영향력을 발휘함.
- 2011년으로 국립국악원 개원 60주년을 맞이함. 앞으로 국악은 급변하는 디지털 문화에 맞춘 콘텐츠를 개발하고, 전통보존 및 전승의 수동적 자세를 넘어 새로운 문화 아이콘으로 거듭날 것이 요구됨.
- 인디음악의 경우 2010년 200여개의 인디 레이블에서 300장이 넘는 앨범을 출시한 것으로 알려져 있으나 여전히 열악한 상황이 계속되고 있음.
- 국내 음악 유통시장이 정보기술의 발전과 함께 오프라인 음반 유통 중심에서 mp3로 대비되는 디지털 음원시장으로 변화함. 2011년 9월에 있었던 문화체육관광부 국정감사에서 디지털 음원 수익과 관련해 창작자들에 대한 배분이 적절치 않다는 문제 제기.
- 노래연습장에서 주류판매·제공, 접대부 고용·알선 등의 위법사항이 발생했을 때, 이를 고발하면 포상금을 지급하는 방안이 제기. 현재 노래연습장이 침체된 상황이지만 건전한 문화공간으로서의 발전방안을 모색하는 것이 필요.

### 2. 국내외 음악산업 동향분석

- 음악산업의 '11년 2분기 매출규모는 약 9,884억 원 중 음악 상장사 매출액 비중은 15.2%를 차지. 수출규모의 경우 약 422억 원이며 상장사 수출액 비중은 25.6%.

구분	2010년				2010년	2011년			
	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
매출액	1,478.0	2,876.7	1,455.9	1,593.9	5,926.5	1,274.8	1,506.8	1.9%	2,781.6
	5.7%	22.3%	-1.5%	9.5%	19.2%	-20.0%	18.2%		-3.3%
영업이익	183.8	344.8	179.8	45.0	569.6	139.0	255.4	39.0%	394.4
	14.2%	175.0%	-2.2%	-75.0%	99.8%	208.9%	83.7%		14.4%
수출액	151.4	305.3	114.9	32.5	451.7	56.8	108.0	-28.7%	164.8
	-1.7%	187.1%	-24.1%	-71.7%	84.8%	74.8%	90.1%		-46.0%
종사자수	1,034	-	1,113	1,146	-	976	1,005	-2.8%	-
	8.4%	-	7.6%	3.0%	-	-14.8%	3.0%		-

- 전 세계적으로 음악시장이 매출 감소세를 보였던 상황에서 온라인 침해에 대응하기 위한 선행적인 법적 조치와 법제 집행을 위한 정부의 강력한 개입 및 저작권 인식 홍보에 힘입어 12%성장. 2010년, 한국저작권위원회는 약 85,000건의 시정 권고 행정조치를 하였으며 2011년도에는 10만 건의 조치를 예상.

## □ 국내 음악 산업 현황

### 1. 오프라인 음악시장

- 2010년에는 슈퍼주니어가 단일 앨범으로는 유일하게 판매량 20만장 돌파. 각 업체별 음반판매 현황 집계에서는 엠넷이 180억 2천만원으로 가장 높음. 매장음악 서비스의 경우 연 40억 원 정도의 규모로 미비.

### 2. 온라인 음악시장

- 온라인 디지털 음악시장의 경우 스마트폰의 확산으로 모바일 음악시장이 확대. 그러나 지적재산권에 대한 보호 및 투명 정산 등 여러 가지 조건들을 상황에 부합시켜야 하는 이슈는 여전히 남아 있음.

### 3. 음악공연산업

- 음악공연산업의 경우 2010년 매출액은 3,232억원으로 전년 대비 25.5%p 증가. 이 중 뮤직컬이 1657억 원으로 전체의 51.3% 차지.
- 2011년 상반기 인터파크 공연 구매자 현황을 살펴보면, 공연을 구매하는 연령은 20대가 36.7%로 가장 많았으며, 여성 65%, 서울 35.5%로 나타남.

