논문 2009-6-32

SWOT분석을 통한 한국 디지털 음악산업에 관한 연구

Research on Digital Music Industry of Korea through SWOT Analysis

오한승*

Han-Seung Oh

요 약 2000년부터 지속적으로 성장해온 한국 디지털 음악산업은 기존의 음반산업을 능가하는 새로운 음악산업 분야로서 엄청난 영향를 미치고 있다. 따라서 환경분석을 통해 여러 요인을 규정하고 이를 토대로 앞으로의 전망을 예측해 보는 것이 필요하다. 마케팅 전략을 수립하는 기법인 SWOT분석은 이를 위한 유용한 분석수단이며, 기존의 전통적 의미의 음반산업과 디지털 음악산업의 강점, 약점, 기회, 위협 요인들을 분석, 비교하여 디지털 음악시장이 음반시장의 일부분으로서가 아닌 여타 미디어 및 엔터테인먼트 산업분야와 더 활발하게 연계될 수 있는 가능성을 모색해 보는 계기가 되도록 해야 할 것이다.

Abstract Digital Music Industry of Korea has had its dominance over existing Record-based Music Industry since the year 2000 influencing the entire music industry. This implies the perspective for this emerging field by defining various factors based on environmental analysis. SWOT analysis, mostly used for setting up the marketing strategy is very useful analytic tool for this manner. The potentials and possibilities were saught for this emerging Digital Music Industry to have connectivity with other Media and Entertainment Industry, focusing on its strength, weakness, opportunities and threats, four variables of SWOT analysis.

Key Words : 디지털 음악, 음악산업, 음반산업, DRM

Ⅰ. 서 론

2000년부터 지속적으로 성장해온 한국 디지털 음악산업은 스트리밍과 다운로드 그리고 BGM(Background Music)형태로 디지털음악파일을 감상할 수 있는 각종 디바이스인 휴대폰, MP3플레이어, PMP 등의 발달과 더불어 급성장을 지속하였다. 그러나 해당 디바이스의 포화상태와 컬러링, 벨소리 이후의 강력한 신규 서비스모델의 부재 등이 겹쳐 그 성장세가 2006년 이후 다소 둔화되었다. 또한 초고속인터넷의 보급률 증가로 인해 급기야 2004년 디지털 온라인 음악산업이 기존의 음반산업을 역전시키는 상황이 되었고, 이는 가치사슬(Value Chain)을 변경하기에 이르렀다.

이러한 디지털 컨텐츠의 급격한 대두는 기존의 음반산업을 능가하는 새로운 음악산업 분야로서 변화에 민감한 청소년 및 20대, 30대 등의 문화생활 및 공유 방식에 직접적인 영향을 주고 있다. 따라서 본 논문에서는 환경분석을 통해 강점(strength)과 약점(weakness), 기회(opportunity)와 위협(threat) 요인을 규정하고 이를 토대로 마케팅 전략을 수립하는 마케팅 분석기법인 SWOT분석을 통해 한국의 디지털 음악산업을 살펴보고 앞으로의 전망을 예측해 보려 한다.

*정회원, 동아방송예술대학 영상음악계열
접수일자 2009.10.20, 수정일자 2009.11.23

Ⅱ. 한국 디지털 음악산업의 현황

1. 디지털 음악산업의 규모와 성장률

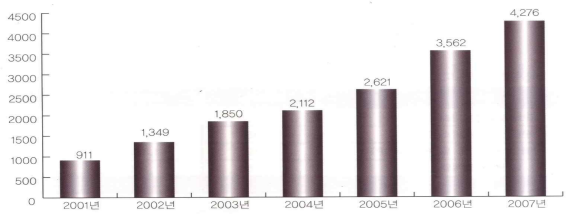


그림 1. 2001~2007년 디지털 음악산업의 규모 추이 (단위: 억원)

Fig. 1. The Progress Scale of Digital Music Industry from 2001 through 2007 (unit : hundred million)

