



# Mouem

..  
저작권의 가치를 창조하다

# INDEX

## 1. Discover

- 개요
- 시장분석
- 컨셉 정리

## 2. Define

## 3. Develop

1DISCOVER

# 회사 소개

Mouem 은 가상의 회사로써 저작물을  
관리 및 거래 주선을 주력으로 하는 회사 이다



◎ 주요 사업 아이템 : 저작물공유 보호, 거래 및 판매

◎ 타겟 :디자이너, 영상편집자, 유튜브 크리에이터

◎ 경쟁 우위 요소 :쉽고 간편한 접근성



## 목적

- 저작권을 보호 및 관리 거래와 광고 등으로 이익을 창출한다
- 쉬운 접근성 으로 10대부터 노년까지 다양한 고객을 확보한다

## 마케팅

- 간편하고 심플한 디자인으로 접근성을 높인다
- 상세한 설명으로 저작권 거래에 대한 이해도를 높인다

## 기능

- 심플하고 깔끔한 웹사이트
- 국내 맞춤 서비스로 국내 이용자를 확보한다
- 카테고리를 상세하게 나눈다

# 저작권 이란??



저작자가 자신이 저작한 저작물을 독점적으로 이용하거나 이를 남에게 허락할 수 있는 인격적·재산적 권리. 저작물의 복제·번역·상연·상영·전시·방송·대여 등을 내용으로 하며, 그 권리는 저작자가 죽은 뒤에도 **50년간 존속됨**. 저작권법으로 보호 받음.

# 누가 이용할까?

# OTT 서비스란?



**OTT 서비스(Over-the-top media service)**는 인터넷을 통해 방송 프로그램·영화·교육 등 각종 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스를 말한다



조선일보

[신문은 선생님] [IT 따라잡기] 1인 미디어부터 기업형까지... 청소년 10명 중 9명이 본대요

[신문은 선생님] [IT 따라잡기]  
9명이 본대요. 인터넷  
2일 전

뷰어스

하하X박명수, 감스트 아프리카TV 출격...신규 예능 '라이브 맞짱 ...



출연  
있다.

E 이데일리

250만 구독자 유튜버 '도티', 첫 에세이 집 출간

[이데일리 김현아 기자]  
독자를 보유한 크리에이  
18분 전

H 한국경제

불붙는 OTT 플랫폼 대전쟁

로켓배송으로 국내 이커머스 시장을 선도하고 있는 쿠팡이 '쿠팡플레이'를



쿠팡

N 뉴데일리경제

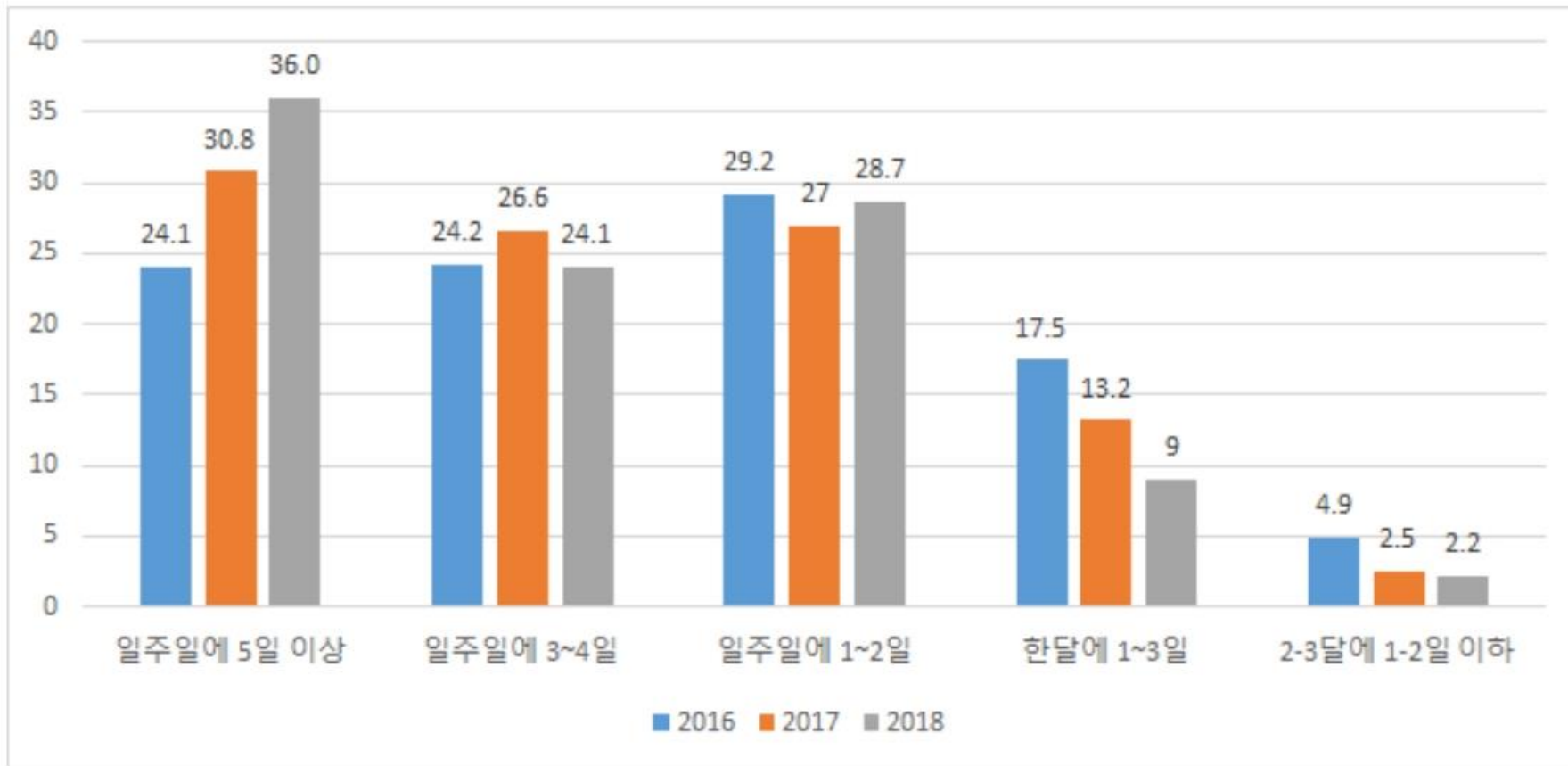
"OTT 음악 저작권료, '창작자·제작자' 직접 계약 인정해야"

OTT(온라인동영상서비스)업계와 한국음악저작권협회(이하 음저협)의 저작권료 분쟁이 장기화하면서 음악 창작자와 영상 제작자 간 직접 계약을 ...  
1개월 전



●국내 OTT 시장이 점점 확대함과 동시에 1인미디어 시장도 활성화 되고있다

[그림 2] 연도별 OTT 서비스 이용 빈도

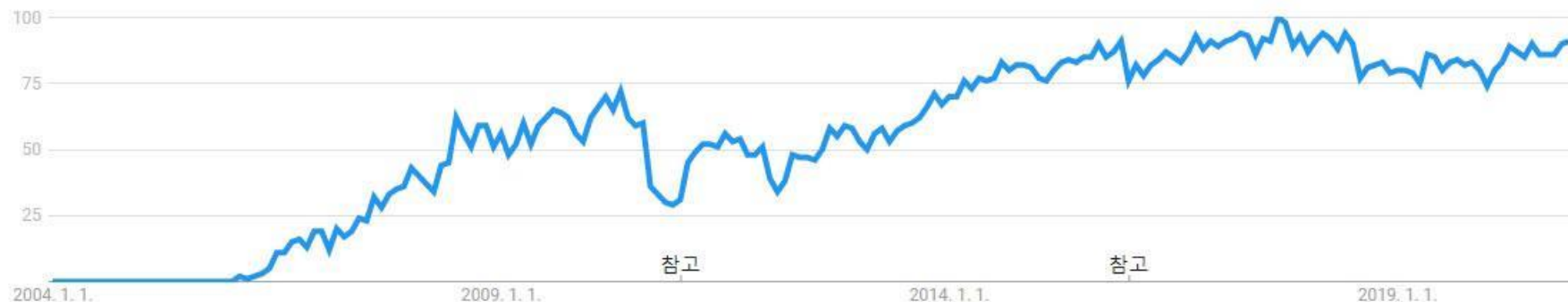


자료: 이선희(2019), “온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석” 재구성

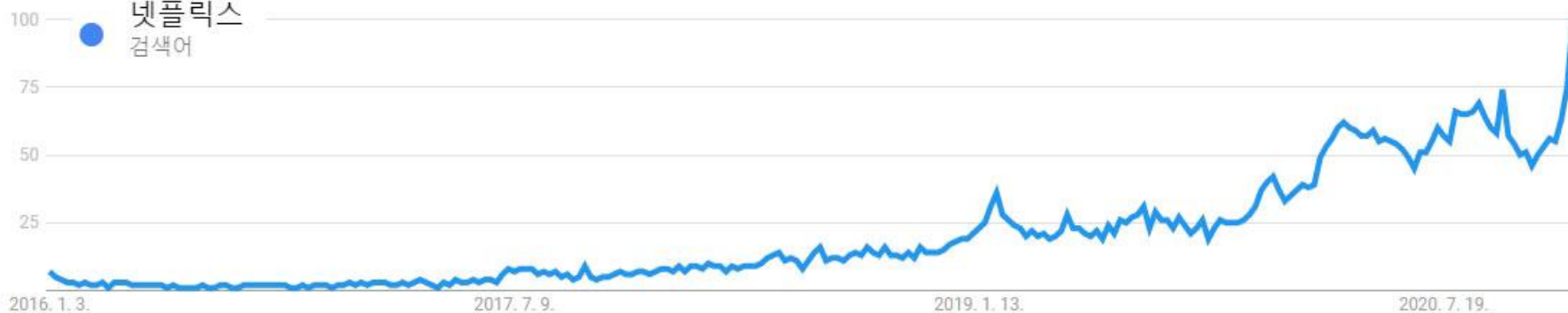
시간 흐름에 따른 관심도 변화 ?



