

K • O • P • I • S

# 월간 공연전산망

**VOL.5**  
**2021.09**

MONTHLY REPORT

# CONTENTS

- 공연시장 돌보기  
2021년 상반기 공연시장 분석
- 8월 공연시장 규모 & 장르별 Top5
- 마케터 인터뷰  
건강한 공연산업 생태계를 위한 씨를 뿌리는  
(주)아떼오드 송은도 대표
- 공연 소비자, 관객  
공연시장 '나홀로 관객' 추이

# 2021년 상반기 공연시장 분석

코로나19 초기만 해도 많은 사람들이 두세 달이 지나면 일상으로 돌아갈 것이라고 예상했다. 그러나 2020년 초반에 시작된 팬데믹 상황이 2년째로 접어들고 있다. 2021년 상반기(1월~6월) 매출액 기준 각 장르별 상위 5위 안에 든 작품<sup>1)</sup>들과 장르별 집계 수치를 통해 2년차 팬데믹 시대를 지나고 있는 공연시장 풍경을 살펴본다.

## 용어 설명

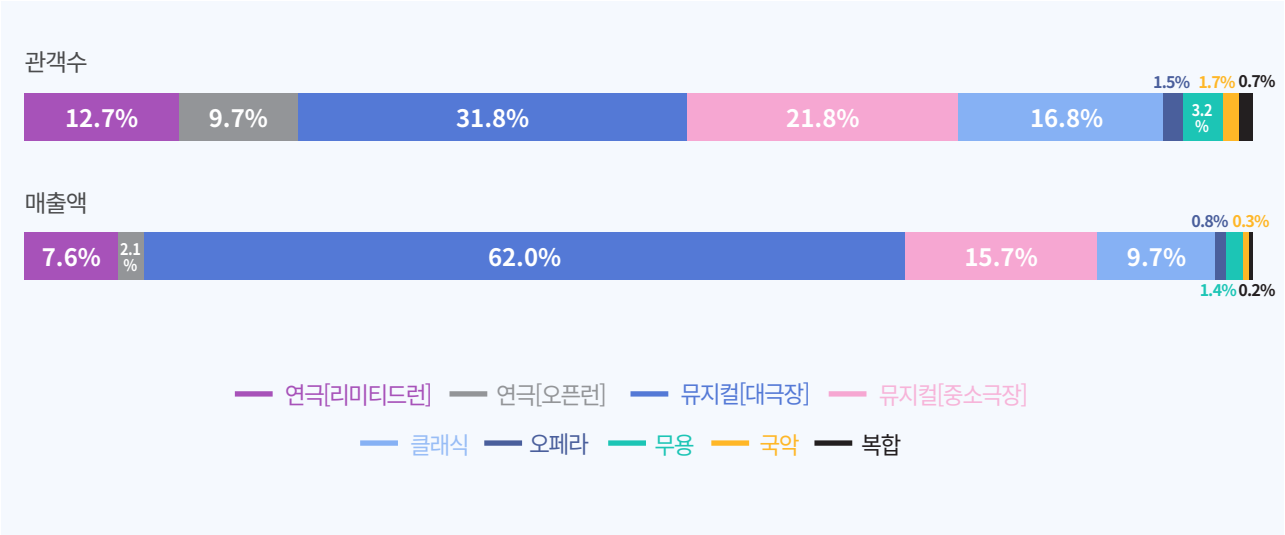
- **유료관객비율** 전체 장르 또는 공연별 전체 관객수 중 유료관객의 비율(\*객석 점유율아님)
- **평균티켓가격** 전체 장르 또는 공연별 매출액을 유료관객수로 나눈 값.
- **대극장/중소극장** 객석수 1,000석 이상인 공연장을 대극장, 1,000석 미만인 공연장을 중소극장으로 분류함. 단, 코로나19로 인한 객석 간 띄어앉기 정책으로 실제 공연별 좌석 운영은 공연장이 보유한 객석수와 차이가 있음.
- **상연회수** 각 공연의 상연 회차 수. 단, 2021년 상반기(2021.1.1~6.30)에 한하여 집계하였으므로, 해당 공연의 전체 회차 수보다 적을 수 있음

1) 2021년 1월 이전부터 또는 6월 이후까지 공연이 지속된 작품의 경우에도 2021년 1월 1일부터 6월 30일까지의 수치만을 집계한 것임.