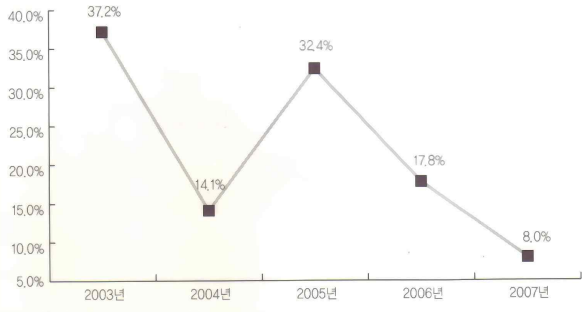


그림 2. 2003~2007년 디지털 음악산업의 성장률 추이

Fig. 2. The Rate of Growth Scale of Digital Music Industry from 2003 through 2007

※ 출처 : 한국문화콘텐츠진흥원(2006,2007년 문화콘텐츠사업체 실태조사, (사)한국음악콘텐츠산업협회 2007년도 한국음악시장 규모 추이 자료)

국내 디지털 음악산업은 2001년 이후 큰 폭의 상승세를 기록하며 성장을 거듭하여 음반산업을 대체해 가고 있으며 2004년을 정점으로 음반산업의 규모를 능가하는 성장을 기록했다. 이는 기존 오프라인 음반산업이 다 포용할 수 없는 다양한 포맷을 지닌 디지털 음악파일의 사용과 이를 담을 수 있는 디바이스의 성장과 밀접한 관계를 지닌 것이다. 더불어 2005년 SKT 'Melon'과 같은 유료 온라인 음악서비스의 시작 및 불법사이트의 유료화 전환 등을 기점으로 큰 폭의 성장을 기록하였으나 모바일 음악시장의 성장둔화 및 웹하드 등의 불법음원공유사이트 성장과 포털사이트의 블로그 및 개인 커뮤니티에서 음악공유가 불법으로 이루어짐에 따라 성장세는 2006년 이후 정체로 돌아서기 시작했다. 디지털 음악산업은 2007년 4,276억원으로 4천억을 넘어섰으나 성장률은 2005년 32.4%를 기점으로 하락세를 기록하여 2006년 17.8%, 2007년 8%로 그 성장세가 큰 폭으로 둔화된 것을 알 수 있다. 하지만 권리자들의 음악시장 성장을 위한 다각적인 노력과 P2P 서비스사업자에 대한 법적대응, 저작권법의 개정, Non-DRM 서비스 도입 등을 통해 특수한 유형의 온라인서비스사업자가 제도권 안으로 수용됨으로써 과거보상에 대한 합의들이 진행중이며 이를 통해 음악시장의 또 다른 성장엔진으로써의 역할을 기대하게 되었다.

2. 디지털 음악산업의 주요 쟁점들

표 1. 년도별 주요 쟁점들(2004~2007)

Table 1. Primary Issues by the Year(2004~2007)

년도	주요 쟁점
2004	*유무선 음악 서비스 수익 분배 관련 요율 분쟁 *음원 관련 저작권 분쟁 *온라인 음악 서비스 시장의 경쟁 *신규 디지털 수익모델 및 서비스 개발 *유통 채널의 증가
2005	*불법 음원 유통 문제 *이동통신사의 디지털 음악시장 대거 참여 *신규 비즈니스 모델 및 서비스 개발 *사업자간 수직 계열화 시도
2006	*저작권법 개정 *불법 음원 유통 문제 지속 *디지털 음악시장 정체 *디지털 싱글 제작 확대 *매장음악 시장
2007	*불법시장 확대 지속 *디지털 음악시장의 정체 *비신탁곡 권리분쟁 지속 *영업장 BGM 서비스시장 및 디지털 음성송신 *사용료 징수규정 개정

위의 표 1을 보면 2005년부터 2007년까지 '불법 음원 유통 문제'가 지속적으로 대두되고 있음을 알 수 있다. 한편 2004년에 극심했던 '유무선 음악 서비스 수익 분배 관련 요율 분쟁'은 그 다음해인 2005년의 '이동통신사의 디지털 음악시장 대거 참여' 및 '사업자간 수직 계열화 시

도'로 인해 음원제작자 협회의 발언권이 더욱 축소되는 부작용을 낳아 현재까지 협의 및 조정되지 못하고 있는 부분이다. 2006년부터는 '디지털 음악시장 정체'가 되는 현상이 일어났는데, 앞서 나온 그림 2.에서도 볼 수 있듯이 현재와 같은 음원 제작 풍토와 유통구조에서는 지속적인 디지털 음악시장의 성장이 이루어지기가 쉽지 않다는 것을 나타낸다.