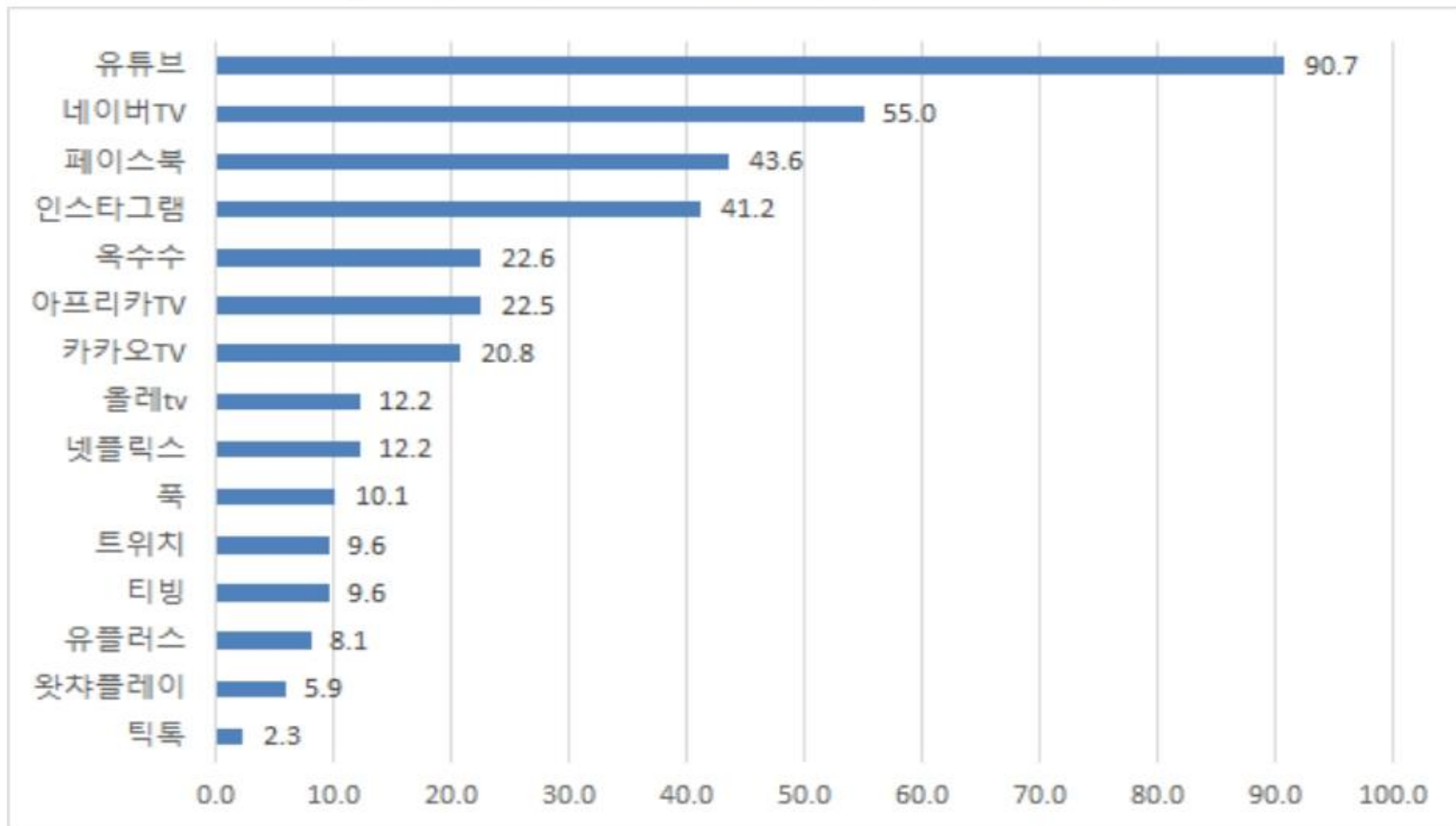
● youtube  
검색어



● 넷플릭스  
검색어



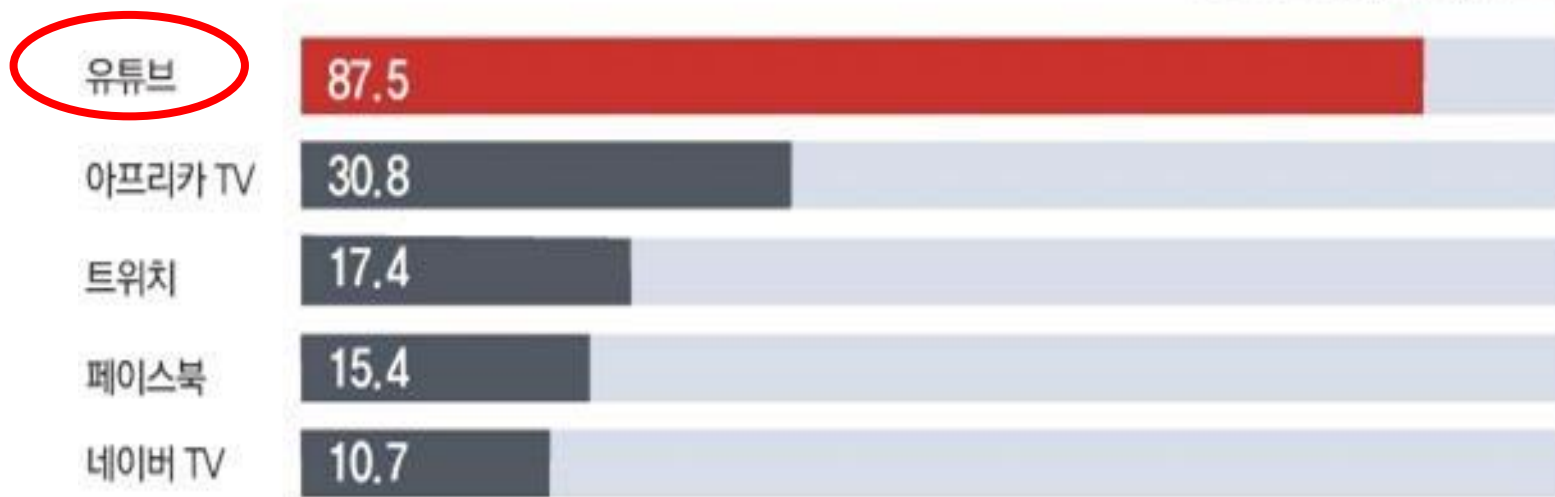
[그림 4] 동영상 콘텐츠 서비스 이용률(2018년 9월 기준)



자료: Statista(2018a) 재구성

## 시청자 선호 플랫폼 단위: %

출처: NPR2018 인터넷 이용자 조사



**Main Target :** 크리에이터 및 영상편집자 임을 알수있다

## 저작권 실태

순위	내용	비중(%)
1	1인 미디어에서의 저작권 침해	14.9
2	해외 불법 사이트 및 다크웹	11.2
3	저작권료 정산·분배	11.1
4	인공지능(AI) 창작물의 보호	10.4
5	빅데이터의 저작권 면책	9.5
6	유튜브, OTT 및 IPTV 등 온라인 동영상 서비스	9.1
7	실감형콘텐츠(5G)	7.1
8	해외 현지에서의 한류 저작권 침해	6.7
9	SNS상 저작물 공유	4.9
10	新 EU 저작권 규정	4.2
기타	블록체인 기술을 통한 저작권 보호 등 6개 분야	10.9

● YTN

[양담소] "무료 공개된 글꼴 사용이 저작권 침해, 왜 그런가요?"  
YTN라디오(FM 94.5) [양소영 변호사의 상담소] □ 방송일시 : 2020년 12월 1일 화요일 □ 글꼴 사용과 저작권 ...  
1개월 전



불법 저작물 복제로 인한 경제손실 약 4조

M 매일경제

웹툰 '목욕의신' 中에 날치기? 제목만 바꾼 '목욕의왕'으로...불법 제작 소송 - 스타투데이  
문화처는 "저작권 문제 해결과 작품의 본래 기획, 제작자로서 ... 기 위해 완다의 투자 책임자와 이샤오싱 간도에게 ..."  
2주 전



출처:kosis

aj 아주경제\_모바일

AI가 만든 창작물에 저작권 인정... 법적 책임도 진다  
인공지능(AI)이 발전함에 따라 생길 수 있는 사회적 문제에 대한 법적 책임 소재를 명확히하기 위해 정부가 선제적으로 관련법을 만든다. 이를 통해 ...  
6일 전