2) 아동공연 통계는 연극, 뮤지컬, 클래식, 국악 등 여러 장르에 포함된 아동공연의 수치를 합친 것임. (전체 공연시장에서 아동공연이 차지하는 비중은 매출액 기준 4.8%, 관객수 기준 10.5%로 집계됨)

| 구분               | 매출액(만원)    | 관객수(명)    | 유료관객비율(%) | 평균티켓가격(원) |
|------------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 연극(리미티드런)        | 899,158    | 324,503   | 85.0      | 32,607    |
| 연극(오픈런)          | 249,961    | 248,408   | 87.8      | 11,462    |
| 뮤지컬(대극장)         | 7,296,461  | 816,307   | 89.0      | 100,433   |
| 뮤지컬(중소극장)        | 1,846,525  | 558,735   | 88.8      | 37,232    |
| 클래식              | 1,144,143  | 432,350   | 64.2      | 41,196    |
| 오페라              | 94,702     | 39,343    | 64.7      | 37,211    |
| 무용               | 170,236    | 82,386    | 73.4      | 28,136    |
| 국악               | 37,704     | 43,265    | 60.8      | 14,335    |
| 복합               | 20,661     | 17,900    | 69.2      | 16,677    |
| 합계               | 11,759,551 | 2,563,197 | 82.7      | 55,505    |
| 아동 <sup>2)</sup> | 567,302    | 267,083   | 90.5      | 23,481    |

2021년 상반기 장르별 매출액, 관객수, 유료관객비율, 평균티켓가격



2021년 상반기 장르별 관객수, 매출액 비중

● 2021 상반기 뮤지컬 시장

| 뮤지컬(라이선스-대극장) |          |           |            |      |         |        |
|---------------|----------|-----------|------------|------|---------|--------|
| NO.           | 공연명      | 공연기간      | 공연장소       | 상연횟수 | 평균티켓가격  | 유료관객비율 |
| 1             | 위키드      | 2.16~5.2  | 블루스퀘어신한카드홀 | 95   | 112,145 | 98.52% |
| 2             | 팬텀       | 3.17~6.27 | 샤롯데씨어터     | 133  | 117,419 | 88.23% |
| 3             | 시카고      | 4.2~7.18  | 디큐브아트센터    | 111  | 98,449  | 86.52% |
| 4             | 드라큘라     | 5.20~8.1  | 블루스퀘어신한카드홀 | 59   | 123,502 | 98.55% |
| 5             | 위키드 [부산] | 5.20~6.27 | 드림씨어터 [부산] | 48   | 112,070 | 99.99% |

| 뮤지컬(라이선스-중소극장) |                   |                     |                   |      |        |        |
|----------------|-------------------|---------------------|-------------------|------|--------|--------|
| NO.            | 공연명               | 공연기간                | 공연장소              | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율 |
| 1              | 젠틀맨스 가이드: 사랑과 살인편 | 2020.11.20~2021.3.1 | 홍익대대학교로아트센터 대극장   | 64   | 94,721 | 97.56% |
| 2              | 쓰릴 미              | 3.16~6.6            | 예스24스테이지 2관       | 98   | 48,057 | 92.46% |
| 3              | 미드나잇: 액터뮤지션       | 3.2~5.30            | 티오엠씨어터 1관         | 117  | 44,657 | 98.90% |
| 4              | 베르나르다 알바          | 1.22~3.14           | 국립정동극장            | 60   | 53,299 | 98.67% |
| 5              | 아이위시              | 3.16~5.23           | 서경대학교 공연예술센터 스킨2관 | 86   | 42,930 | 97.94% |