Ⅲ. 기존 음반산업의 SWOT 분석

표 2. 기존 음반산업 SWOT 분석
Table 2. SWOT Analysis of Exitsting Record Indstry

내적요소 / 외적요소		기회(Opportunity)	위협(Threat)
		*타 분야와 음악 교류 가능성 확대 *저작권 강화 *한류의 확대	*만연한 불법 복제 *디지털음악시장의 상승에 따른 음반 무용론 대두
강점(Stren-gth)	*지속적인 콘텐츠 생산 단위 *제작비의 감소와 앨범 단위에서 싱글로 변화 가능 *비주류 음악의 꾸준한 증가	**[우선보완과제]** *체계적인 저작권 관리로 전통적인 음악산업의 기반 유지 *한류의 정밀 분석을 통해 해외시장 개척 및 음반시장 규모의 상승 도모 *대형 스타 중심의 한류에서 벗어나 비주류 음악까지 포괄하는 방법 모색 필요	**[장기보완과제]** *불법복제방지를 위한 체계적인 홍보와 관리 필요 *영화와 게임 등의 타 산업과 연계, 콘텐츠의 지속생산 및 B2B시작 개척 *디지털 음악에 대비한 이용 방식의 장기적인 모색 필요
약점(Weak-ness)	*음반 판매량 하락 *도·소매상의 붕괴로 인한 음반 유통망의 연쇄 붕괴 *대형 스타의 부재		

한국 음악산업의 기본 흐름은 2000년 이후 유형의 음반시장 하락과 무형의 디지털 음악시장 성장이라는 두 축을 중심으로 이루어지고 있다. 이를 파악하기 위해 분야별 강점과 약점, 기회와 위협의 요소들을 SWOT분석을 통해 살펴볼 필요가 있다. 위의 표 2에서는 먼저 음악산업의 주축으로 인정받아온 기존 음반산업 분야를 살펴보았다.

더 이상 음악산업이 음반산업과 동일한 것이 아니라는 점을 감안한다면, 음반산업의 규모가 예상보다 빨리 축소되고 있긴 하지만 다른 방향에서 돌파구를 찾을 수 있다. 이미 디지털 음악산업은 음반산업과는 비교할 수 없을 정도의 성장세를 보이며 음악산업의 중심으로 자리를 잡았다. 음반시장의 장기적인 침체 및 디지털 음악시장에 대한 상대적 약세에도 불구하고 음악콘텐츠를 생산하는 기본단위로서의 꾸준한 역할, 싱글 시장의 성장 가능성, 비주류 음악의 꾸준한 증가는 음반산업의 강점으로 볼 수 있다. 또한 음반 판매량의 하락 및 도·소매상의 폐업으로 인한 유통망의 붕괴 등의 약점과 불법 복제의 위협에 쉽게 노출되어 있는 매체라는 위협요인이 있지만, 지속적인 저작권의 강화 및 타 분야와의 교류 가능성이 높다는 점 등은 음반산업의 기회로 볼 수 있다.

음반산업의 SWOT분석을 통해 음반시장이 아직도 강점과 기회를 가지고 있는 것은 분명히 확인할 수 있지만, 세계의 음반산업과 마찬가지로 한국의 음반산업 역시 지속적인 규모 축소는 불가피할 것으로 보인다. 음반산업 규모의 축소와 음악소비방식의 변화에도 불구하고, 한류 확산 및 음악 외 분야와의 연계에서 음악이 수록된 유형물로서 음반이 가지는 역할 등을 통해 음반산업에 새로운 가치와 역할을 부여해 볼 필요가 있다. 40대 이상의 세대에서는 디지털 음악시장으로의 적극적인 편입 양상이 아직 두드러지게 나타나지 않고 있기 때문이다.

