

(3) 음악

멕시코는 중남미에서 브라질에 이어 2번째로 큰 시장으로 2013년 멕시코의 음악시장은 전년대비 1.6% 증가한 4억 5,200만 달러의 시장으로 집계되었다. 오프라인을 통한 음반의 유통은 큰 폭으로 하락한 반면 디지털을 통해 유통되는 음원은 두 자릿수의 성장률을 보여 온·오프라인을 통한 매출의 역전이 2016년을 기점으로 나타날 것으로 보인다. 향후 5년간 멕시코의 음악시장은 연평균 3.6%의 성장률을 유지하여 2018년까지 5억 3,900만 달러의 규모를 형성할 것으로 전망된다.

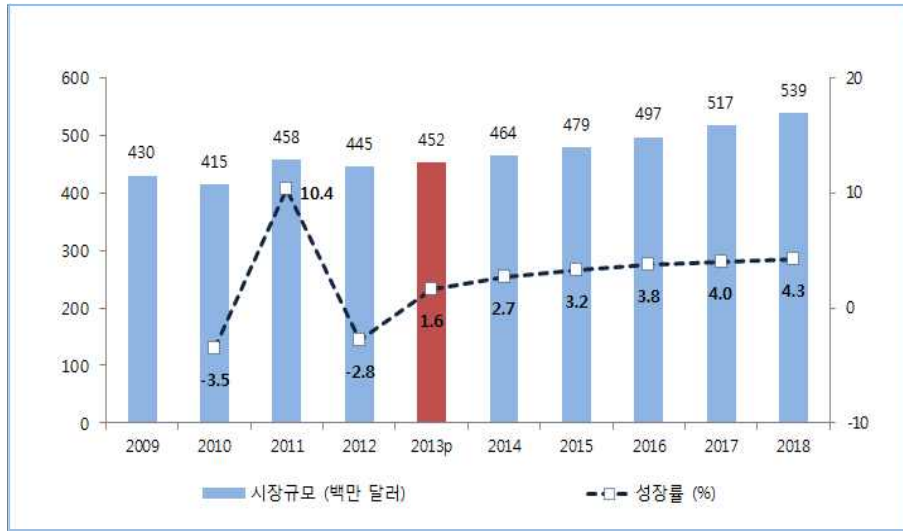
[표 5-5] 멕시코 음악시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
음반	223	207	237	210	207	207	209	213	218	224	1.6
오프라인 음반	194	168	185	147	133	121	112	105	98	93	△6.8
디지털 음원	29	39	52	63	74	85	97	108	120	130	12
공연 음악	207	208	221	234	245	257	270	284	299	315	5.1
합계	430	415	458	445	452	464	479	497	517	539	3.6

출처 : PwC(2014)

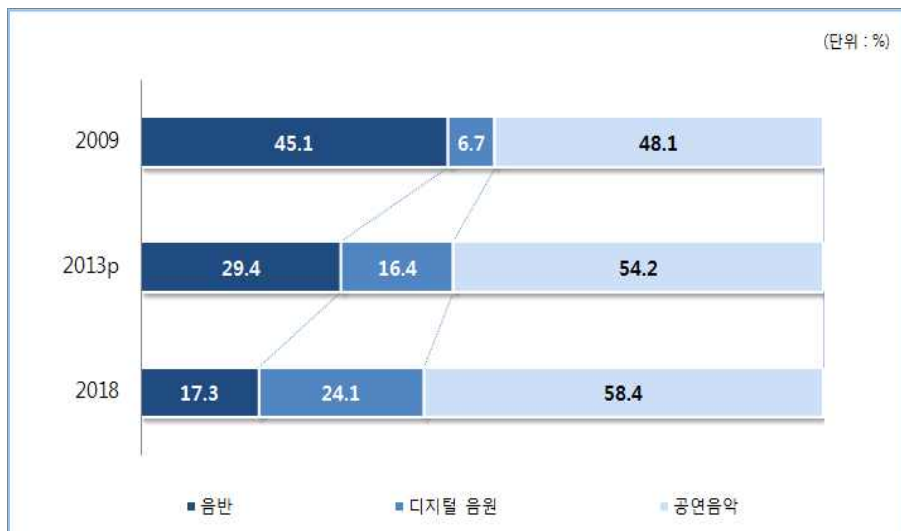
[그림 5-13] 멕시코 음악시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

멕시코 음악시장은 공연 음악이 시장을 주도하고 있는데 2013년 54.2%의 시장점유율을 보이며 가장 많은 비중을 차지하였다. 음반시장은 2009년 가장 높은 시장점유율을 보였으나 점차 규모가 줄어들어 2013년에는 많은 부분을 디지털 음악시장에 내주게 되었다.