| 뮤지컬(창작-대극장) |                 |                     |              |      |         |        |
|-------------|-----------------|---------------------|--------------|------|---------|--------|
| NO.         | 공연명             | 공연기간                | 공연장소         | 상연횟수 | 평균티켓가격  | 유료관객비율 |
| 1           | 태양의 노래          | 5.1~7.25            | 광림아트센터 BBCH홀 | 71   | 127,872 | 91.47% |
| 2           | 명성황후 25주년 기념 공연 | 1.19~3.7            | 예술의전당 오페라극장  | 63   | 86,473  | 69.13% |
| 3           | 그날들             | 2020.11.13~2021.3.7 | 충무아트센터 대극장   | 96   | 86,078  | 78.63% |
| 4           | 스웨그에이지: 외쳐 조선!  | 1.5~2.28            | 예술의전당 CJ토월극장 | 69   | 61,656  | 82.33% |
| 5           | 1976 할란카운티      | 5.28~7.4            | 충무아트센터 대극장   | 39   | 71,134  | 56.94% |

| 뮤지컬(창작-중소극장) |            |           |                  |      |        |        |
|--------------|------------|-----------|------------------|------|--------|--------|
| NO.          | 공연명        | 공연기간      | 공연장소             | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율 |
| 1            | 브라더스 까라마조프 | 3.13~6.13 | 예스24스테이지 1관      | 116  | 40,006 | 98.22% |
| 2            | 검은 사제들     | 2.25~5.30 | 유니플렉스 1관         | 113  | 48,578 | 98.28% |
| 3            | 레드북        | 6.4~8.26  | 홍익대대학로아트센터 대극장   | 29   | 72,430 | 97.72% |
| 4            | 더 픽션       | 2.27~6.13 | 서경대학교공연예술센터 스킨1관 | 137  | 41,827 | 75.65% |
| 5            | 명동로망스      | 3.13~7.25 | 예스24스테이지 3관      | 138  | 40,816 | 74.28% |

2021 상반기 뮤지컬 판매액 TOP5

“대극장 라이선스 뮤지컬의 상위 랭킹 작품들은 브랜드 인지도가 높고 이미 여러 차례 흥행이 검증된 대작들이다. 특히 <시카고>의 경우는 20대 관객의 증가로 이전 공연 때보다 흥행 성적이 좋았다. 코로나19 이전에도 브랜드 인지도가 높은 스테디셀러 강세 경향은 있었지만 시장이 불안해지면서 이러한 경향이 더 견고해졌다. 상위권에 신작이 없는 것도 그런 이유라고 볼 수 있다. 예년에는 대형 신작 한 편 정도는 상위권에 들었는데 그만큼 위험 부담이 크기 때문에 대형 뮤지컬 신작을 도전하지 않았다.

대극장 창작 뮤지컬 역시 인지도 높은 작품이 상위에 올랐다. 1위인 <태양의 노래>는 신작이긴 하지만 샤이니 온유, DAY6 원필, GOT7 영재, 뉴이스트 백호 등의 캐스팅으로 팬덤의 뜨거운 호응을 받았다. 2위, 3위를 차지한 <명성황후>와 <그날들>은 공연 시기 일부 동안 코로나19 4단계 좌석 두 자리 띄어앉기가 적용되어서 피해가 컸다. 상위권이었지만 매출 성과는 높지 못했다. 대극장 뮤지컬 시장은 라이선스 쏠림 현상이 두드러졌다.

중소극장의 경우도 브랜드의 선호도가 높은 작품들이 상위에 올랐다. 중소극장에서는 화제가 되었던 <베르나르다 알바>와 신작인 <검은 사제들>이 진입한 것이 눈에 띈다.

뮤지컬은 전체 시장 규모가 줄기는 했지만 회복되어가는 분위기였다. 인터파크 자료를 기준으로 보면 2021년 2월부터는 회복세가 뚜렷했다. 6월 시장만 보면 올해 뮤지컬 시장이 2019년 시장을 앞섰다. 전체적으로 코로나 이전인 2019년 시장과 비교할 때 뮤지컬 시장은 규모로는 90% 정도 회복된 것으로 보인다.