Ⅳ. 디지털 음악산업의 SWOT 분석

2000년 이후 음악산업의 중심축으로 등장한 디지털 음악산업의 SWOT분석은 아래와 같다.

표 3. 디지털 음악산업 SWOT 분석
Table 3. SWOT Analysis of Digital Music Industry

내적요소 / 외적요소	기회(Opportunity)	위협(Threat)
	*잘 구축된 IT 인프라	*여전한 불법 복제

		*저작권의 강화와 합법 이용자의 증가 *OSMU의 확대 *음악재생기기의 다양화 *한류의 확대 *매장음악의 수요 확대	*음악산업이 통신사의 사업영역으로 흡수될 가능성 *디지털 음원사용료 분배 문제 상존
강점(Strength)	*지속적인 콘텐츠 생산 가능 *디지털 음악 확대로 OSMU 가능 *싱글 단위 보급 가능	**[우선보완과제]** *합법적 이용자의 증가 유도 *한류의 지속적인 유지와 해외시장 개척 *디지털 음악서비스 모델의 다양화 *매장음악의 수요 증가에 대한 체계적인 대비 *콘텐츠의 이용에 따른 이윤 배분의 현실성 및 투명성 확보	**[장기보완과제]** *불법복제방지를 위한 체계적인 관리 *DRM 관련 대한 소비자의 거부감과 불만 해결책 필요 *방통융합환경에 대비하는 체계적인 전략 필요
약점(Weakness)	*음반만큼 소유욕이 강하지 않음:싱글 위주의 시장은 음악에 대한 소비자의 관심 감소와 이탈 가능 *획일적인 요금제 및 서비스 모델 *DRM 존폐 여부 및 호환성 문제		

디지털 음악은 현재 전 세계적으로 가장 많은 관심과 논란을 일으키고 있는 음악산업의 분야이다. 디지털 음악은 2000년대 이후 폭발적으로 성장하고 있으며, 이전에는 생각하지 못했던 방식으로 음악을 이용할 수 있게 되었다. 또한 산업 인프라는 단지 음악산업 만을 위해 구축되는 것이 아니라 한 나라의 국가경제에 속하는 기간망에 포괄되어 구축되고 있다는 점을 중요한 특징으로 꼽을 수 있다. 국내 음악산업의 경우 잘 구축된 IT인프라와 함께 디지털 음악시장이 세계의 이목을 끌 정도로 성장을 거두었으며 이에 맞물려 음반시장의 축소가 급격하게 이루어지고 있다. 해외 여러 국가와 비교해 한국의 디지털 음악산업의 경우 이동통신사들이 시장의 중요한 위치에 자리하고 있다는 점이 확연하게 차이가 나는 부분이다.

디지털 음악산업의 성장이 음반산업과 불가분의 관계를 지니며 이루어졌기 때문에 디지털 음악산업의 SWOT 분석에서도 서로 공통되는 내용이 많다. 특히 디지털 음악이 가진 강점과 기회가 그렇다. 현재 상황을 보면 한국의 음악산업은 음반과 디지털 음악이 공존하기보다는 디지털 음악이 음반을 대체하는 경향마저 보이고 있다. 따라서 음반산업에서 강점으로 내세웠던 부분은 여전히 유지되고 있고, 장점으로 승화시킬 기회는 더욱 확대되는 모습을 보인다. 물론 현 상황에서 디지털 음악의 성장세가 초기에 비해 둔화되고 있지만 스트리밍 서비스 등 새로운 수요와 시장이 형성되고 있어 여전히 디지털 음악은 이후 음악산업의 핵심이 될 수밖에 없다. 매장음악(영업장 BGM 서비스)시장 및 디지털 음성송신 등이 이 현상의 중심에서 어떤 역할을 하게 될 것인가가 향후 한국 음악산업의 규모를 얼마나 성장시킬 것인가에 대한 한 단서를 제공해줄 수도 있다는 점에서 중요하다.