N 뉴데일리경제

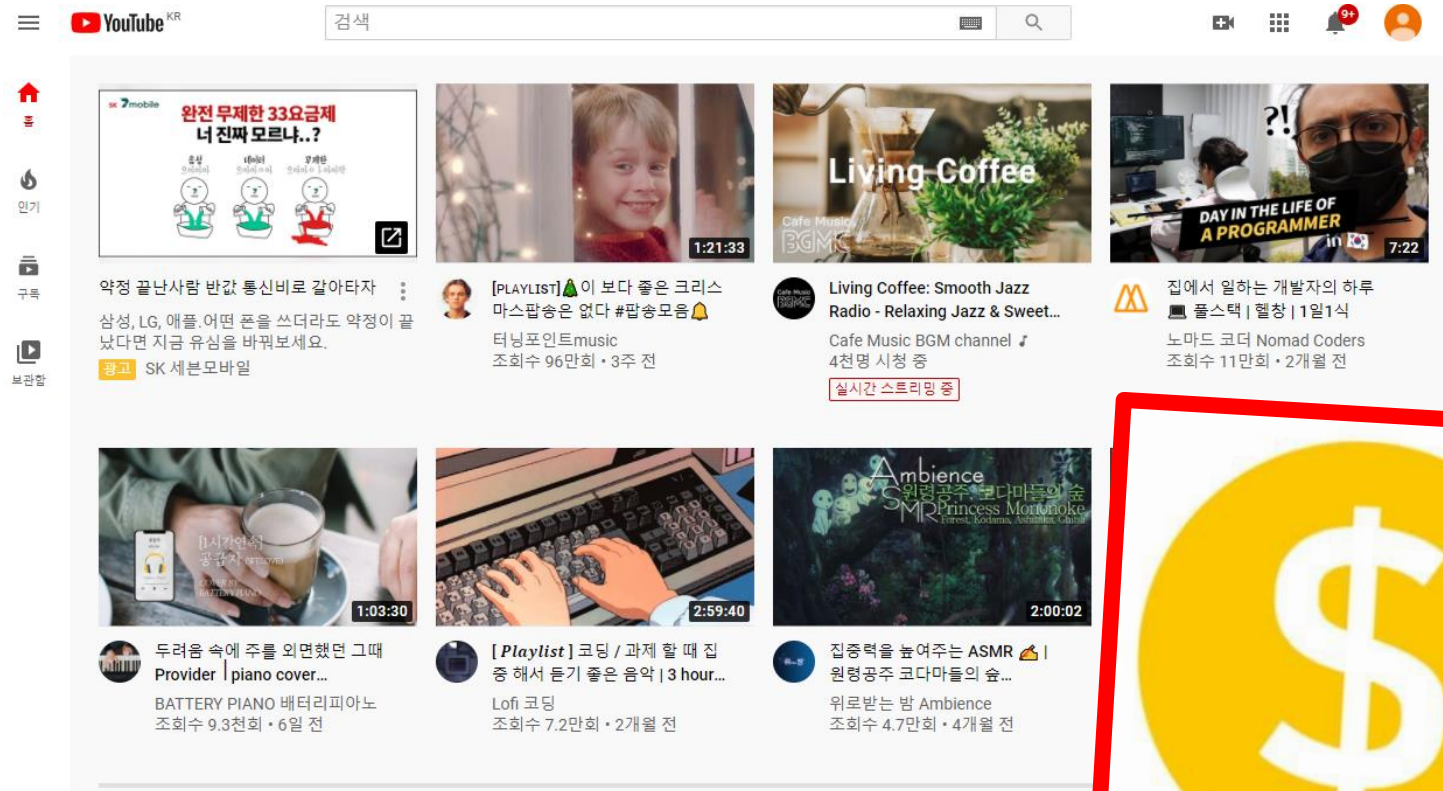
"OTT 음악 저작권료, '창작자·제작자' 직접 계약 인정해야"  
OTT(온라인동영상서비스)업계와 한국음악저작권협회(이하 음저협)의 ... 이를 인정하지 않아 OTT에 대한 이중징수 문제가 발생한다"고 지적했다.  
3주 전





## 결론

유튜브 크리에이터 같은 창작자들이 늘어남으로써 저작권 에 대한 원활한 거래가 요망된다





## 크리에이터 인구 현황 /1

크리에이터 250명에 대해 인구통계학적인 분석을 진행한 결과

(단위: 점)

	예술인	노동자	사업가(자영업자)
전 체	66	56	58
남성	66	54	58
여성	65	57	58
주업	69	55	67
부업	63	61	56
취미	65	54	55

크리에이터 를 주된 직업으로 삼는 경우 40.4%

다른 일 을 주된 직업으로 삼는 경우 38.0%

학생 10.4%,

취업준비생 9.6%,

무응답 1.6% 등의 분포를 보임.

주: 무응답을 제외한 결과임.

출처:한국노동 연구원

크리에이터로 활동하기 전의 일자리 경험을 산업별로 살펴본 결과 출판·영상·정보 등의 직장이 20.3%로 가장 큰 비중을 차지했다. 다음으로 △교육서비스(14.8%) △예술·스포츠·여가(9.3%) △전문·과학·기술(7.1%) △도매 및 소매(6.6%) △숙박 및 음식점(6.0%) △제조업(4.9%) △금융·보험(3.3%) △행정·국방·사회보장(2.7%) △보건 및 사회복지(2.2%) △건설업(1.6%) △기타(18.1%) 등의 분포를 보였다.

크리에이터 인구 현황 /2

크리에이터 월 평균 소득

(단위 : 만 원)

	주업	부업	취미
평균	536	333	114
최소	5	10	1
10%	40	20	5
25%	80	38	30
50%	150	85	60
75%	300	240	160
90%	500	300	300
최대	5,000	2,000	1,000

크리에이터  
67.5%는 국민연금 가입

출처:한국노동 연구원

평균 수입은 주업(약500만원) 부업(약300만원) 취미(약100만원)으로 통계 되었다

\*\*다른 직종보다 4대 보험 가입률 이 낮은 것으로 나타났다

## 크리에이터 인구 현황 /3

(단위: 명, %)

		표본 수	비율			표본 수	비율
성별	남성	115	46.0	최종 학력	고졸 이하	45	18.0
	여성	134	53.6		2~3년제 대학	33	13.2
	무응답	1	0.4		4년제 대학	155	62.0
연령	10대	9	3.6		석사 이상	16	6.4
	20대	101	40.4		무응답	1	0.4
	30대	90	36.0	현재 주 상태	학생	26	10.4
	40대	32	12.8		취업준비	24	9.6
	50대	8	3.2		크리에이터	101	40.4
	60대 이상	2	0.8		다른 일함	95	38.0
	무응답	8	3.2		무응답	4	1.6

여성과 남성 비율이 비슷함

2~30대가 가장 많은 것으로 통계됨

4년제 졸업자가 가장 많은 것으로 통계됨

출처:한국노동연구원

여성이 53.6%로 남성(46.0%)보다 약간 더 많음(무응답 0.4%).

## 크리에이터 실태

크리에이터들은 촬영 및 편집을 주로 집에서 하고 모든 과정을 홀로 떠안는 경우가 많았다. 소속사를 끼고 활동하는 경우는 10.4%였고, 그렇지 않은 경우는 84.8%였다.

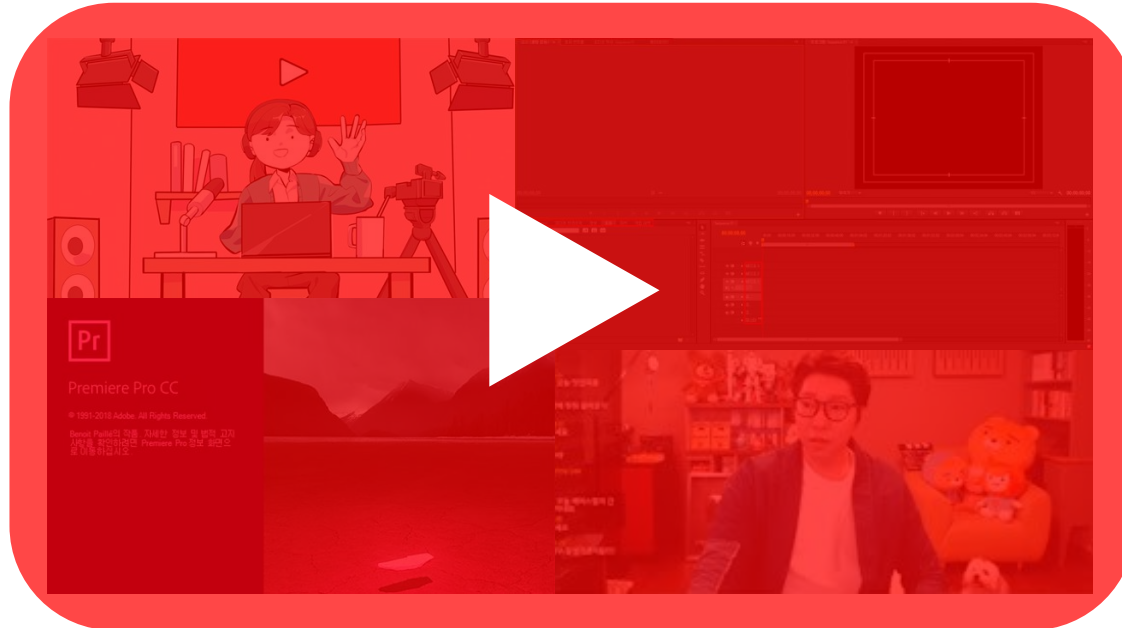
촬영 장소로는 집이 63.1%로 압도적인 1위를 차지했다. 다음으로 야외 12.9%, 개인 스튜디오 6.4%, 스튜디오 대여 5.6%, 소속사 4.0%, 기타 8.0% 등이었다.

편집 장소로 집이 차지하는 비중은 82.2%로 더욱 컸다. 또 개인 스튜디오 6.1%, 스튜디오 대여 1.2%, 소속사 3.6%, 기타 6.9% 등의 분포를 보였다.