장르나 좌석 규모에 상관없이 좌석 띄어앉기로 인해 70% 정도만 티켓을 판매하는 상황이다 보니 전반적으로 유료관객 비율이 예년에 비해 높았다.”

- 인터파크 공연컨설팅팀 이동현 팀장

● 2021 상반기 연극 시장

| 연극(리미티드) |           |                      |              |      |        |        |
|----------|-----------|----------------------|--------------|------|--------|--------|
| NO.      | 공연명       | 공연기간                 | 공연장소         | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율 |
| 1        | 알앤제이(R&J) | 2.5~5.2              | 동국대 이혜랑예술극장  | 100  | 49,996 | 98.73% |
| 2        | 아마데우스     | 2020.11.17~2021.2.28 | 광림아트센터 BBCH홀 | 37   | 66,718 | 96.07% |
| 3        | 얼음        | 1.8~3.21             | 세종문화회관 S씨어터  | 92   | 47,196 | 94.99% |
| 4        | 완벽한 타인    | 5.18~8.1             | 세종문화회관 M씨어터  | 51   | 61,827 | 72.95% |
| 5        | 스페셜 라이어   | 2.26~4.25            | 백암아트홀        | 71   | 51,464 | 93.47% |

| 연극(오픈런) |         |          |              |      |        |         |
|---------|---------|----------|--------------|------|--------|---------|
| NO.     | 공연명     | 공연기간     | 공연장소         | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율  |
| 1       | 한뼘사이    | 3.19~오픈런 | 라운아트홀        | 283  | 15,578 | 100.00% |
| 2       | 옥탑방 고양이 | 오픈런      | 틴틴홀          | 371  | 11,970 | 48.01%  |
| 3       | 라면      | 1.16~오픈런 | 해피씨어터        | 424  | 14,909 | 100.00% |
| 4       | 쉬어매드니스  | 오픈런      | 콘텐츠박스        | 281  | 11,897 | 100.00% |
| 5       | 오백에 삼십  | 오픈런      | 아트포레스트아트홀 1관 | 300  | 14,146 | 100.00% |

2021 상반기 연극 판매액 TOP5

“리미티드 연극의 경우 <알앤제이>나 <아마데우스>는 공연할 때마다 상위권에 오르는 작품이다. 리미티드 연극 역시 브랜드 인지도가 높은 인기작이 상위에 올랐다. <얼음>의 경우는 매출이 높은 작품은 아니었는데 TV 프로그램 <1박2일>에 출연한 김선호가 캐스팅되면서 인기를 끌었다. 티켓 오픈일에 세종문화회관과 인터파크 예매 시스템을 다운시킬 정도로 인기가 높았다. 신작인 <완벽한 타인>은 원작 영화의 인기도 있고 젊은 관객 취향의 소재와 이야기라서 신작이지만 상위권에 오를 수 있었다.

<옥탑방 고양이>, <쉬어매드니스>, <오백에 삼십>은 매해 약간의 순위 변동만 있을 뿐 고정적으로 오픈런 연극 상위 랭킹에 오른 작품이다. 오랜 동안 오픈런 연극 랭킹에 새로운 작품이 진입하지 못했는데 <한뼘사이>와 <라면> 등 신작이 진입한 것이 특징이다. 오픈런 연극은 상대적으로 코로나19로 인한 피해가 컸던 장르다. 공연을 처음 접하는 관객들이 주요 타겟층인데 팬데믹 상황에서 좁은 소극장 오픈런 연극을 찾는 비중이 줄었다. 게다가 판매 한 축을 담당했던 학생 단체 판매가 사라졌다. 오픈런 연극은 굉장히 낮은 제작비 구조이므로 티켓 가격이 낮는데 회당 관객을 많이 받지 못하다 보니 상위권에 오른 작품조차 매출액이 매우 낮았다. 전체 연극 매출액은 2019년도의 50% 정도 수준에 그쳐, 코로나19로 축소된 인한 시장 규모 회복세가 뮤지컬과는 크게 달랐다.”