[그림 5-14] 멕시코 음악시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

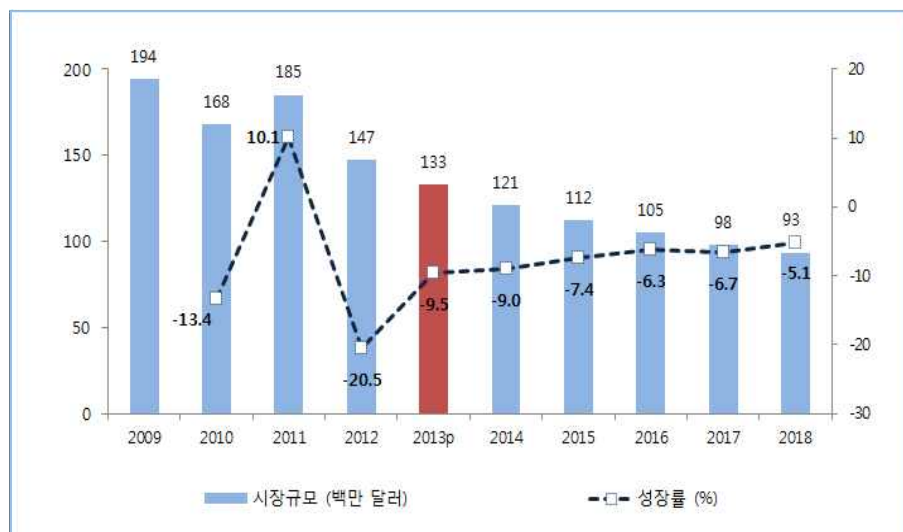
3. 아르헨티나

4. 칠레

가. 오프라인 음반

2013년 멕시코 오프라인 음반시장은 전년대비 9.5% 하락한 1억 3,300만 달러의 시장을 형성한 것으로 집계되었다. 디지털 음원 서비스업체 스포티파이(Spotify), 디저(Deezer), 아이튠즈(iTunes)의 수요가 크게 증가하고 있어 브라질 오프라인 음반시장은 향후 5년간 6.8%의 하락세를 보이며 2018년에는 시장 규모가 9,300만 달러로 감소할 전망이다.

[그림 5-15] 멕시코 오프라인 음반시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



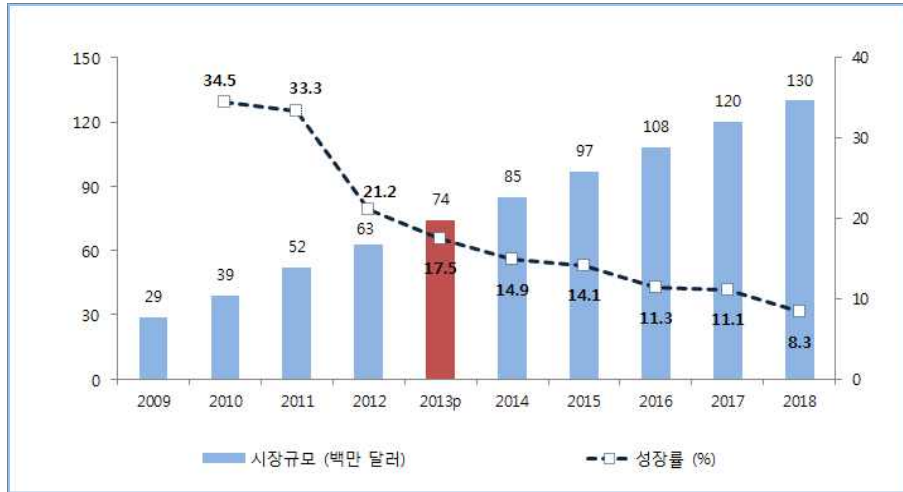
출처 : PwC(2014)