제작에 참여하는 인원 규모별로는 1인이 66.0%로 가장 많았다. 이어 2인 18.0%, 3인 5.6%, 4인 2.4%, 5인 이상 3.6%, 무응답 4.4% 등의 순이었다.

출처:한국노동연구원

## 타겟분석 결론



- 1인 미디어 시대로써 크리에이터 수는 점차 증가 할 것이다
- 현재로써 2~30대 인구 가 가장 많다
- 혼자 운영하는 경우가 많기 때문에 저작권법 위반 확률이 높다

## 시장분석 결론

ott시장 유튜브  
점유율  
85%이상

연간 불법 저작  
권 법 위반 적발  
8,833건  
경제적 손실 약  
4조

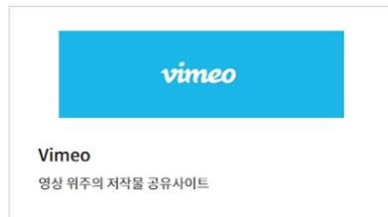
국내 1인 미디  
어 시장대비 저  
작권 공유 시장  
점유율 미비

|| 보완

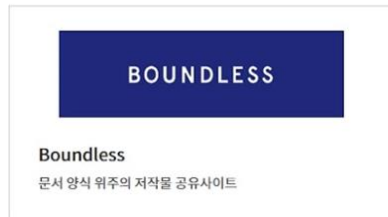
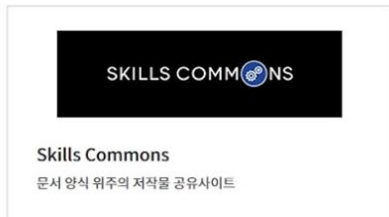
- APP서비스와 WEB서비스를 동반해 접근성을 높인다
- 공격적인 마케팅/홍보필요 (인포그래픽 활용)
- 타겟층이 다양한 만큼 전 연령이 알기 쉽게 단순화, 친근감있는 디자인



다양한 사이트 디자인이 존재한다

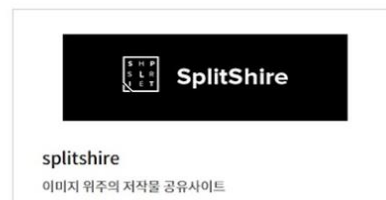
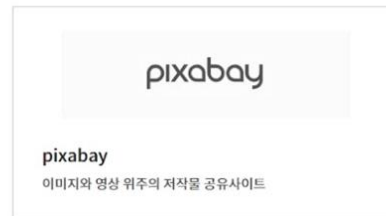
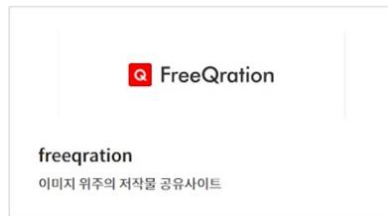


조사한 사이트 목록



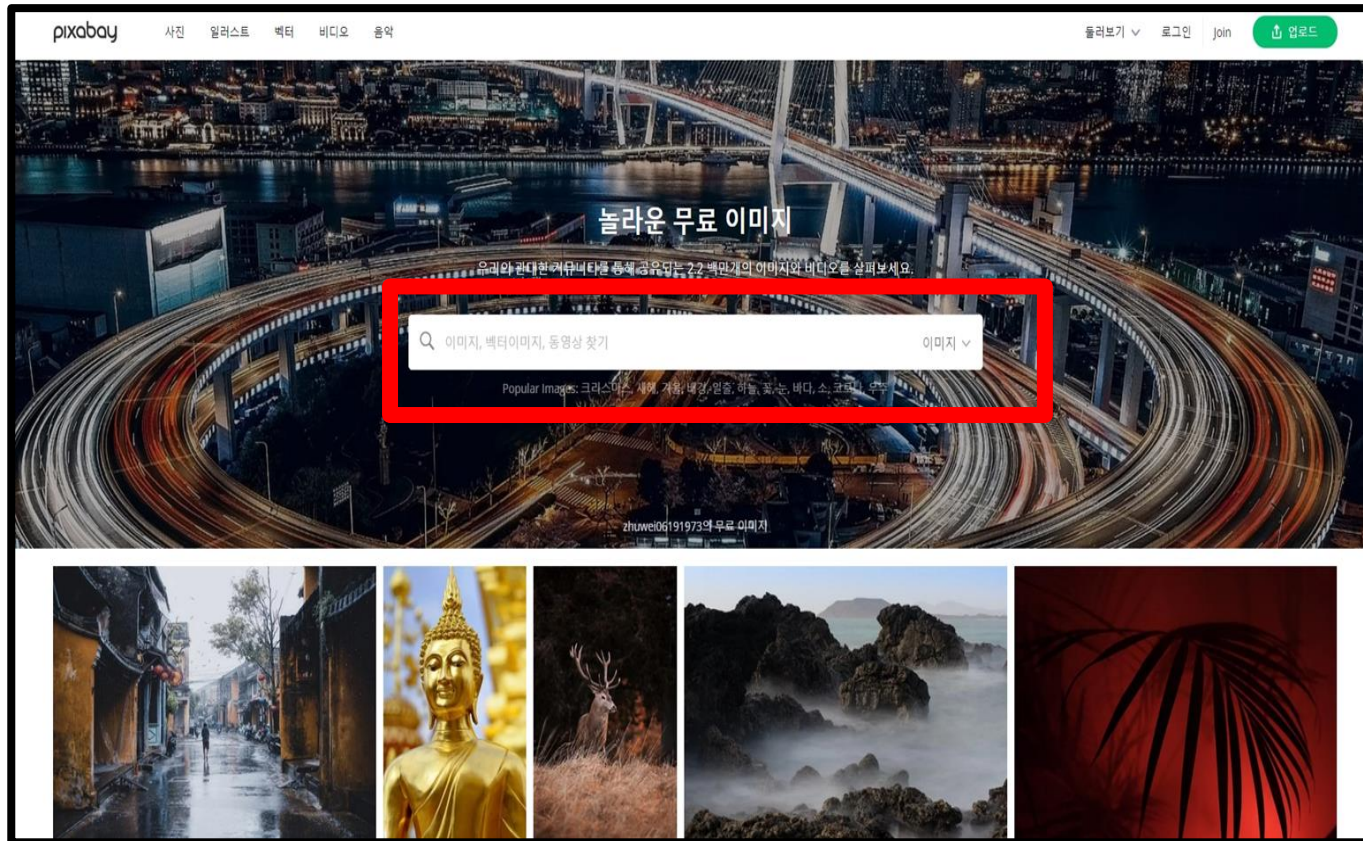
- PIXABAY

- 공유마당



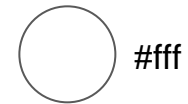


## PIXABAY 이미지/음원 공유 사이트



### color

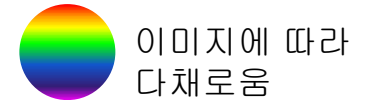
background:



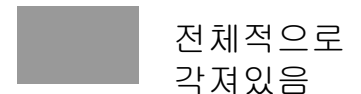
font color:



point color:



### shape

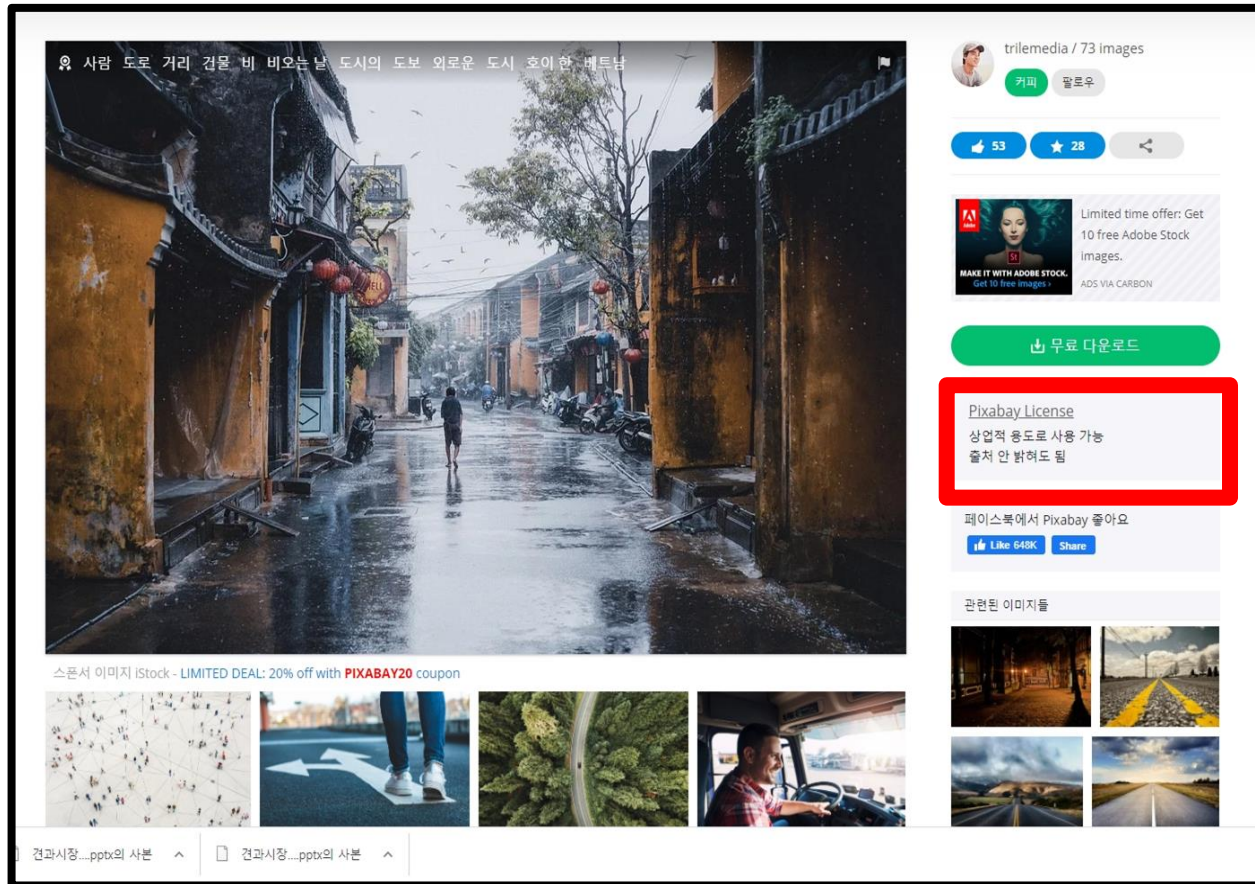


카테고리별 분류

검색창 활성화



## PIXABAY 이미지/음원 공유 사이트



color

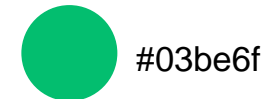
background:



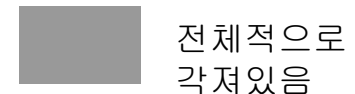
font color:



point color:

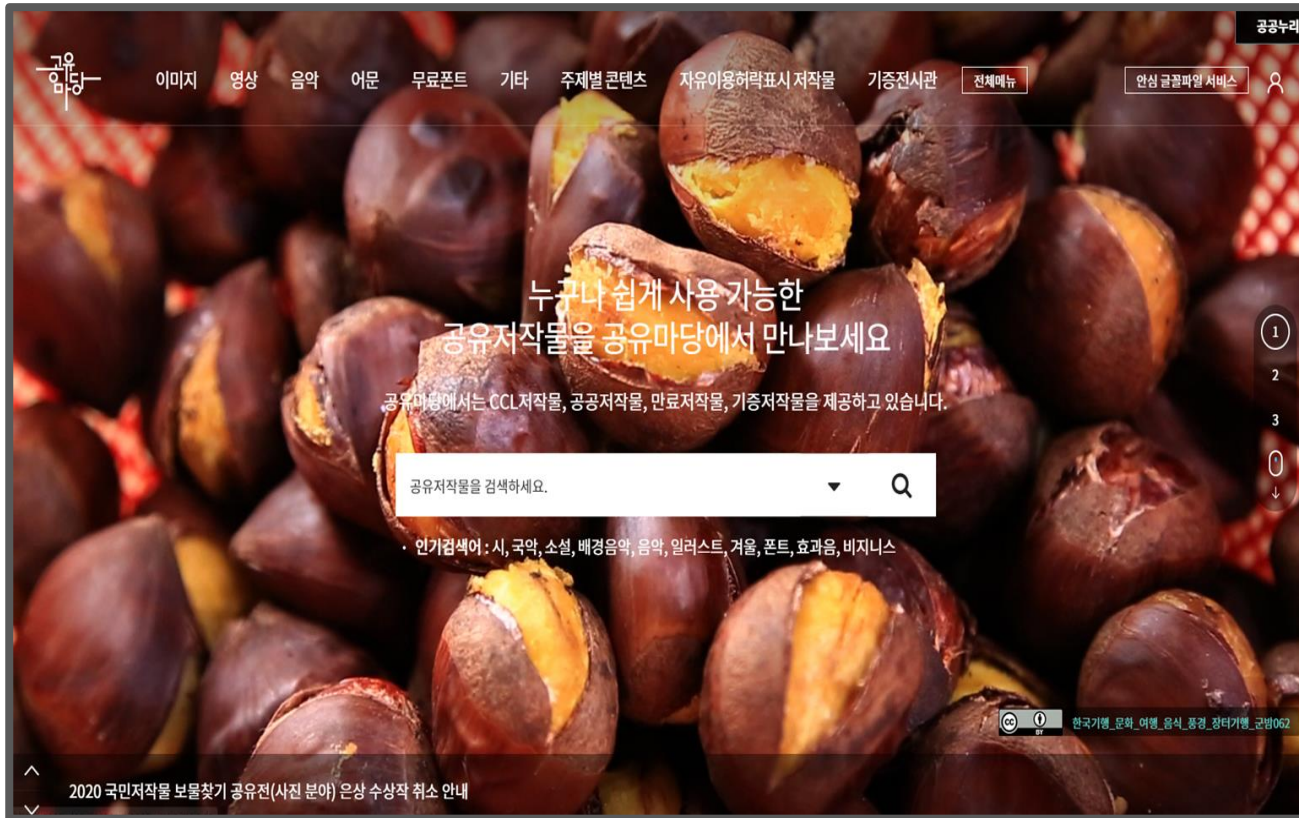


shape



이미지의 라이선스 표시가  
상세하게 적혀있음

## 공유마당 종합카테고리 공유 사이트



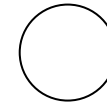
### color

#### background:



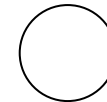
이미지에 따라  
다채로움

#### font color:



#fff

#### point color:



#fff

### shape



전체적으로  
각져있음

카테고리별 분류

검색창 활성화

## 타사분석 결론

Beautiful & exclusive  
free stock photos.

컬러 일관성이 적음 카테고리별 체계가 복잡함

보완: 카테고리/ 색상 체계를 잡고 심플한 디자인을 추구

## 시장조사 결론 **SWOT**분석

- 1. 분산 되어있는 자료들을 모아서 공유
- 2. 미디어 시장에 최적화 되어있음

- 1. 마케팅 및 홍보가 부족함
- 2. 국내 맞춤 서비스가 부족함
- 3. 미디어 시장에 비해 서비스 질과 양이 낮음

**S** **W**

- 1. 미디어 시장의 급격한 성장세
- 2. 저작권의 인식이 늘어가는 추세

- 1. 불법 다운로드 등 저작권 관련 법률이 모호함
- 2. 아직은 저작권에 대한 인식이 저조함

**O** **T**

## 시장조사 결론 **SWOT**전략

- 1.카테고리별로 소비자가 찾기 쉽게 정렬
- 2.미디어 시장에 맞춰 서비스를 개발/업데이트

**SO**

**WO**

- 1.저작권별 카테고리 사용자가 알기 쉽게 정렬
- 2.접근성을 높여서 소비자가 부담 없이 이용할수있는 서비스

**ST**

**WT**

- 1.자세한 설명으로 저작권 인식을 높이기
- 2. 국내 맞춤 서비스로 국내 시장 점유

## 시나리오 1

“호랑이” 실사 이미지 찾아서 다운로드 받기

## 시나리오 2

피아노로 연주한 잔잔한 음악  
상업용으로 이용 가능한 파일 다운로드 받기

공유마당

<https://gongu.copyright.or.kr/gongu/main/main.do>

pixabay

<https://pixabay.com/ko/>

시나리오1

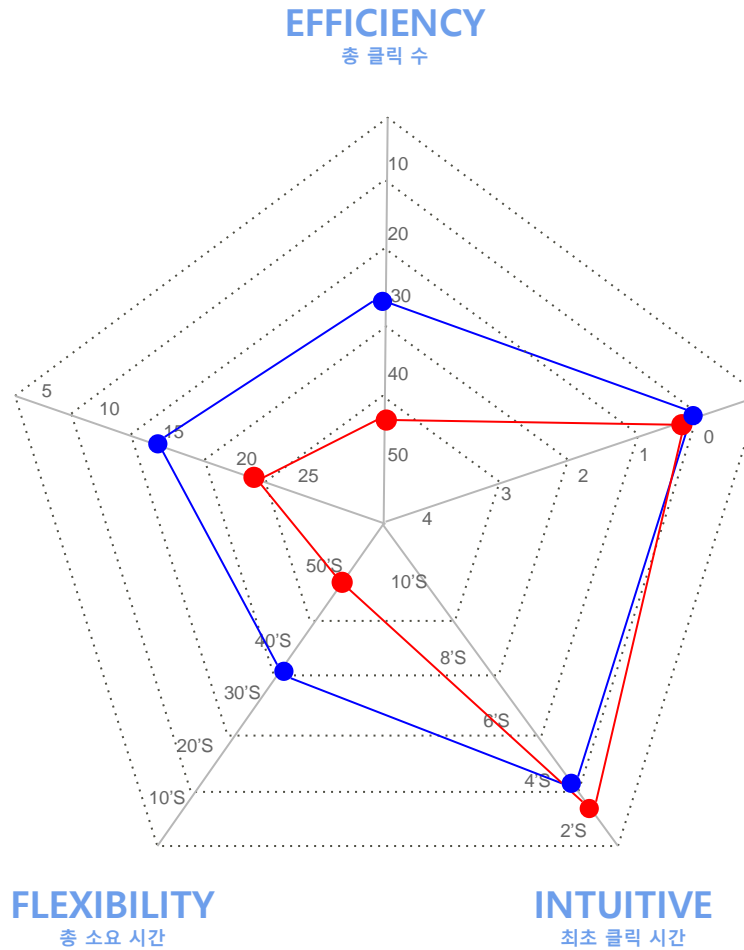
이름	총소요시간(s)		최초 클릭시간(s)		총 클릭수		잘못 클릭한수		사이트내 성공여부		일관성	
	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay
신의주	35	26	4	2	9	6	0	1	○	○	79	78
나혜정	47	25	3	1	11	6	0	1	○	○	172	150
김지원	38	59	6	6	11	12	0	0	○	○	69	118
최고	47	59	6	6	11	12	0	1	○	○	172	150
최저	35	25	3	1	9	6	0	0	○	○	69	78
합계	120	110	13	9	31	24	0	2	○	○	561	574
평균	40	37	4	3	10	8	0	0.6	○	○	107	115

