

# 한국 온라인 음악시장의 음악사용료 징수규정과 창작자를 위한 저작권료 수익구조

정지영  
한세대학교 예술학부

## The Levy System of Music Service and Revenue Structure of Copyright's Royalty in the On-line Music Market in Korea

Jiyoung Jung  
Dept. of Music, Hansei University

**요약** 한국의 음악저작권은 신탁체제를 도입하고 있으며 대부분의 음악저작물들이 정부에서 승인한 신탁관리단체에 의해 관리되고 있다. 음악의 산업구조가 음반산업에서 온라인 음악시장위주로 변하면서 음악저작물에 대한 권익이 필요한 부분들이 늘어났다. 한국 정부는 시대적 요구 및 산업환경의 변화와 업계와 저작자들의 요구에 따른 징수체제를 계속적으로 개정하여 발표하였다. 그러나 실질적인 창작의 주체인 저작권자들의 수익분배가 제대로 이루어지지 못하고 있는 상황이라고 할 수 있다. 본 연구는 한국의 저작권료 분배체제와 현황을 파악하고, 최근 논쟁의 중심에 있는 온라인 상에서 음원서비스에 대한 징수 체제인 정액제와 종량제를 고찰하여 창작자에 대한 저작권료 분배를 살펴보았다. 본 연구의 결과로 우선 정액제와 종량제는 아직도 창작자에 대한 권익이 타당하게 책정되지 못하고 있다. 그러므로 제도적 개선이 여전히 필요하다.

**주제어** : 음원서비스, 음원사용료, 디지털음악, 온라인음악, 음원정액제, 음원종량제

**Abstract** The copyrights of music in Korea have been placed under the supervision of the associations which the government approved as a trusteeship. Since the industry of music in Korea has been changed from phonographic industry to on-line music service, it is required increasingly that the rights and interests of music should be protected. Korea government has been announced the amendment for levy of music royalties through on-line service according to the changes in the music industry and industries' demand. In this paper, the corporate structures in music industry has been investigated from the point of owner of copyright, recently at the heart of the debate, flat rate system and usage-based pricing in on-line music market has been compared. Consequently, the reasonable prices of music service through on-line market are not earmarked in reality for both consumers and copyright proprietors. Therefore, it is still necessary to improve the institutional.

**Key Words** : Music Streaming, Music Streaming Service, Digital Music, On-line Music, Royalty of Music Streaming, Royalties on a copyright

Received 16 October 2014, Revised 17 November 2014  
Accepted 20 January 2015  
Corresponding Author: Jiyoung Jung  
(Dept. of Music, Hansei University)  
Email: jj0842@hansei.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

최근 디지털 네트워크 기술의 발전으로 인해 다양한 문화콘텐츠의 유통 환경이 달라지고 있다. 특히 음악저작물의 창작은 활발해지고 있으며 통신, 방송이 융합된 다양한 휴대용 기기를 통해 창작물의 유통은 해마다 증가하고 있다. 그러나 이러한 기기를 통한 음악저작물은 불법 복제 및 유통에 더 쉽게 노출되어 창작자에 바람직한 저작권 환경이 마련되지 못하고 있다. 물론 최근 들어 불법복제 등과 같은 법률적인 방안을 모색되고 다양한 제안이나 연구 등이 음악시장에 많이 반영되어 이전보다 음원에 대해 적절한 가격을 지불하는 환경으로 바뀌어 가고 있기는 하다.

그러나 디지털 기기와 인터넷의 발달로 인해 이전보다 창작물의 양과 질은 비약적으로 높아진 반면 변화된 음악산업의 환경 속에서 실질적인 창작자의 권익은 여전히 논쟁의 중심에 있다. 여기에는 몇 가지 이유를 들 수 있는데 음악창작물의 대한 불법 복제 및 유통으로 인한 가치의 하락, 음악산업의 유통구조에서 안전한 거래 기반의 미정립, 음악 창작물에 대한 소비자의 인식 부족 등을 들 수 있다.

2002년 서태지는 국내 음악저작권 신탁단체인 한국음악저작권협회(KOMCA) 회원을 탈퇴하였고 자신의 음악에 대해 저작권 사용료 청구소송을 내어, 2014년 원고 일부 승소 판결을 받아냈다. 12년간 이어진 이 소송은 원작자의 권리를 보호하지 않은 한국음악저작권협회에 대한 반기였고, 법원은 서태지의 손을 들어준 사례라 할 수 있다[1]. 이 사건은 창작자가 자신의 창작물에 대한 권한을 적극적으로 행사하고 저작권 관리기관에서도 창작자의 권리가 잘 지켜지고 있지 못한 상황에서 저작권자가 그에 대한 법적 조치를 취한 사례라고 할 수 있다. 더불어 아직도 저작권을 가진 창작자들은 음원에 대한 징수 및 분배에 있어서 소외되고 있으며 마땅히 받아야할 수익을 받지 못하고 있다는 반증이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 저작권 사용료 징수규정 중 온라인 시장에서의 음원서비스에 대한 징수체계를 통해 창작자의 권익에 대한 현황을 파악하고자 한다. 다른 산업과 비교할 때 큰 규모이고 또 비약적으로 성장한 음악시장에서 창작자나 저작권자들의 상황들은 여전히 개선이 되고 있지 않다는 관점에서 볼 때 창작의 주체인 저작권자들의

수익분배구조를 구체적으로 고찰할 필요하다고 본다. 그러므로 본 논문에서는 음악저작권료의 징수기관 및 절차에 대해 알아보고 징수 및 분배현황과 규모를 통해 음원서비스의 비중을 알아보하고자 한다.