나. 디지털 음원

2013년 멕시코의 디지털 음원은 전년대비 17.5%의 높은 성장률을 기록하면서 7,400만 달러 규모에 이르렀다. 멕시코에도 메이저급 스트리밍업체들이 이미 진출해 있는데, 디저(Deezer)와 알디오(Rdio)는 2012년 멕시코에 진출하였으며 스포티파이(Spotify)는 2013년에 진출했다. 멕시코 지역 통신 서비스업체인 텔셀(Telcel)도 'Ideas'라는 브랜드를 통해 다양한 음악 서비스를 제공하고 있으며 2013년 멕시코 텔레포니카(Telefonica)의 테라(Terra)도 음원 서비스를 번들 형태로 제공하기 시작했다.

이처럼 많은 디지털 음원 서비스들의 진출로 인해 향후 5년간 멕시코의 음원시장은 12%의 성장세를 보이며 2018년까지 1억 3,000만 달러의 시장 규모로 성장할 전망이다.

[그림 5-16] 멕시코 디지털 음원시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 5-6] 멕시코 디지털 음원시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

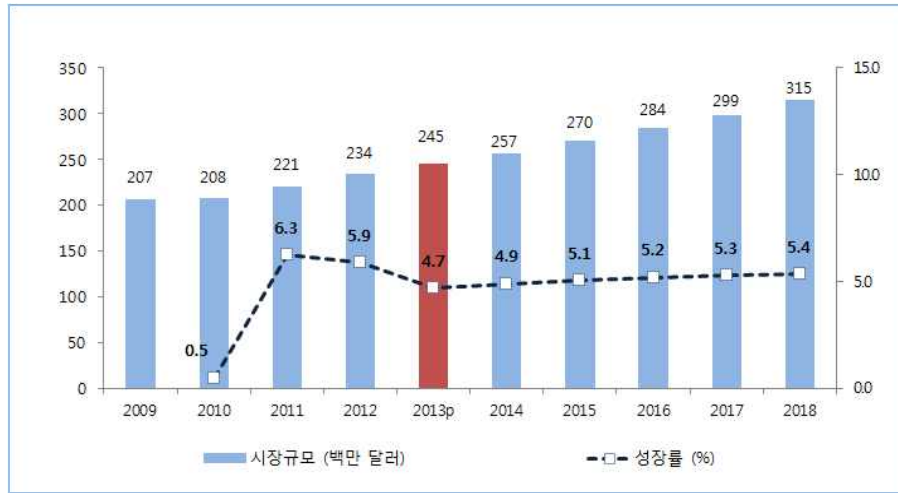
구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
다운로드	11	24	32	41	49	57	65	72	79	86	11.8
스트리밍	7	7	13	15	18	22	26	30	34	38	16.1
모바일	11	8	8	7	7	6	6	6	6	6	△1.2
합계	29	39	52	63	74	85	97	108	120	130	12

출처 : PwC(2014)

다. 공연 음악

멕시코에는 음악 공연을 위한 프로모터나 협회가 없음에도 2013년 멕시코의 공연 음악시장은 전년대비 4.7% 성장한 2억 4,500만 달러로 집계되었다. 대부분 멕시코의 공연 음악을 위한 프로모터는 글로벌 콘서트 프로모터인 Live Nation이 멕시코의 공연 음악시장에 독점적인 배급을 하고 있다. 또한 멕시코시티(Mexico City)에 위치한 멕시코 최대 규모인 포로 솔(Foro Sol) 야구 경기장(5만석)을 콘서트 장소로 관리하고 있다. 공연 음악시장은 지속적으로 규모가 커질 것으로 보이며 향후 5년간 연평균 5.1%의 성장률을 보이며 2018년까지 3억 1,500만 달러의 시장 규모를 갖출 것으로 전망된다.

[그림 5-17] 멕시코 공연 음악시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

[표 5-7] 멕시코 공연 음악시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
후원	40	40	44	44	45	47	49	51	53	55	4.1
티켓판매	167	167	177	190	200	211	222	234	246	260	5.4
합계	207	208	221	234	245	257	270	284	299	315	5.1

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나