시나리오2

이름	총소요시간(s)		최초 클릭시간(s)		총 클릭수		잘못 클릭한수		사이트내 성공여부		일관성	
	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay	공유마당	pixabay
신의주	44	36	3	5	17	6	0	0	○	○	249	43
나혜정	74	68	4	2	13	6	1	0	○	○	240	204
김지원	108	49	3	8	22	7	1	0	○	○	792	43
최고	106	68	4	8	22	7	1	0	○	○	792	204
최저	44	36	3	2	13	6	0	0	○	○	240	43
합계	226	153	10	15	52	19	2	0	○	○	1281	290
평균	75	51	3	5	17	6	0.6	0	○	○	427	97

- 'PIXABAY'
- '공유마당'

CONSISTENCY





## 공유마당

- 다운로드 받기위해 불필요한 클릭유도가 많음
- 검색 말고 다른 방법으로 원하는 데이터 찾기가 쉽지 않음
- 메인페이지에 네비게이션이 없어서 메뉴버튼 찾기가 어려움
- 파일 옵션 이 조잡함 (ex 잔잔한, 느린템포등)
- 목록 파일에 일괄 다운로드가 없음

## 픽사베이

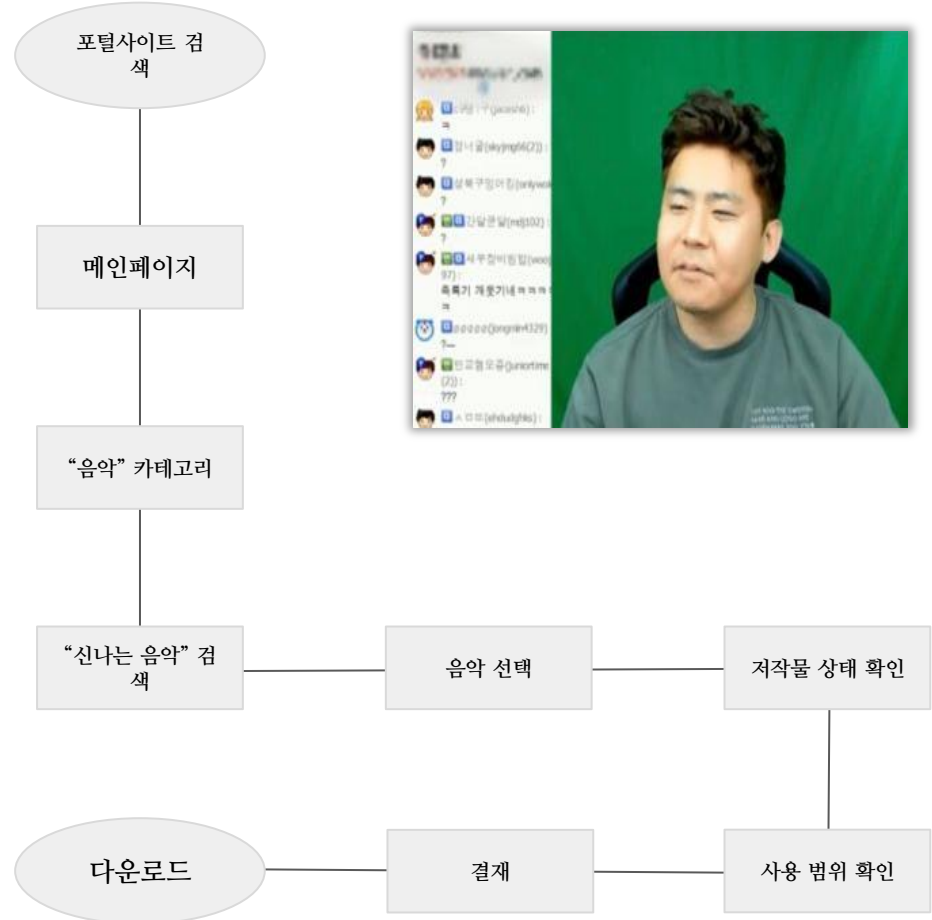
- 카테고리가 단순함(세분화할필요)
- 이미지 위주. 이미지 검색 용이
- 이미지 위주. 음악 검색 힘들
- 추천 알고리즘 잘 짜여있음
- 검색 말고 다른 방법으로 원하는 데이터 찾기가 쉽지 않음
- 상세 옵션 찾기가 쉽지 않음

“유튜버 ‘배짱이’ 로 활동중인  
34세 김강오씨 ”

## 시나리오

이제 막 1주일 차에 접어든 초보 유튜버 ‘배짱이’  
는  
영상편집을 하려는데 난감하다  
무슨 음악을 써야 하는지 뭐가 저작권이 걸려있는  
이미지인지 알수가 없다

동료 유튜버의 정보를 듣고  
포털 사이트에 **moeum** 이라고 검색을 한 후  
사이트에 들어갔더니 음악 이미지 영상 등 많은  
자료들이 알아보기 쉽게 한눈에 정리가 되어있어  
서 각각 저작물의 정보확인 후  
다운로드 해서 무사히 영상편집을 할수 있게 되  
었다



“대학생 경영학과 새내기  
20세 오민지씨”