또한 음악사용료 징수규정 개정안에 근거하여 최근 들어 온라인 음악시장에서 이슈가 되고 있는 음원종량제와 음원정액제를 고찰하여 음원서비스의 유료화 이후 창작자가 가지는 실질적 수익을 비교 및 고찰하여 저작권자들의 권익에 대한 현황 및 문제점을 살펴보고자 한다.

## 2. 선행연구

2000년 이전 음반중심의 음악산업 환경에서는 주로 저작권법에 의거한 불법복제 및 유통에 대한 연구들이 법률적 측면이나 산업적 측면에서 연구가 많이 이루어졌다. 음원 사용의 징수료에 대한 연구는 음악산업의 구조가 음반시장에서 온라인 음악시장중심으로 전환되는 2000년 초반까지는 거의 없었다고 할 수 있다.

온라인 음악시장에 있어서 음원사용료에 대한 연구로는 먼저 음반시장과 온라인 음악시장에서의 불법 복제 등에 관한 법률적 연구, 유통과 보안을 위한 기술적 문제, 음원시장의 가격에 대한 연구 등으로 분류할 수 있다.

법률적 측면에서의 연구나 음악시장 구조가 변화하는데 있어서의 산업적 측면에서의 연구가 많았다. 장미혜, 이충한은(2006) 디지털 네트워크 시대에 대한 음악시장의 변화를 통해 음악시장의 현황 및 특성 그리고 음악 소비형태의 변화 및 전망을 연구하였다. 전병준은(2005) 음원의 디지털화에 따른 음악시장의 구조변화와 그에 따른 불법복제에 사례 및 문제점을 제시하였다. 박정호는(2011) MP3의 등장 이후 음원위주의 산업으로 전환된 음악시장에서의 산업적으로 새로운 수익모델로 방송 및 다양한 장르와 방안들을 제시하고 그에 따른 법률적 역할에 대한 연구를 하였다.

온라인 음악시장에 대해 기술적 측면의 선행연구는 이동통신의 발달과 더불어 많이 연구 된 분야 중 하나라고 할 수 있다. 가령, 이상식, 최동현, 원동호, 김승주(2009)의 논문에서 음원을 제공하는 포털사이트의 음원서비스 프로세스를 분석하고 외부로부터 공격당할 수 있는 기술적 취약점과 대응방안 등을 제시하고 있다.

디지털 음악시장에서 음원 사용료 및 수익에 대한 연구로는 창작자에 대한 연구보다는 수익창출에 대한 방안을 제시하는 연구가 있었다. 임선집, 신민수(2009)는 출판, 음악, 영화 등과 같은 분야에서 디지털 콘텐츠 시장의 활성을 위한 바람직한 가격책정으로 DC 오픈소스화 가격설정 제시하였고 수익창출을 위한 방안을 전략적으로 실행할 것을 제안하고 있다.

최근에는 창작자 혹은 저작자들이 음원시장에서의 수익구조에 대한 불합리성을 언론을 통해 문제제기 적극적으로 하고 있는 상황이라고 할 수 있다. 이에 따라 음원 시장에 있어서 정액제와 종량제의 연구로 장대철, 안병훈(2008)은 정액제와 수익배분의 문제를 수리모형을 통해 분석하였고 창작자와 유통자가 독점이라는 가정 하에 창작자와 유통자의 입장에서 각각 정액제에 대한 효용성을 연구하였다. 서영덕(2013)의 논문에서도 음원시장의 가격전략 유형의 비교에서 대표적 가격체제인 종량제와 정액제를 비교하고 가격책정에 대한 수리모형을 제시하고 있다.

음원에 대한 연구를 볼 때 산업적, 법률적, 그리고 기술적 측면에서의 연구가 많았다. 최근에는 가격에 있어서 수리적 접근에 관한 연구 등등이 선행되어졌으며 음원서비스의 구조적 문제점을 통해 저작자와 소비자들의 바람직한 권익분배를 연구하였다. 그러나 음원에 대한 창작자나 저작권자들의 관점에서 수익구조와 분배에 대한 구체적인 연구는 아직 미비한 상황이라고 할 수 있다. 그러므로 종량제와 정액제를 통한 저작권자들의 수익분배를 고찰하여 실제적인 문제점을 연구할 필요가 있다고 본다.

### 3. 한국 음악저작권 분배제도

우리나라 음악저작물의 관리는 한국음악저작권협회를 통해 이루어지고 있다. 한국음악저작권협회는 1987년 국제저작권관리단체연맹(CISAC)에 준회원으로서 가입한 이후 1995년 정회원으로 승격하였다. 이 협회는 1988년 당시 문화공보부로부터 저작권법 제 105조에 의거하여 위탁관리업 허가를 받아 사단법인으로 설립되었다. 한국음악저작권협회는 국내 유일의 음악저작권 신탁관리단체 전문기관으로 민법 제 32조 및 저작권법 제 105조를

근거로 저작권자들의 권익을 보호하고 음악저작물 사용자의 이용편의를 도모함으로써 음악문화의 향상 발전에 기여하는 것을 설립목적으로 하고 있다[2].

1964년 창립 이후 50년의 역사를 가진 한국음악저작권협회는 저작권료 징수업무 및 분배를 담당하고 있으며, 신탁관리 되고 있는 음악저작물 수, 음악창작가 수 등이 크게 성장했다. 1964년 등록 음악인 56명으로 출발하여 2009년에는 1만 명대로 늘었다. 1964년 첫해 54만원이었던 국내 음악 저작권료 징수 규모는 2010년 들어 '저작권료 1000억원 시대'를 맞이하였다[3]. 2014년 1월 기준 17,041명의 정회원수를 확보하고 있다. 2014년 6월 기준 등록된 작품 수는 대중·순수·국악·동요 등 42만여 곡으로 이에 해당하는 저작권료 징수 규모도 1200여억 원이다 [4]. 음악저작권에 대한 관리 및 규모는 해마다 증가하고 있으며 매해 등록되는 저작물의 수도 늘어나고 있다. 그래서 음악저작권의 관리는 일부 음악인들의 이익단체가 아닌 음악 저작물에 대한 권리를 가진 모든 창작자들의 권익을 위한 기관이라고 할 수 있다.