- 인터파크 공연컨설팅팀 이동현 팀장

● 2021 상반기 클래식·오페라·무용 시장

| 클래식+오페라 |                          |         |               |      |         |        |
|---------|--------------------------|---------|---------------|------|---------|--------|
| NO.     | 공연명                      | 공연기간    | 공연장소          | 상연횟수 | 평균티켓가격  | 유료관객비율 |
| 1       | 더 포레스텔라                  | 6.26~27 | 올림픽공원 올림픽홀    | 2    | 105,863 | 99.46% |
| 2       | 포레스텔라 콘서트, 넬라 판타지아: 시간여행 | 3.26~27 | 세종문화회관 대극장    | 2    | 94,284  | 97.22% |
| 3       | 디즈니 인 콘서트                | 4.10~11 | 세종문화회관 대극장    | 3    | 71,287  | 92.50% |
| 4       | 시네마 파라디소                 | 2.27    | 성남아트센터 오페라하우스 | 2    | 114,295 | 91.70% |
| 5       | 더 포레스텔라[수원]              | 6.12~13 | 경기아트센터 대극장    | 2    | 114,961 | 98.18% |

| 무용  |           |          |             |      |        |        |
|-----|-----------|----------|-------------|------|--------|--------|
| NO. | 공연명       | 공연기간     | 공연장소        | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율 |
| 1   | 돈키호테      | 6.4~6    | 예술의전당 오페라극장 | 5    | 51,616 | 88.46% |
| 2   | 라 바야데르    | 4.27~5.2 | 예술의전당 오페라극장 | 7    | 31,149 | 91.04% |
| 3   | 해적        | 3.23~28  | 예술의전당 오페라극장 | 7    | 31,617 | 91.22% |
| 4   | 말괄량이 길들이기 | 6.15~20  | 예술의전당 오페라극장 | 7    | 24,499 | 89.20% |
| 5   | 감괘        | 4.16~17  | 세종문화회관 대극장  | 2    | 42,094 | 91.64% |

2021 상반기 클래식+오페라/무용 판매액 TOP5

“클래식, 오페라는 디즈니를 제외하면 <팬텀싱어> 출신 가수의 콘서트가 상위권을 장악했다. 코로나19로 수시대관이 많았는데 <팬텀싱어> 콘서트는 팬덤층을 보유하고 있어 홍보 기간이 짧아도 공연이 가능해 대형 공연장 수시대관이 가능했다. 게다가 코로나19로 인해 대형 해외 팀이 들어오지 못하다 보니 이러한 독식 현상이 두드러지는 것으로 보인다. 클래식, 오페라 장르 상위 랭킹된 작품 평균 티켓 가격이 10만 원을 상회하는데, 이는 일반적인 클래식 장르 공연에 비하면 비싼 편이다. 국내 클래식 공연의 경우 평균 티켓 가격은 6~7만 원 선이다. 상반기에는 중소극장에서의 소규모 클래식 공연 건수도 많지 않았다.

무용 장르에서는 서울시무용단 <감괘>를 제외하고는 발레가 상위권을 모두 차지했다. 발레는 워낙 애호가층이 단단하다. 작년에 거의 공연을 올리지 못해서 애호가의 갈증이 있었다. 올해 들어 국내 대표적인 발레단인 유니버설발레단이나 국립발레단이 연이어 대표작들을 선보이면서 좋은 반응을 이끌어냈다.”

- 예술의전당 고객마케팅부 김영민 부장

● 2021 상반기 아동공연 시장

| 아동  |                   |                      |                |      |        |        |
|-----|-------------------|----------------------|----------------|------|--------|--------|
| NO. | 공연명               | 공연기간                 | 공연장소           | 상연횟수 | 평균티켓가격 | 유료관객비율 |
| 1   | 알사탕 [서울]          | 2020.4.11~2021. 8.29 | 더 서울라이티움 (전용관) | 256  | 24,640 | 89.64% |
| 2   | 디즈니 인 콘서트         | 4.10~11              | 세종문화회관 대극장     | 3    | 71,287 | 92.50% |
| 3   | 드래곤 하이            | 5.1~6.20             | 극장용            | 69   | 30,258 | 58.06% |
| 4   | 흔한남매: 엄마의 꿈을 지켜라! | 6.19~20              | 경기아트센터 대극장     | 6    | 32,515 | 98.40% |
| 5   | 신비한놀이터 (앵콜)       | 4.23~8.29            | 신한카드 판스퀘어      | 80   | 22,921 | 81.36% |