## 시나리오

대학생 새내기 오민지씨는 과제가 막막하기만 하다

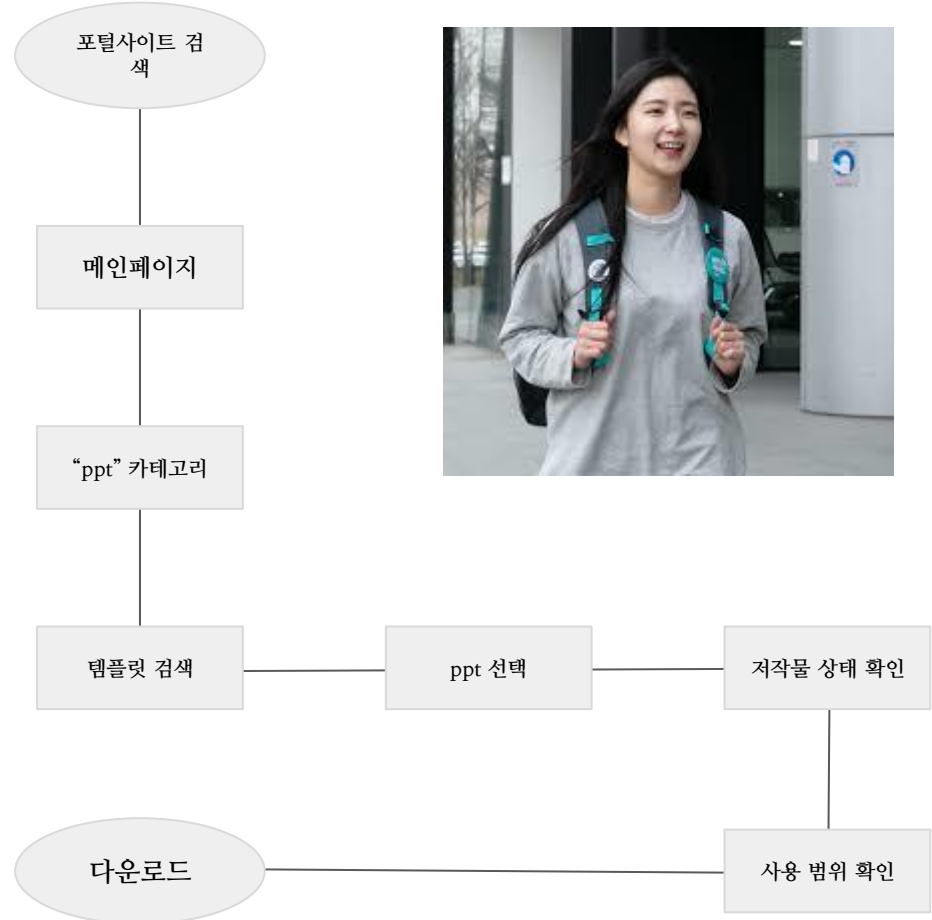
평생 ppt 작성을 해 본적이 없기 때문이다

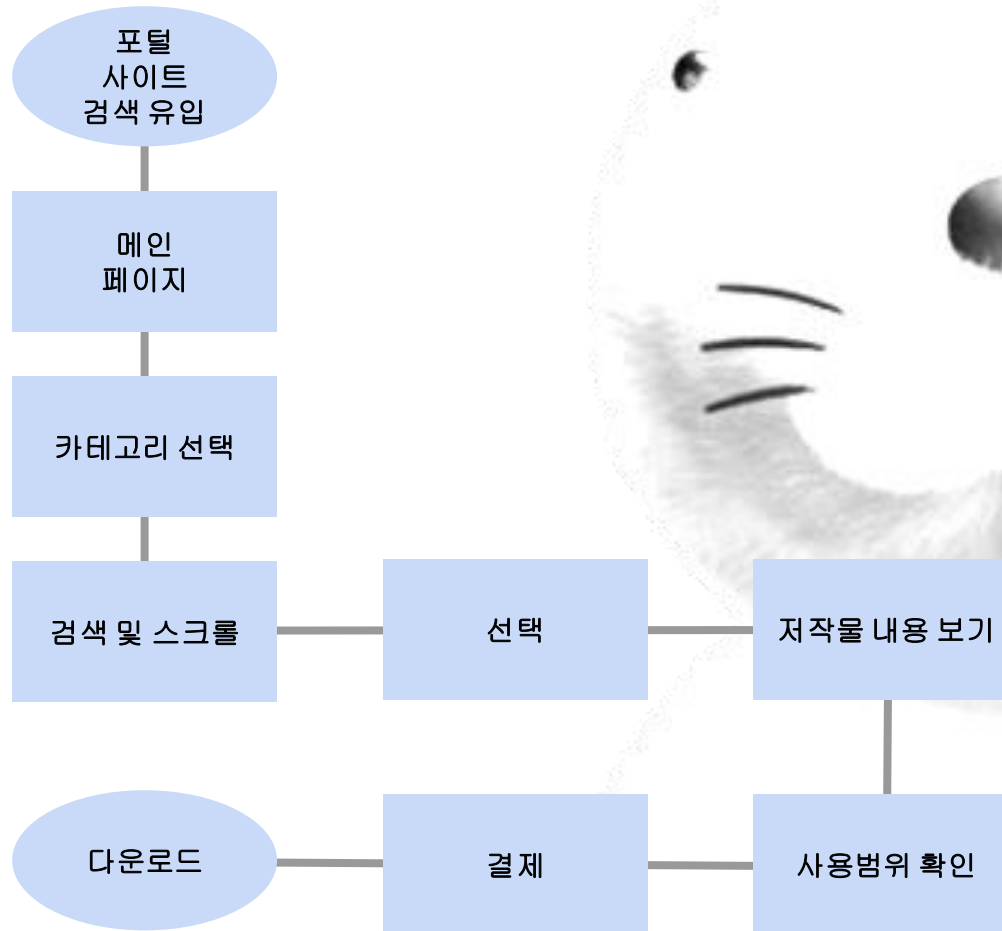
우선 google에 ppt 템플릿을 검색하니 moeum이라는 사이트가 뜬다

들어가서 ppt 카테고리 검색 후

과제 컨셉에 맞는 ppt 템플릿을 찾은 후

결제하고 다운로드한 뒤 과제에 사용을 한 후에 작성자에게 감사의 말과 피드백을 적어서 상품 리뷰에 올렸다





사용자 케이스	유튜버 김보검의 브이로그 영상편집
대상	김보검 (남자, 30대 초반)
개요	유튜버로 활동중인 김보검은 브이로그를 찍은뒤 예능프로그램처럼 편집을 하려고 한다 요새 유행하는 무한도전 처럼 편집하려고 bgm, 효과음, 짤 등을 찾다가 Mouem 사이트를 발견 한다 어떤 bgm다운받고 상업적으로 이용할수있는지 살펴본다
장소	집
대체흐름	내가 원하는 음악을 찾으려 옵션기능을 이용한다
케이스 유발요인	유튜브 내의 자료는 식상하다 밖에서는 원하는 자료를 찾기 어렵고 검색을해도 산발적이고 불법사이트가 많다
사전 조건1	예능 무한도전에서나오는 '띠용~'소리와 비슷한 효과음을 찾고싶다
사전 조건2	예능 런닝맨에서 나오는 '이광수 탈락 bgm을 상업적으로 쓸수있는지 궁금하다

다이어그램

우리

일반

cc라이선스 기호표시  
간편결제시스템{  
카카오페이,  
네이버페이,  
페이팔}  
사이트 1개에 카테고리 통합

회원가입  
로그인  
카테고리  
{음악,  
이미지,  
효과음,  
사진,  
영상,  
Ppt,  
폰트}  
아티스트 프로필  
미리듣기/미리보기  
리뷰  
별점  
무료/유료 표시  
결제시스템  
아티스트 이슈  
업로더 회원가입  
이용약관  
회사소개

프리미엄 콘텐츠

창조

존속

제거

## cc라이선스 활성화

### 이용허락조건



#### Attribution (저작자 표시)

저작자의 이름, 출처 등 저작자를 반드시 표시 해야 한다는, 라이선스에 반드시 포함하는 필수조항입니다.



#### Noncommercial (비영리)

저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다. 영리목적의 이용을 위해서는, 별도의 계약이 필요하다는 의미입니다.



#### No Derivative Works (변경금지)

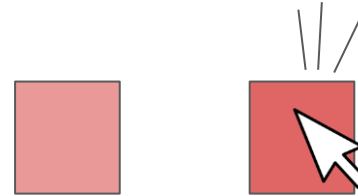
저작물을 변경하거나 저작물을 이용한 2차적 저작물 제작을 금지한다는 의미입니다.



#### Share Alike (동일조건변경허락)

2차적 저작물 제작을 허용하되, 2차적 저작물에 원 저작물과 동일한 라이선스를 적용해야 한다는 의미입니다.

ex)



메뉴 : 마우스 클릭시 색상 변환

ex)



검색창 : 검색창을 크게 배치

## 그외 기능을 단순화/ 데이터 검색 기능 활성화

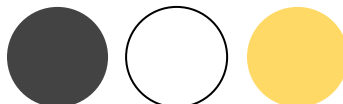
color : 데이터를 찾기에 적합한 과하지 않은 파스텔톤, 노멀한 컬러선택