### 4. 노래연습장업

- 2010년 노래연습장업 산업 규모는 1조 3,557억 원으로 전년대비 1.2% 증가했으며, 업체 수는 35,253개로 431개 감소함. 2010년 시·도별 법령 위반 현황은 12,547건이며, 경기도가 3,444건으로 가장 많았고 그 중 3,406건이 형사처벌됨.

## □ 국내·외 음악산업 현황

### 1. 국내 음악산업 동향

- 2010년 음악산업의 사업체수 37,634, 종사자수 7만 6,654명, 매출액 2조 9,591억 원, 부가가치액 1조 1,428억 원, 부가가치율 38.62%, 수출액 8,326.2만 달러, 수입액 1,033.7만 달러로 조사.

구분	사업체수	종사자수	매출액(백만 원)	부가가치액(백만 원)	부가가치율	수출액(천 달러)	수입액(천 달러)
2010년	37,634개	76,654명	2,959,143	1,142,896	38.62%	83,262	10,337
전년대비증감률	▽1.6%	0.2%	8.0%	11.7%	-	166.3%	▽13.4%

- 이 중 가장 수출이 많이 이뤄진 지역은 일본으로 6726만 달러(80.8%)이며, 가장 많은 수입이 이뤄진 지역은 유럽으로 545만 달러(52.8%)로 나타남.

(단위: 천 달러)

구분	중국	일본	동남아	북미	유럽	기타	전체
수출액(백만원)	3,627(4.3%)	67,267(80.8%)	11,321(13.6%)	432(0.5%)	396(0.5%)	219(0.3%)	83,262
수입액(비율)	93(0.9%)	2135(20.7%)	52(0.5%)	2166(20.9%)	5455(52.8%)	436(4.2%)	190,456

- 이 중 노래연습장운영업이 1조 3557억 원으로 45.8%를 차지.

중분류	매출액(백만원)	비중(%)	전년대비증감률(%)	연평균증감률(%)
음악제작업	423,632	14.3	17.6	14.9
음악 및 오디오물출판업	12,374	0.4	22.5	3.7
음반복제 및 배급업	92,159	3.1	11	▽1.6
음반 도소매업	129,845	4.4	8.2	4.1
온라인 음악유통업	622,162	21	9.2	8.7
음악공연업	323,249	10.9	25.5	15.7
노래연습장운영업	1,355,722	45.8	1.2	2.7
음악산업 합계	2,959,143	100	8	6.6

### 2 해외 음악산업 현황

- 2010년 전 세계 음악시장 규모는 234억 달러이며, 디지털음악시장의 점유율이 31%를 차지. 이 중 미국이 65.9억 달러로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 아시아에서 가장 높은 비중을 차지하는 일본은 54.6억 달러.

(단위: 백만 달러)

구분	미국	일본	독일	영국	프랑스	호주	이탈리아	브라질	인도	중국	10개국 합계
2010	6,599	5,460	2,033	2,026	1,065	474	280	235	187	165	18,524

\*출처: PWC(2011), IFPI(2011)

## □ 국내 음악 이용자 동향

### 1. 음악 소비자 실태조사 결과

- 2011년 전국 만 10세부터 만 59세 이하의 국민으로서 국내 음악 관련 콘텐츠를 이용해 본 국민 1,500명을 대상으로 조사한 결과 평상시 주로 즐겨 듣는 음악 장르는 '국내 대중가요'(95.5%), 즐겨듣는 음악 장르는 '발라드'(44.1%)로 조사됨.
- 음악 감상에 주로 이용하는 매체는 'TV'(59.7%)였으며, 온라인 음악파일 다운로드 경험률은 50.1%로 2010년에 비해 21.8%p 감소했으며, 온라인 음악파일 다운로드 시 멜론, 네이버, 벅스뮤직, 소리바다, 도시락 등의 사이트를 주로 이용한 것으로 나타남.
- 노래연습장 이용 경험은 83.0%로 연령별로는 50~59세가 92.7%로 가장 높았으며 15~19세는 76.2%로 가장 낮음.
- 음악관련 공연 관람 경험률은 15.7%로 '오페라' 음악 관람 횟수가 2.4회로 가장 많이 나타남.