하지만 디지털 음악산업 역시 몇 가지 약점을 안고 있다. 국내 디지털 음악산업의 규모가 확장되는 데에 벨소리, 통화연결음 등 모바일 분야에서의 이동통신사의 역할이 상당히 중요했고, 디지털 음악이 음악산업의 중요한 흐름으로 자리 잡으면서 이동통신사는 음반사의 합병이나 온라인 음악서비스업의 병행 등 수직계열화를 통해 디지털 음악의 핵심에 존재하게 되었는데, 이 과정은 약점 또는 위협요소들을 동반하기도 하였다. 이동통신사가 독자적으로 적용한 DRM(Digital Rights Management)은 몇 년 전부터 소비자의 불만을 일으키게 되었는데, DRM의 폐쇄성 문제는 디지털 음악이 특정 플레이어에서만 적용된다는 점에서, 다양한 재생기기의 출현과 확대로 이용자의 증가 또는 이용방식의 다양화라는 기회에 상충되는 문제점으로 남을 수 있다. 또한 디지털 음악 사용료의 배분을 둘러싼 갈등 및 온라인 음악서비스 분야의 획일적인 요금제와 서비스 모델 역시 몇 년간 해결되지 않은 문제로 남아있다.

디지털 음원의 불법복제 및 불법공유 문제는 저작권법의 개정 등을 통해 불법 이용의 범위를 명확히 하고 소

비자들을 점차 합법 공간으로 수용하려는 노력 등이 꾸준히 이루어지고 있으나, 그 실효성에는 여전히 의문이 제기되며 디지털 음악산업의 최대 위협으로 남아있다.

V. 결 론

한국 디지털 음악산업은 전세계 디지털 음악산업의 성장과 맞물려 성장동력을 찾기 위한 노력에 분주하였으며 그 시도는 지속될 것으로 보인다. 현재 가장 큰 3가지 이슈가 DRM, 공정분배, 공정경쟁임을 고려해 볼 때 한국 디지털 음악산업은 신탁단체의 사용료 징수규정의 발효에 맞추어 Non-DRM 서비스를 강하게 추진할 것으로 예상되며, 이는 포털사이트 및 UCC 사이트의 양성화와 함께 추진될 경우 디지털 음악산업이 성장하는 데 크게 기여할 것으로 보여진다. 특히 2007년 이후 사용자의 디바이스와 인터넷의 결합을 통한 인터렉티브(Interactive) 기능 추가를 통하여 디지털콘텐츠의 소비는 늘어갈 것으로 예상되며, 이는 음악콘텐츠 서비스환경의 컨버전스(Convergence)의 가속화로 이어져 부가가치를 상승시킬 것으로 기대된다. 또한 불법콘텐츠 시장의 지속적인 양성화 추진 및 Non-DRM 서비스 오픈을 고려해 볼 때 음원권리자와 서비스사업자 그리고 이동통신사업자와 디바이스제조사들의 협업 및 경쟁은 음악산업에서 가장 중요한 이슈로 당분간 부각될 것으로 보인다.

디지털 음악산업이 폭발적으로 성장한 현 상황에서 음반산업과 디지털 음악산업의 관계가 재편될 가능성은 매우 낮다. 일시적으로 성장세가 잠시 둔화되는 모습을 보이고는 있지만 디지털 음악산업은 여전히 성장하고 있고, 결국 음반산업의 총 규모를 앞질러 버렸다. 그렇지만 이에 따른 몇 가지 문제는 여전히 존재한다. 디지털 음악의 소비자들이 합법적인 영역으로 들어오면서 산업의 규모는 더욱 확대되었지만, 성장에 따른 분배의 문제는 여전히 발목을 잡고 있다. 비록 음원권리자와 서비스제공자 사이의 계약에 따른 분배가 이루어지고 있다고 하지만 분배요율을 둘러싼 갈등은 여전히 위협적인 문제로 남아있다.