2021 상반기 아동공연 판매액 TOP5

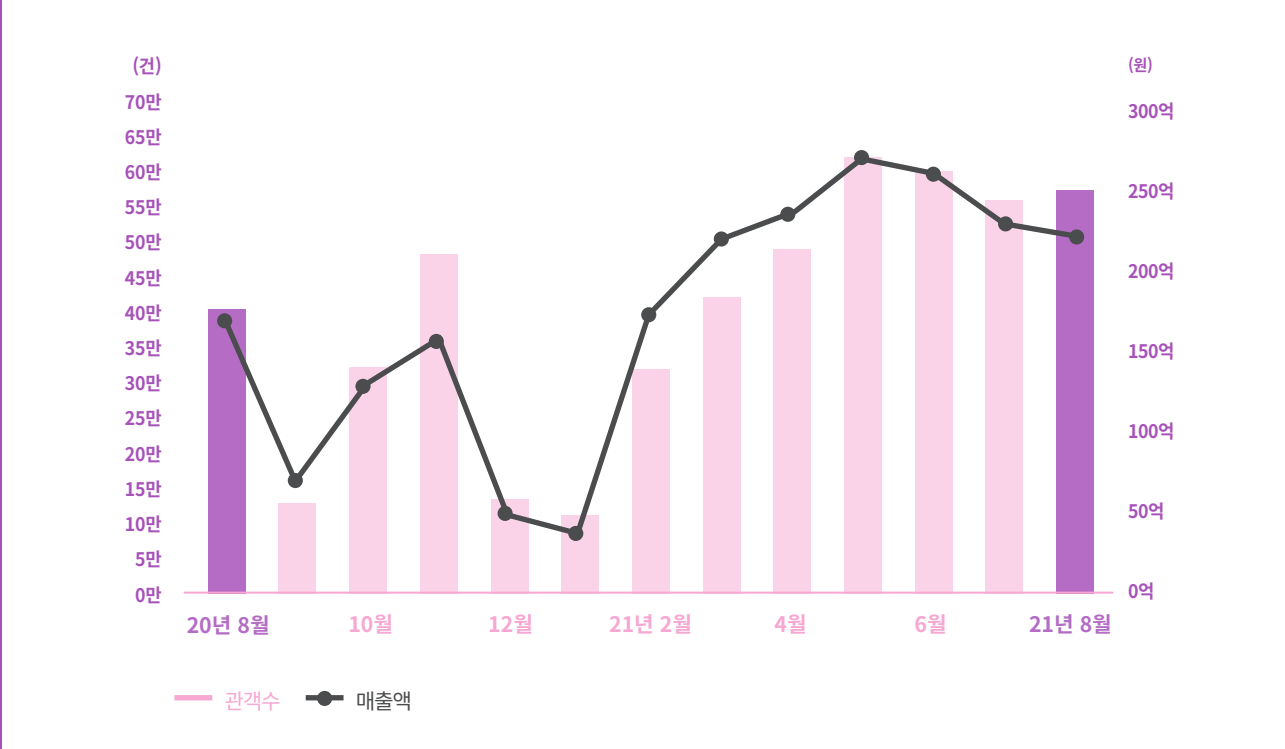
“여름방학 기간이면 아동공연 성수기라 공연건수가 많았는데 코로나19 이후 상당히 줄어들었다. 상대적으로 아동공연 시장이 다른 장르에 비해 크게 위축되었다. 팬데믹 상황에서 아이들을 데리고 외출하기가 더 조심스럽기 때문이다. 아동공연 시장에서 큰 비중을 차지했던 단체 예매 시장이 완전히 사라졌다. 올해 상반기 상위 랭킹된 작품을 보면 뚜렷한 변화가 보인다. 팬데믹 이전에는 <시크릿 쥬쥬>와 같은 애니메이션이나 유튜브 캐릭터를 주인공으로 하는 아동공연이 주로 상위권을 차지했다. 지금은 <알사탕>이나 <장수탕 선녀님> 같은 인기 동화책을 토대로 한 웰메이드 아동극이 상대적으로 인기를 끄는 것 같다. 기존 아동공연 시장에서는 플라잉 등의 화려한 무대 기술이 사용되는 작품이 인기가 많았다. 최근에는 그런 영향이 줄고, 인기 동화 등 검증된 작품 IP의 힘이 커지고 있다. 팬데믹 상황에서 아이들을 공연장에 데려오는 것의 위험부담이 큰 만큼, 보호자들이 작품성 좋은 공연을 엄선했다 보여주고자 하는 마음이 크게 작용했던 것 같다.”