#### 3.1 저작권 사용료 적용범위와 결정절차

현재 음악저작권은 <Table 1>에서 보면 지상파방송을 포함한 방송에 관련된 매체, 유·무선 기기 등을 통한 전송매체, 음반이나 출판을 통한 복제매체, 공연을 포함한 시설이나 기관에서 사용된 공연매체, 그리고 외국에서 복제되거나 사용된 매체를 통해 발생되고 있다[5].

<Table 1> Media of Music Copyrights

Categories	Contents
Broadcasting Parts	terrestrial TV(Cable, satellite, web-casting, TV rebroadcasting, IPTV, DMB, secondary replication, etc.
Streaming Parts	wire or wireless transmit, VOD, web-casting, etc.
Replication Distribution Parts	Records, Publication, Pictures and Video, Karaoke machine, logo-songs for voting, etc.
Performance Parts	Karaoke, bars etc. Performances in hotels, department stores, airlines, amusement parks, etc.
Royalty from other countries	fees of foreign associations replica compensation

Source: KOMCA 2014

온라인 음악시장의 성장으로 인해 이전에 없었던 스트리밍 서비스 등에 대한 징수범위가 최근 들어 가장 비중 있게 논의되어지고 있다.

우리나라 헌법상 보호되는 재산권인 저작권은 저작물에 대한 이용허락 여부 및 그 대가의 책정은 저작권자가 결정하는 것이 원칙으로 하며 현재 한국음악저작권협회(KOMCA), 한국음악실연자연합회(FKMP), 한국음원제작자협회(KAPP)가 신탁을 담당하고 있다. 그러나 이 세 단체의 전송관련 사용료징수요율은 신탁관리단체가 마음대로 정할 수 없으며, 저작권위탁관리업자는 사용료 징수규정을 시행하기 앞서 반드시 사전에 문화부장관의 승인을 받도록 의무화하고 있다. 저작권법 제 109조 따라 음악산업의 환경이 변화하는 등 사용료 조정의 필요성이 생긴 경우에 신탁관리단체가 내부적으로 개정안을 마련하고, 이를 승인 받은 뒤에야 비로소 변경된 규정에 따른 사용료를 징수할 수 있다. 승인과정도 그리 간단치 않은데 우선 서면으로 문화부에 승인신청을 해야 하고 문화부는 이를 문화체육관광부 홈페이지에 14일 이상 게시해서 이해관계인의 의견을 수렴하는 과정을 가진다. 이후 위원회의 2개월 이내 심의를 거쳐 그 결과를 문화부에 통지한다. 문화부는 이들을 종합하여 승인 여부를 결정하게 된다[6]. 여러 단계와 심의를 거치는 이유는 신탁관리단체나 사업자의 독단적인 가격결정을 막고 소비자와 생산자 모두 사회적으로 합의할 수 있는 적절한 가격에 대해 다양한 측면에서의 검증을 하기 위함이다.

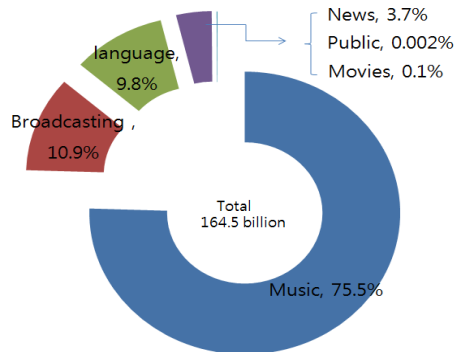
많은 절차를 통해 만들어진 징수개정안이 발표될 때마다 이를 승인한 정부는 창작자와 소비자의 요구가 충분히 반영이 되었다고 하지만 여전히 논쟁의 여지를 가지고 있다. 왜냐하면 소비자에게 지속적인 음원서비스의 가격인상을 요구하게 되고 창작자들에게는 충분한 수익이 돌아가지 못하는 구조가 여전히 존재하기 때문이다. 이는 징수규정의 주체가 유통을 담당하는 사업자 중심으로 가격이 결정 및 조정되는데 기인한다고 할 수 있다. 그러므로 이러한 가격 결정 및 징수의 범위를 정함에 있어서 창작자의 주체인 저작권자들과 소비자가 주체가 될 수 있는 제도 및 과정이 필요하다고 본다.

### 3.2 저작권료 징수규모와 음악저작물의 가치

음악저작권의 징수규모는 해마다 급속히 증가하고 있다. 저작물 중에서도 음악분야에서의 사용료 징수는 다

른 분야에 비해 월등히 비중이 높다. 이는 음악이 상품으로 구매가 용이한 온라인의 판매구조로 되어 있고 또 소비자가 쉽게 구매할 수 있는 저작물의 형태를 가지고 있기 때문이다.

[Fig. 1]은 2012년 우리나라 전체 사용료 징수액을 분야별로 보여주고 있다. 전체 1,645억 원 중에서 1,241억 원의 음악분야는 전체 규모에서 약 75.5%를 비중을 차지하는 것을 알 수 있다. 또한 방송분야가 전체 비중에서 10.9%를 어문학분야가 9.8% 그리고 뉴스, 영화 등의 기타 분야에서 약 3.8%의 저작권 징수분야를 보여주고 있다[7]. 음악이외에도 방송, 영화 등의 분야 역시 음악과 관련성이 높은 장르임을 볼 때 음악분야는 저작권에 있어서 가장 핵심적이라고 할 수 있다.