### 2. 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과

- 2010년 음악 관련 학과 수는 210개이며, 음악 관련 학과를 보유한 학교 152개, 총 교원 수 2,723명, 전임교원의 비율 32.1%, 입학생 6,428명, 졸업생 5,027명으로 조사.
- 2010년 음악 관련 학과 졸업생의 취업 비율은 63.1%이며 이 중 자기 전공 분야로의 진출 비율은 84.1%로 집계. 음악의 경우 산학연계 활용도는 64.0%이며 산학연계 진행방식으로는 인턴십 제도가 28.0%로 가장 많이 운영되고 있음.
- 2010년 전국 전문계 고등학교 중 음악 관련 학과 수는 5개이며 음악 관련 학과를 보유하고 있는 전문계 고등학교는 5개로 나타남. 교원은 총 22명이며, 입학생 수는 207명, 졸업생 수는 196명으로 집계.

## □ 음악 정책 동향

### 1. 음악산업 정책 및 법제도 현황

- 문화체육관광부는 대중문화예술 산업의 지속 발전을 견인하고자 2010년부터는 대중문화예술인의 날을 지정하고, 연예기획사들과 정책간담회, '표절(음악 분야) 문제 해결을 위한 세미나' 등을 개최.
- 음악산업을 진흥하는 법률로는 음악산업진흥에 관한 법률, 문화산업진흥기본법이 있고, 보호하는 법률로는 저작권법이 있으며, 규제하는 법률로는 공연법, 청소년보

호법, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 등이 있음. 콘텐츠산업진흥법의 경우 진흥과 보호를 동시에 관여함.

## 2. 국내 음악산업 지원 현황

- 음악시장이 일부 장르와 대형가수에 편중되어 있는 문제점을 타개하기 위해 인디 음악을 발굴, 지원 및 대중음악 발전에 기여한 원로 음악인을 지원하여 다양한 시대의 음악이 공존하는 상생 환경을 조성.
- 2011년 5월 12일 청소년 연예인과 원로 대중문화 예술인 및 매니저와 트레이너 등에게 심리 상담, 법률 자문 등 원스톱 서비스를 제공해주는 '대중문화 예술인 지원센터' 개소.
- 한국 대중음악의 인지도를 극대화하여 한류확산 및 실질적인 해외진출을 지원하기 위한 글로벌 뮤직 쇼케이스 개최 사업 진행.
- 아동·청소년 오케스트라 교육을 체계적으로 지원하기 위한 정책 네트워크 출범.
- 현재 음악산업관련협회로는 (사)한국음악저작권협회, (사) 한국음원제작자협회, (사) 한국음악실연자연협회, (사) 한국음악콘텐츠산업협회 등이 있음.

## 3. 해외 음악산업 정책 동향

- 일본의 경우 콘텐츠산업이 성숙단계에 있어, 직접적인 정부 시책보다는 산업 전반에 걸친 간접적인 지원 정책이 진행되고 있는 반면, 중국은 '문화산업 정책'이라는 개념을 처음으로 도입, 일련의 문화산업 정책과 문화산업의 발전을 지지하는 정책이 잇따라 발표.
- 인도의 경우 저작권법이 개정되면서 FM 라디오 채널에서 방송하는 음악에 대한 저작권이나 라이선스 비용을 요구할 자격이 없다고 판결을 내려, 작사가와 작곡가들이 거세게 반발. 반면 미국의 경우 불법 저작권을 근절하기 위하여 많은 예산과 인력을 투자.