- 브러쉬씨어터 이길준 대표

2021년 8월 관객수 및 매출액

KOPIS 조회일시 | 2021.09.13. 14:00

- 각 장르 매출액은 만원 단위로 반올림함에 따라 각각의 합이 합계 값과 일치하지 않을 수 있습니다.
- 관객수는 유·무료 관객수를 합산한 값입니다.
- 공연예술통합전산망은 분산되어 있는 국내 공연 예매 및 취소 데이터를 집계하여 통계치를 제공하고 있습니다.
- 데이터를 전송하는 연계 기관에서의 추가 전송 및 신규 연계, 공연 취소 등의 사유로 조회 시점에 따라 다소 차이가 발생할 수 있습니다.

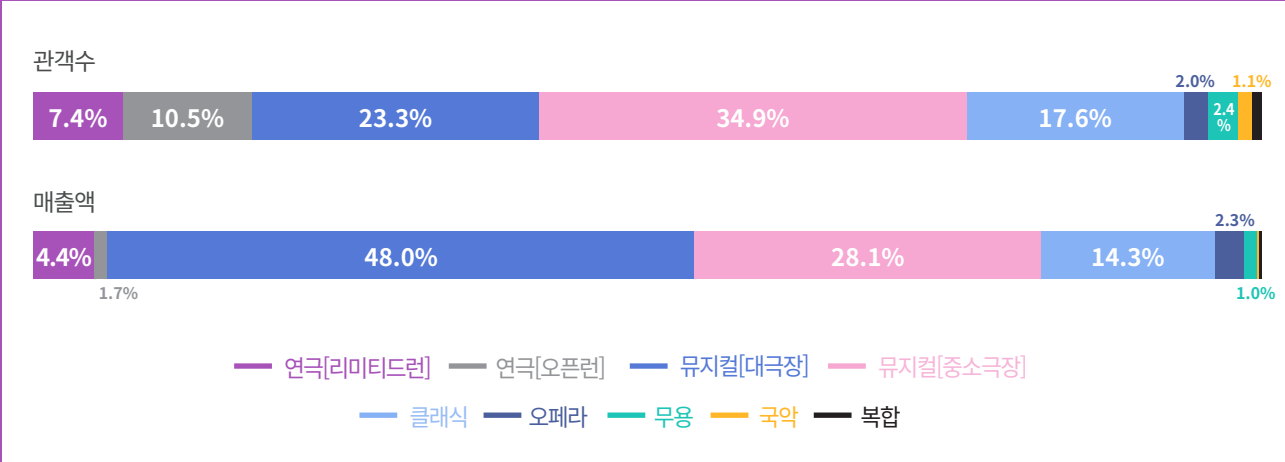


(단위: 만원, 명)

|       | 21년 8월    | 21년 7월    | 전월 대비(%) | 20년 8월    | 전년 대비(%) |
|-------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|
| 총 매출액 | 2,177,726 | 2,252,575 | -3.32    | 1,685,007 | 29.24    |
| 총 관객수 | 572,667   | 558,552   | 2.53     | 403,951   | 41.77    |