[Fig. 1] 2012 Categories of copyright, Source: KCC

<Table 2>에서는 2010년부터 2012년까지 현재 음악 관련 저작물을 신탁관리하고 있는 한국음악저작권협회(KOMCA), 한국음원제작자협회(KAPP), 한국음악실연자연합회(FKMP)에서 징수한 저작권료를 보여 주고 있다. 총 징수액은 2010년 1,133억원이 규모에서 2012년 1,241억 원으로 증가하고 있다[8].

<Table 2> 2010–2012 Music Copyright Levy

Associations	2010	2011	2012
KOMCA	102,805,980	108,765,462	110,301,034
KAPP	2,964,409	3,683,646	3,812,992
FKMP	7,607,601	8,393,311	10,083,404
Total	113,377,990	120,842,419	124,197,430

Source: Edited from KCC, Unit:₩(000)

그러나 해마다 음악저작물의 저작권료 규모는 높아지고 있지만 창작물의 생산과 그에 따른 가치는 조금 다른 결과를 가지고 있다. <Table 3>에서 보면 2012년 저작물 1개당 저작권 사용료 징수액을 분야별로 정리한 것이다. 2012년 저작권 사용료 징수 총액을 2012년 하반기 기준 관리 저작물 수로 나눈 수치인데 방송은 1,641만원, 영화는 15만 7천원, 음악은 약 3만 9천원, 어문은 약 3만 2천원으로 나타났다[9]. 앞서 음악분야의 높은 저작권 징수액 규모와 비중에도 불구하고 창작물의 수와 저작권료 징수의 관계에서 볼 때 다른 분야보다 1개당 징수액은 그리 크지 않은 것을 알 수 있다.

<Table 3> 2012 Amount of Copyright Levy per work

Categories	number of licensing works(piece)	Total levy amounted (won)	a unit fee (won)
Music	3,115,572	124,197,429,893	39,863
Language	497,256	16,146,588,478	32,471
Broadcasting	1,090	17,887,941,334	16,410,955
Movies	965	151,776,475	157,281
News	8,455,000	6,064,671,086	717
Public	52,700	3,065,557	58
Total	12,122,583	164,451,472,823	13,566

게다가 위의 저작물 당 1개당 저작권 사용료 징수액은 저작권 관리수수료가 포함되어 있다. 한국저작권위원회에서 발표한 2013년 '저작권통계'에서 평균 저작물 관리수수료를 평균 13%로 발표 하였는데 결국 창작자에게 돌아갈 1개당 저작물의 징수액은 더 줄어든다고 할 수 있다. 그러므로 음악분야가 저작권에 있어서 가장 비중이 높음에도 불구하고 창작물에 따른 실질적 징수액과 저작자에게 돌아가는 저작권 사용료는 상대적으로 작은 것을 알 수 있다.

2000년대 이후 음악산업 구조의 변화를 인해 인터넷이나 모바일 상에서 음악을 소비하는 형태가 주류를 이루게 되었다. 불법복제나 유통의 근절, 그리고 창작자나 저작물의 권리자들을 위한 타당한 댓가를 위해 2003년 국내 최대 온라인 음악사이트인 넥스뮤직을 비롯하여 맥스MP3, 뮤즈캐스트, 아이뮤페 등 국내 20여개 사이트들이 유료화가 시행되었다. 유료화를 통해 초기에는 회원수의 감소, 저작권료에 대한 인식의 부재로 인해 고전을

면치 못했지만 최근 들어 온라인 음악 사이트에서의 유료화는 정착이 되어간다고 할 수 있다[10].

그러나 유료화를 시행이후 이동통신 업체와 관련된 대기업 역시 음악 콘텐츠 사업에 큰 관심으로 가지고 참여하게 되었다. 음반이든 음원이든 판매와 유통은 주로 온라인 사이트를 통해 이루어지는데 먼저 상품에 대한 가치를 알고 난 후 구매할 수 있다는 것은 소비자에도 바람직한 구조라고 할 수 있다. 우리나라 대표 이동통신 3사의 현황을 보면 먼저 SK텔레콤에서 2004년 11월 '멜론'을 통해 본격적인 정액제 유무선 통합음악서비스라는 명칭으로 시장에 등장하였다. LG텔레콤에서도 '뮤직 온(Music On)'통해 스트리밍 서비스를 유료로 제공하고 있다. 이동통신 3사 중 가장 늦게 음악 콘텐츠 제공 사이트에 뛰어들어 KT는 '도시락'이라는 이름으로 서비스를 열었다. 2004년 이후 이동통신 3사 모두 자체적인 음악 포털 사이트를 가지게 되었다[11]. 이런 이동사들의 음악산업 진출은 음악콘텐츠 유료시장 활성화에 기여할 것이라는 기대와 더불어 산업독식 효과를 낳아 오히려 기존 구조를 흐트러뜨릴 수 있다는 문제가 제기되기도 하였다. 디지털 음악시장의 빠른 성장에 따른 음원서비스 유료화의 환경에 불구하고 여전히 창작자에 수익은 더욱 열악하게 만들었다고 할 수 있다. 이는 음원 서비스를 담당하는 이동통신사업자들의 등장으로 인해 창작자의 권익은 더욱 축소되었기 때문이다.