Background



#c9daf8 #a4c2f4 #d9d9d9

Point



#434343 #ffffff #ffd966

or



#f4cccc #ea9999 #d9d9d9

font : 데이터를 찾기에 적합한 깔끔한 글씨체 선택

돋움체

돋움체

돋움체

맑은고딕체

맑은고딕체

맑은고딕체

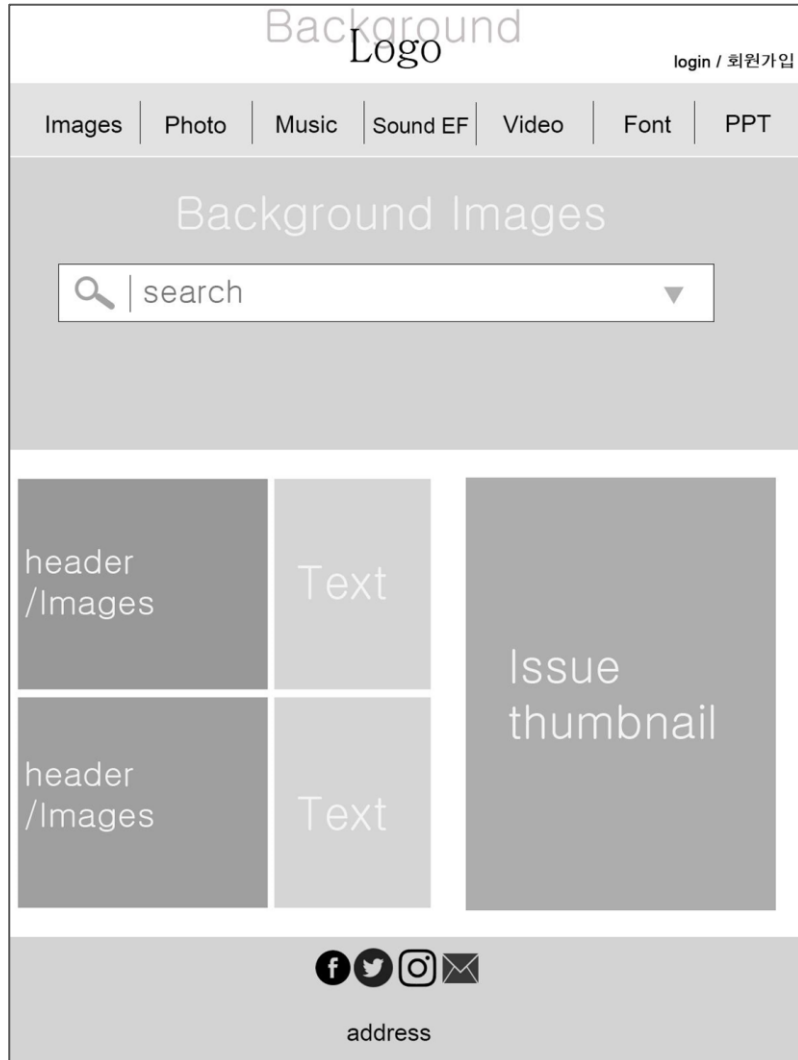
Arial

Arial

Arial



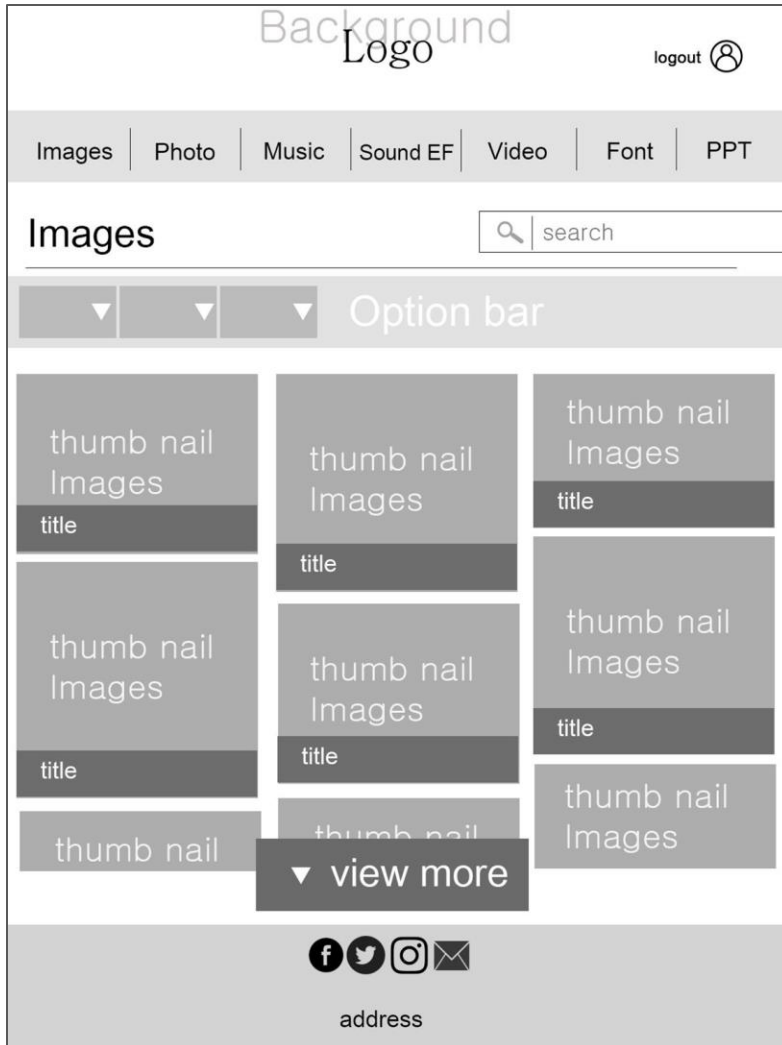
## Main page



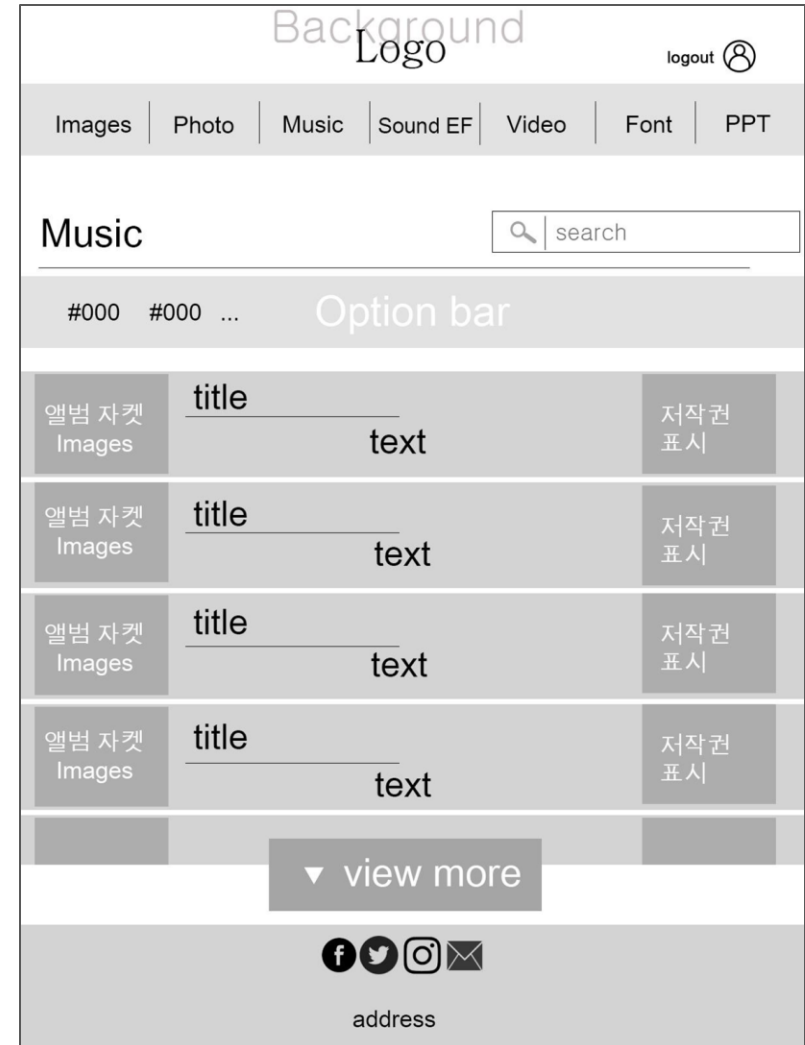
## Login page



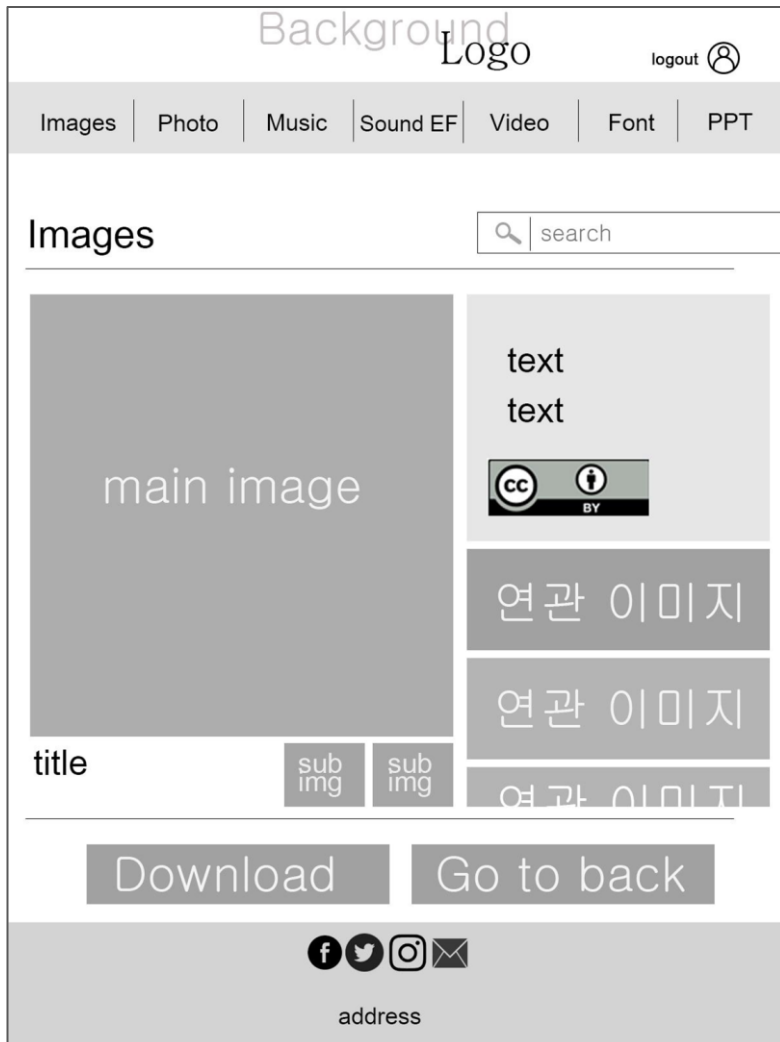
## Image category page



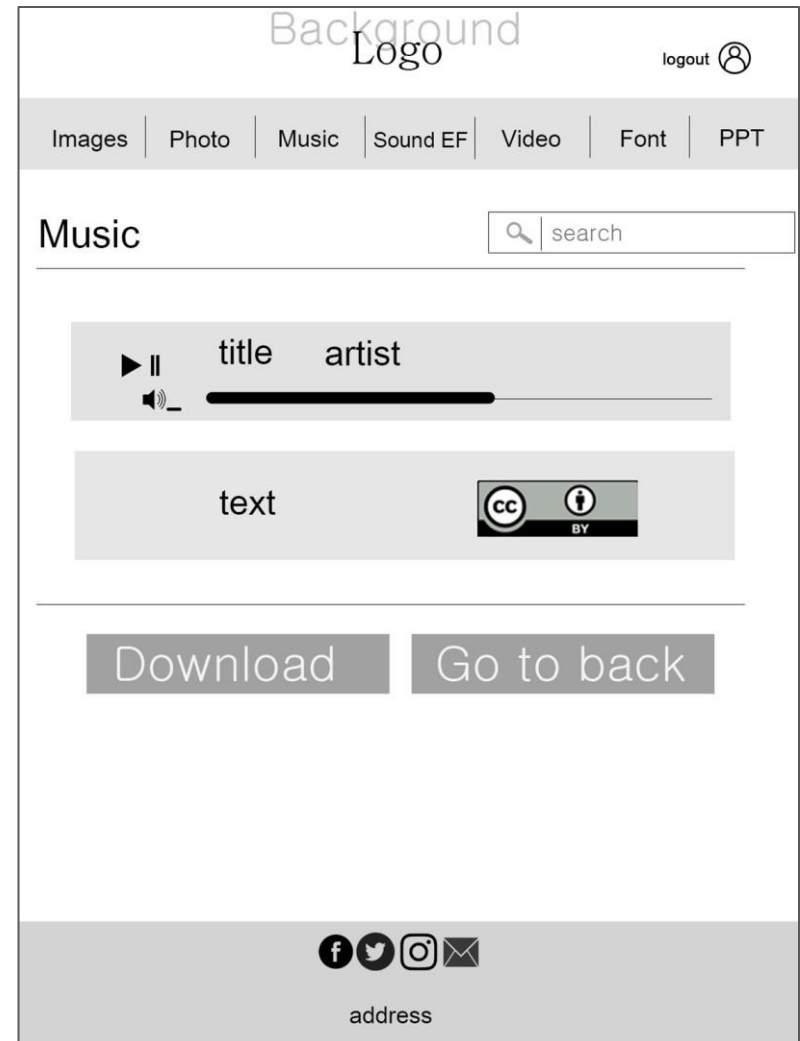
## Music category page



## Image detail page



## Music detail page



3 DEVELOP