한편 이동통신사가 독자적으로 적용한 DRM은 소비자의 불만을 일으키기도 하였다. DRM의 폐쇄성 문제는 디지털 음악이 특정 재생기기에서만 들을 수 있다는 점에서, 다양한 재생기기의 출현과 확대로 이용자의 증가 또는 이용방식의 다양화라는 기회에 상충되는 문제점으로 남을 수 있다. 현명한 DRM 정책은 소비자 권리 확대 및 디지털 음악산업의 지속 성장으로 가는 중요한 열쇠가 될 것이다.

현재까지 디지털 음악산업이 지속적으로 성장하고는 있으나, 음악 외 여타 엔터테인먼트 분야의 산업 규모에 비해 국내 음악산업의 규모는 여전히 선순환구조를 일으키기에는 충분하지 않다. 한계에 달한 내수시장의 대안으로 음악공연산업의 활성화, 해외시장 개척 등이 거론되어 왔지만, 이와 함께 관심을 기울여야 할 부분으로 B2B(Business to Business) 모델의 개발과 게임, 영화, 드라마 등 여타 산업과의 연계를 통한 OSMU(One Source Multi Use) 실현 및 음악산업 부가가치 제고 등이 있는데, 이는 침체된 국내 음악산업의 한계를 딛고 향후 지속 성장해 나아가는 데 중요한 열쇠가 될 것이다.

참 고 문 헌

[1] 장미혜,이충한, "*디지털 네트워크 시대의 음악시장 변화*", 경제와 사회, 통권 72호, pp.230-256, 2006년 12월

[2] 정중호, "*온라인 음악시장과 새로운 비즈니스 모델*", SW insight 정책리포트, vol.15, pp.6-31, 2006년 10월

[3] 박진영, "*뉴미디어와 음악산업의 변화에 따른 한국 음악콘텐츠의 미래와 과제*", 음악과 민족, 제32호, pp.27-53, 2006년 9월

[4] 저작권심의조정위원회, "*디지털 음악시장 활성화를 위한 올바른 DRM 정책*", 저작권문화, 제142호, pp.4-9, 2006년 6월

[5] 박수호, "*디지털음악 산업 시장*", 매경Economy, 제1418호, pp.62-63, 2007년 8월

[6] 김병오, "*디지털음악의 시대 : 통계의 재구성*", 대중음악, 통권 1호, pp.105-127, 2008년 4월

[7] 신원수, "*정당하고 합리적인 음악산업 시장을 기대하며*", 저작권문화, 제165호, pp.6-8, 2008년 5월

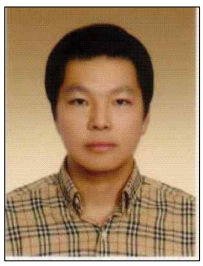
[8] 허미선, "*무제한 다운로드 정액제를 둘러싼 쟁점*", 미디어미래연구소, 통권 제14호, pp.23-25, 2007년 8월

[9] 한국문화컨텐츠진흥원, "*음악산업백서 2008*", 문화

관광부, pp.20-29, pp.91-108, 2009
[10] 한국문화컨텐츠진흥원, "*음악산업백서 2007*", 문화관광부, pp.92-105, 2008
[11] 한국문화컨텐츠진흥원, "*음악산업백서 2006*", 문화관광부, pp.74-89, 2007
[12] 한국문화컨텐츠진흥원, "*음악산업백서 2005*", 문화관광부, pp.46-84, pp.122-127, 2006

저자 소개

오 한 승(준회원)



• 학위
-경영학사(연세대학교)
-Professional Music Diploma (Berklee College of Music)
-실용음악 예술학석사 (동덕여자대학교)

• 경력
-'실용보컬가이드북', '나도 가수가 될 수 있다.' 집필
-세계음악학회, 실용음악학회 정회원
-음악저작권협회,음악실연자협회회원
-현 동아방송예술대학 영상음악계열 교수

<주관심분야 : 디지털콘텐츠, 온라인마케팅, DRM, 음악콘텐츠저작권, 음원제작>