## 4. 한국 음악사용료 징수규정

### 4.1 저작권 사용료 징수규정

음악 저작권 사용료의 징수규정은 1988년 처음 제정되어 새로운 음악산업 환경과 저작권자들의 권익을 위해 문광부의 승인과정을 통해 개정되어 현재까지 시행되고 있다. 1990년대는 우리나라 음반산업의 중흥기로 전체 음악산업에서 가장 비중을 높게 차지하였다. 이 시기에는 불법복제한 음반의 유통에 대한 제재나 방송 등에 대한 저작권료에 대한 징수규정의 중심적인 연구 내용 이었다.

2000년대 들어서 인터넷과 휴대폰 등의 발달로 인해 이전에 법적으로 관리되지 않던 새로운 매체를 통한 저작물의 이용이 급증하게 되었다. 2001년 소리바다사건과

2003년 빅스뮤직사건 등이 이런 이슈들의 예라고 할 수 있다. 소리바다사건에서 법원은 저작권에 대해 소리바다 운영자들이 개발, 제공하고 있는 소리바다 프로그램을 통해 이용자들이 무단으로 노래 목록을 기재하고, 각 노래가 들어 있는 MP3 파일을 업로드 또는 다운로드 받도록 하여서는 안된다고 판결을 내렸다. 이 판결의 이유는 소리바다가 인터넷서비스 책임자로서 직접적으로 저작권을 침해하지는 않았으나 관여의 정도로 미루어 간접적인 책임이 있다고 판단하였으며 서비스의 전반적인 운영과 서버를 통해 서비스를 제공하였다는 점 등으로 볼 때 저작권 침해에 해당한다고 하였다[12]. 2003년 빅스뮤직사건에서도 법원은 빅스뮤직이 제공했던 인터넷 스트리밍서비스가 수신자가 선택한 시간과 장소에서 수신할 수 있도록 송신하기 때문에 동시성의 요소가 결여되어 있어 복제권 침해를 인정하였고 저작권자에게 840억 원을 지불하라는 판결을 내렸다[13]. 이러한 법원의 결정은 온라인상에서도 오프라인과 같은 창작물의 권리를 인정했다는 의미로 해석되어 인터넷상의 저작권의 보호 범위를 한층 광범위해졌다는데 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

법적인 분쟁들과 함께 2004년 이후 이동통신사들이 온라인 음악시장에 진출하면서 음원의 유료서비스화가 본격적으로 시행되었다. 유료화의 시작은 대부분 월정액제로 시작하였는데 2004년 3대 이동통신사를 중심으로 보면 <Table 4>와 같다[14]. LG 텔레콤에서 다운로드 서비스는 개별 건당 이용료를 받고 스트리밍서비스는 월 3000원의 정액제를 채택했다. KT에서는 스트리밍 서비스는 월 3000원, 다운로드 서비스는 월 4500원의 사용료를 책정하였다. 2004년 당시 가장 많은 회원을 보유했던 SK 텔레콤은 스트리밍과 다운로드 서비스를 통합하여 월 4500원의 사용료를 받았다. 초창기 음악서비스 산업에서 세 이동통신사는 정액제를 중심으로 가격을 책정하였고 회원 수나 음악을 보유하는 작품 수에 따라 조금의 차이가 나는 것을 볼 수 있다.

<Table 4> 2004 Price of Music Service

Company	LG telecom Music On	SK telecom Melon	KTF Dosirak
Download	500/each	4500/per month	4500/per month
Streaming Service	3000/per month	4500/per month	3000/per month

Source: 2005 Digital Contents, Unit: ₩

이 가격 속에 유통을 담당하는 이동통신사와 저작권자 그리고 그에 따른 경비 등이 다 포함되었다고 볼 때 실질적으로 창작자에게 돌아가는 수익을 유추할 수 있다. 음악 서비스요금에 대한 저작권자에 대한 수익구조에 대해 살펴보면 <Table 5>에서 보여 지는 것과 같다. ‘대중음악 연속기획 토론회’에서 온라인 음악저작권의 징수체에 대한 문제점이 제기 되면서 유무선 인터넷 서비스에 대한 저작권료는 약 30-35%정도로 밝히고 있다. 유선 인터넷 음악서비스 업체는 소수의 직원과 기본적 장비만을 가진 영세업체가 많아 저작권료 지불에 부담이 있으며 통화연결음 등 무선인터넷 콘텐츠 서비스 업체는 이동통신사가 가지는 50%라는 지분이 음악저작물의 창작과 유통에 걸림돌이 되고 있다고 보고하고 있다[15]. 저작권료의 지분이 30-35%라고 하더라도 신탁관리기관에 수수료, 작곡가, 작사자 등 온전히 창작자에게 지불되는 저작권료는 여전히 낮은 것을 알 수 있다. 앞서 언급한 것처럼 3대 이동통신사가 온라인 음악시장에 진출하였고 유무선이 통합된 인터넷의 발달로 사실상 이동통신사 중심의 음악서비스 유통구조가 형성되었다고 할 수 있다. 그래서 현재에는 유무선의 인터넷 업체의 대한 구분을 의미가 없게 되었다고 볼 수 있다. 최근에는 스마트폰의 보급을 통해 모바일 음악시장이 크게 성장하였고 이에 따라 다운로드와 스트리밍 서비스가 통합적으로 제공하는 형태가 되었다.

<Table 5> 2003 Corporate Structure Of Music Service

Cable Internet Service		
Revenue	20-40%	Infra Investment costs(HW/SW, etc.)
	10-15%	Network Fees
	35-45%	R&D, Marketing, Promotion etc.
	10-25%	<b>Copyrights/Related rights</b>
Wireless Internet Service		
Revenue	50%	Commissions for moblie Service
	30-35%	<b>Copyrights/Related rights</b>
	15-20%	R&D, Marketing, Promotion etc.

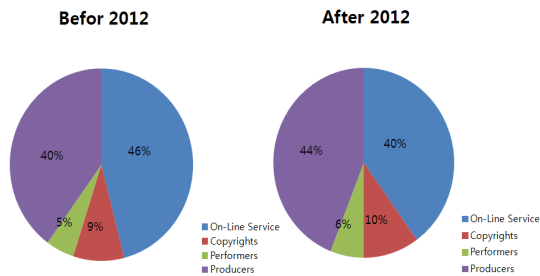
Source: 2003 Debate report of Popular music

물론 유료화를 통해 소비자의 반감이 있었지만 창작의 주체인 저작자들의 권익을 높이고자 하는 의미에서 음원사용료의 징수가 필요하다는 요구가 많았다. 즉 저

작자에게 창작물에 대한 정당한 댓가가 돌아가는 현실적인 가격의 책정이 필요하다. 이는 다음과 같다.

2012년 문화체육관광부는 이러한 업계와 저작자들의 징수 개정에 대한 요청을 받아들여 온라인 음악전송에 따른 사용료 징수 규정에 대한 개정을 승인하였다. 이 규정에 의하면 한 곡을 내려 받는 다운로드에 600원, 스트리밍 서비스는 모바일과 컴퓨터 상에서 사용하는 가격을 4,000원으로 책정하였다. 또한 정부는 신곡에 대한 일정 기간 정액제에서 제외하는 '홀드 백' 규정과 음원수익의 배분도 바꾸어 권리자, 소비자 그리고 서비스업자와의 조화에 노력했다고 발표했다[16]. 즉 저작권 사용료도 상생의 기초에 입각하여 일부 상향 조정되어 음원 수익의 분배도 바뀌었다. [Fig. 2]에서 보면 이전의 권리자의 비율이 저작자, 실연자, 제작자를 포함하여 54%인데 2012년 개정안에서는 60%까지 상향조정되었다.

그러나 유통을 담당하는 온라인 서비스에 대한 비율이 40%이고 저작권료와 공연 등과 비교할 때 여전히 비율이 높은 것을 알 수 있다. 또한 실제 창작을 하기 보다는 창작에 대한 투자를 하는 제작자의 비율이 작곡가나 연주가의 저작권료보다 더 높은 것도 실질적인 창작자에게 수익이 돌아갈 수 없는 요인 중 하나라고 할 수 있다. 그러므로 유통과 제작이 수익분배에 있어서 큰 비중을 차지하는 것은 개선되어야 할 문제점이라고 사료된다. 또한 이런 수익분배구조를 볼 때 가격과 분배가 책정되는 과정에서 창작자보다는 유통 및 제작을 담당하는 단체에 의해 결정된다는 반증이라고 볼 수 있다.



[Fig. 2] Sound source revenue sharing, Source: MCST

실제로 이 개정안을 두고 여전히 논쟁이 많았으며 정부의 승인된 내용과 실태관리를 하고 있는 음악 3단체가

제출한 개정안의 내용이 충실히 반영되지 않았다는 주장이 있었다. 그래서 음악 3단체 모두가 음원 제작에 대한 가격의 현실화라는 측면에서 전반적인 사용료의 인상과 종량제의 도입을 요구하였다. 2012년 문화체육관광부의 보고서에 의하면 국내 온라인 음원 한 곡당 평균 저작권료는 다운로드가 10.7원, 스트리밍이 0.2원에 불과하다는 발표를 보더라도 창작자의 권익이 제대로 반영되지 못한 것을 알 수 있다.

그래서 2013년 문화체육관광부는 온라인 스트리밍 서비스의 저작권 사용료 징수 방식을 정액제에서 종량제로 전환을 승인하였다. 정부는 음원이용률은 증가했지만 창작자들의 권리는 그에 상응하고 있지 못한 점과 업계의 현실성 있는 개정안에 대한 요구 때문에 종량제로 전환한다고 발표했다. 이 개정안에 따르면 스트리밍 1회 이용당 저작권사용료의 단가는 3.6원으로 정해졌는데 기존의 음원수익 분배를 적용하면 저작자(작곡가과 작사가)는 0.6원을, 실연자는 0.36원을 제작자는 2.64원을 가져가게 된다.

그러나 온라인 업체에서 다운로드 묶음 상품에 대한 가격책정, 소비자에 대한 가격인상 부담, 창작자의 권익의 강화 그리고 해외음악서비스 제공에 대한 사용료 기준 등등 온라인 음악시장에서 있어 많은 문제들이 여전히 잔재하고 있다. 실제로 2013년 징수개정안의 발표 이후 많은 소비자 단체는 이러한 개정안을 통해 온라인음악의 가격이 전년대비 40-100% 인상했으며 2016년까지 200%이상 인상되는 상품이 나올 것이라고 예견하며 소비자의 부담만 높아지는 결과가 되었다고 비판하고 있다 [17]. 결국 2013년 종량제의 발표에도 불구하고 음원서비스 사용료의 인상은 창작자와 소비자 모두에게 만족을 주지 못하는 상황이라고 할 수 있다.

#### 4.2 정액제와 종량제의 저작권료 비교

최근 대중가수 사이의 '강남스타일'이 세계적인 인기를 얻었다. 당시 최고의 유튜브 조회수를 돌파하였고 미국을 비롯한 세계적인 음악차트에 상위권을 지키는 등 한국 대중가요의 위상을 높이는데 큰 역할을 하였다. 따라서 대중들은 그의 저작권료에도 많은 관심이 가졌고 최근 현대경제연구원에서는 사이의 '강남스타일'이라는 노래 한 곡으로 최소 533억 원의 수익을 예상했다. 2012년 2월까지의 국내 음원 매출액은 다운로드 3,916,414회,

스트리밍 43,209,696회로 약 5억 9000만원으로, 국내외 음원 매출액에는 아이튠즈 수익 추정액은 94억 7000만원(860만달러)로 추산 하였다. 아울러 공연과 광고를 통한 수익은 음원 수익보다 많은 111억 3000만원으로 추정하였다[18].

그러나 2013년 국회 문화체육관광방송통신위원회에서 밝힌 자료를 보면 다운로드나 스트리밍 수가 다소 차이가 나지만 국내 다운로드 수 286만건, 스트리밍 2,732만건으로 국내 저작권료는 3,600만원에 불과했으며 이 곡을 싸이와 공동작곡한 윤건형 저작자와 나눈다면 ‘강남스타일’의 돌아가는 저작권료는 작곡가 당 1,800만 원 정도가 된다[19]. 이러한 가격의 책정은 2012년 징수개정안에 근거하여 책정된 액수라고 할 수 있다. <Table 6>은 ‘강남 스타일’의 저작권료를 정액제와 종량제를 근거로 비교하였는데 스트리밍 수는 2732만 건임에도 불구하고 건당 0.2원으로 볼 때 정액제로 계산하면 500여만 원의 저작권료가 산출되는데 건수에 비해 아주 미비하다는 것을 알 수 있다.

사이의 ‘강남스타일’의 저작권료에 근거하여 2013년 개정된 스트리밍 저작권 사용료를 적용한다면 건당 0.6원으로 책정되어 2732만건에 대해 저작권료는 1,600만 원 이상 상승하고 또 다운로드의 가격도 286만에 근거해서 산정할 때, 약 4,000여만 원이 저작권료가 예상된다. 그러나 <Table 6>에서 저작권자에는 작곡가, 작사가 그리고 편곡자가 포함되어 있으므로 작사가의 분량을 50%의 지분을 가진다고 볼 때 각 800여만 원과 2,000여만 원으로 총 저작권료는 2,800여만 원이 산출된다. 총2천만이 넘는 스트리밍수와 2백만이 넘는 다운로드 수를 볼 때 저작권자의 수익은 여전히 현실적이지 않다고 볼 수 있다. 특히 음원스트리밍 서비스의 경우 계속적으로 소비자의 이용수가 늘어남에도 불구하고 건당 가격의 책정은 제작자나 유통사에 비해 너무 낮아 저작권자들에게 돌아가는 수익은 많이 작은 것을 알 수 있다.

2014년 7월 기준으로 20억뷰의 유튜브 조회기록을 가지고 있는 가장 대중성이 높은 ‘강남 스타일’의 경우에서도 저작자에게 돌아가는 수익이 낮은 것을 볼 때, 우리나라 일반적인 절대 다수의 많은 음악인들의 저작권료는 더 열악하다고 예상할 수 있다.

<Table 6> Copyright' s Royalties of 'Gangnam Style'

categories	Download (about 2860000)	Streaming (about 27320000)	royalties on a copyright
flat rate system	30,602,000	5,464,000	36,066,000
usage-based pricing	42,900,000	16,392,000	59,292,000

Unit: ₩

#### 4. 결론 및 제언

온라인 음악시장은 음악산업에서 높은 비중을 차지하고 있다. 과학기술의 발전으로 인해 음악을 소비하는 매체와 방식 또한 다양하고 급속하게 발전하고 있다. 그러나 이러한 변화 속에서 음악 창작에 대한 저작권 보호는 제대로 이루어지고 있지 못하다. 결국 이것은 음악가들의 창작 의지를 저하시키고 소비자들도 양질의 음악을 공급받지 못하는 결과를 초래한다.

물론 온라인 상에서 음악서비스의 유료화에 대해서는 소비자들도 많이 공감하는 환경이 조성되었다. 그리고 온라인 음악시장에서의 사용료 징수안은 점차적으로 창작자의 권익을 중심으로 개정되어 가는 것을 알 수 있다. 2012년 이전의 음악사용료 징수안의 정액제와 2013년 개정된 징수안의 종량제를 비교하면 정액제의 경우 스트리밍 서비스는 건당 0.2원, 다운로드의 경우 건당 10.7원이고 종량제의 경우 스트리밍 서비스는 0.6원이고 다운로드의 건당 15원으로 인상되어 책정되어 저작권자의 권익을 고려되고 있다. 또한 수익분배의 비율에 있어서도 저작권자의 수익분배율이 전체 매출에서 9%에서 10%로 인상되고 있음을 볼 수 있다. 그러나 본 연구를 통해 총 매출에서 44%의 제작자 비율과 40%의 유통사에 대한 높은 수익분배로 인해 여전히 창작자에게 돌아가는 저작권료는 전체 온라인 음악시장의 매출에 비해 아주 적고 창작을 직업으로 살아가는 음악인들에게는 실질적인 수익이 될 수 없는 구조라는 것을 알 수 있다.

바람직한 온라인 음악시장의 개선을 위해서는 우선 한국의 음악 3단체를 중심으로 저작권을 관리하는 제도의 개선도 필요하다고 본다. 신탁관리를 하는 단체는 이익을 추구하는 단체가 아니라 저작자들의 권익을 관리하



는 단체이므로 보다 합리적인 저작권료 분배 및 징수에 대한 고민과 노력이 필요하다고 본다.

또한 신탁관리에 대한 개선점에 대한 다양한 측면의 연구 및 방안에 대한 제시가 필요하다. 온라인 시장에서의 저작권료에 대한 수익분배 구조에 대한 바람직한 방향성을 있는 연구와 한국의 음악시장에 알맞고 효과적으로 적용할 수 있는 제도를 구체적으로 모색하려는 노력이 정부와 신탁관리 단체 뿐만아니라 소비자, 그리고 생산자인 저작권자들에게 적극적으로 요구된다.

온라인 시장에서 음악서비스의 가격을 책정함에 있어서 사업자 중심이 아닌 창작자와 소비자 중심의 협의가 이루어질 수 있는 제도가 필요하다고 본다. 실제로 음악 사용료에 대한 정액제가 종량제로 전환되면서 많은 이동통신사들은 서비스 가격을 인상하였고 종량제로의 전환이 오히려 소비자에게 큰 부담을 주는 형태로 변질될 수 있다는 비판을 받기도 했다. 창작의 주체인 저작자의 권익을 무조건 음원 서비스 가격의 인상으로 귀결하여 소비자가 부담하게 하는 것은 음악시장의 활성화에 있어서 바람직하다고 볼 수 없다. 가격의 인상이 아닌 보다 합리적인 수익분배를 위해 보다 근본적인 제도적 개선이 필요하다고 본다.

이러한 개선과 바람직한 방향성을 위해 미국, 유럽 등과 같은 다른 나라의 음원 사용료 징수제에서 저작권자의 수익분배 등을 연구하여 실질적인 저작자의 이익이 무엇인지 연구 및 고민 해 볼 필요가 있다. 이는 단순히 저작자들의 수익분배를 높여달라는 요구가 아닌 보다 객관적이고 합리적인 근거를 통해 소비자를 설득하고 사업자를 이해시킬 수 있는 근거가 될 수 있다.

## REFERENCES

[1] <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2014072901032530069004>  
 [2] [www.komca.or.kr](http://www.komca.or.kr)  
 [3] KOMCA, The Chronicles of 50 years in KOMCA, 2014.  
 [4] [www.komca.or.kr](http://www.komca.or.kr)  
 [5] KOMCA, KOMAC Today's Vol. 235 pp. 16-17, 2014.  
 [6] Choe, J.W., The Development of Music Industry and

The Study on Levy System of Music Copyright, Informedia Law Vol. 16 No. 3 pp. 33-57, 2012.

[7] KOMCA, Copyright Statistic Vol. 2 No. 3 p. 15, 2013.  
 [8] KOMCA, Copyright Statistic Vol. 2 No. 3 p. 89, 2013.  
 [9] KOMCA, Copyright Statistic Vol. 2 No. 3 p. 17, 2013.  
 [10] Shin, S. C., Digital Contents Vol. 2 No. 3 pp. 21-25, 2004.  
 [11] Choe, S. W., In Charged Online Music Market, the Leading 3 Telecommunications, Digital Contents Vol. 7 pp. 54-58, 2005.  
 [12] Kim, S. D., Digital Contents and Copyrights, Vol. 7 pp. 225-250, 2003.  
 [13] Lee, Y. J., The Legal Classification of Digital Terrestrial Radio Broadcasting and The Study on Levy System of the Copyrights, Korean Communication Vol. 53 No. 3 pp. 221-453, 2009.  
 [14] Choe, S. W., In Charged Online Music Market, the Leading 3 Telecommunications, Digital Contents Vol. 7 pp. 54-58, 2005.  
 [15] Baek, G., Ham, Y. I., Choi, D.J., What is the problems of the levy system of music copyright?, the Series of Debate of Popular music pp.1-20, 2003.  
 [16] The Newsrelease of Ministry of Culture, Sports, 2012.6.8.  
 [17] [http://www.fnnews.com/view?ra=Sent0901m\\_View&corp=fnnews&arcid=201307150100157430008708&cDateYear=2013&cDateMonth=07&cDateDay=15](http://www.fnnews.com/view?ra=Sent0901m_View&corp=fnnews&arcid=201307150100157430008708&cDateYear=2013&cDateMonth=07&cDateDay=15)  
 [18] <http://news1.kr/articles/?1097414>  
 [19] [http://www.newsis.com/ar\\_detail/view.html?ar\\_id=NISX20121004\\_0011495661&cID=10314&pID=10300](http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20121004_0011495661&cID=10314&pID=10300)  
 [20] Chang, M.H., Lee, C.H., The Change of Music Market in Digital Networking Society, Economy and Society Vol. 72 pp.230-336, 2006.  
 [21] Chun, B.J., A Study on Digital Music Industry, Study of Trade Information Vol 7 No. 4 pp.3-21, 2005.  
 [22] Park, J.H., Legal Issues on Revenue Models for Next Generation in Music Industry, The Study on Contents Property pp.155-179, 2011.  
 [23] Lee, S., Choi, D., Won, D., Kim, S., Security Analysis on Commercial Online Music Streaming Service and Countermeasures, Journal of Information

- Processing Systems Vol 16 No.6 pp.681-690, 2009.
- [24] Yim, S.J., Shin, M.S., The Suggestion of the Pricing and Profit Making Model of the open-sourced Digital Content, based on the Two-sided Market Theory, 2009 conference of the Society of Korea IT Service pp.597-601, 2009.
- [25] Chang, D.C., Ahn, B.H., Pricing Strategy, Profit Sharing, and Market Structure in Digital Music Contents Industry, 2008 conference of KORMS pp.197-217, 2008.
- [26] Seo, Y.D., Flat-rate vs Usage-based Pricing in Digital Music Industry, The Study of Culture and Economy Vol. 16 No.3 pp.47-59, 2013.

**정 지 영(Jung, Ji Young)**



- 1995년 2월 : 숙명여자대학교 음악대학 작곡과 및 동대학원 졸업(학사 및 석사)
- 2002년 6월 : State University of New York at Buffalo (박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 한세대학교 예술학부 교수

- 관심분야 : 작곡, 음악이론, 저작권, 대중음악
- E-Mail : jj0842@hansei.ac.kr