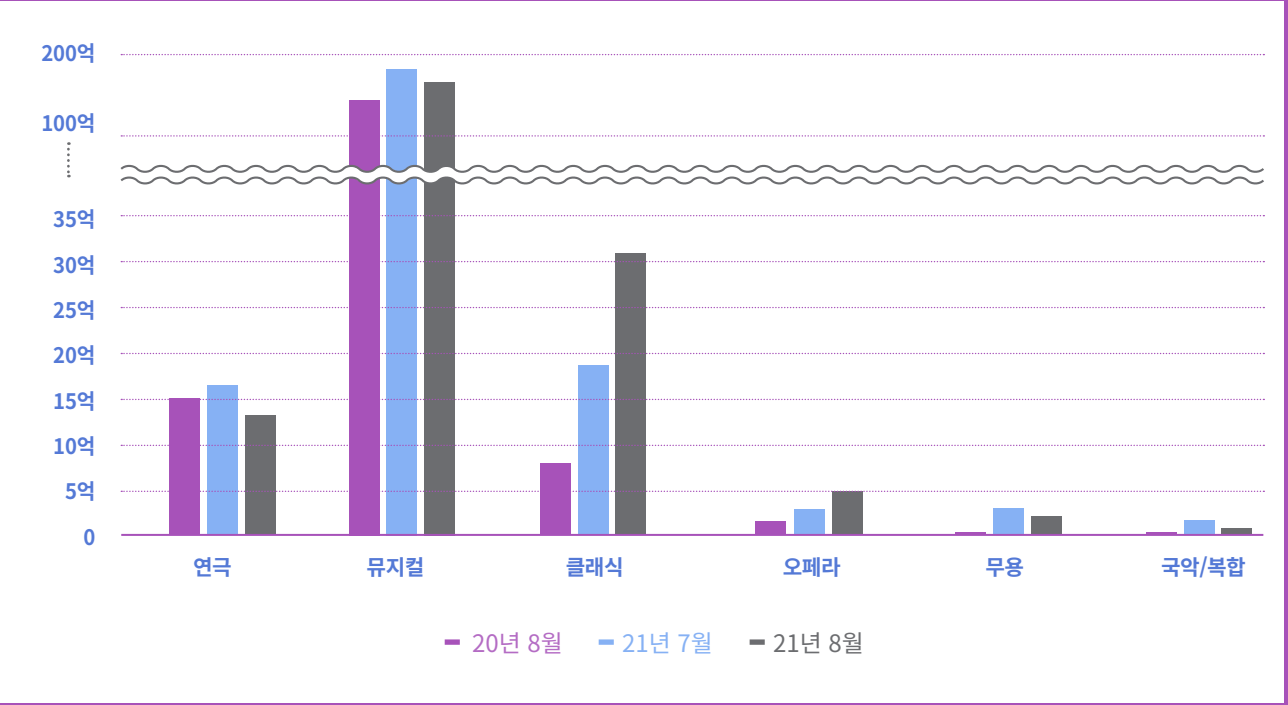
2021년 8월 장르별 관객수 및 매출액 비중

1% 미만 표기 생략



# 장르별 매출액 변화 추이

(단위: 원)



(단위: 만원, 명)

|     |     | 21년 8월    | 21년 7월    | 전월 대비(%) | 20년 8월    | 전년 대비(%) |
|-----|-----|-----------|-----------|----------|-----------|----------|
| 연극  | 매출액 | 132,153   | 162,580   | -18.72   | 149,097   | -11.36   |
|     | 관객수 | 102,787   | 115,482   | -10.99   | 97,387    | 5.54     |
| 뮤지컬 | 매출액 | 1,656,799 | 1,826,742 | -9.30    | 1,435,309 | 15.43    |
|     | 관객수 | 333,213   | 323,682   | 2.94     | 242,396   | 37.47    |
| 클래식 | 매출액 | 311,186   | 187,656   | 65.83    | 78,116    | 298.36   |
|     | 관객수 | 101,017   | 75,755    | 33.35    | 47,193    | 114.05   |
| 오페라 | 매출액 | 49,698    | 29,708    | 67.29    | 16,681    | 197.93   |
|     | 관객수 | 11,625    | 8,849     | 31.37    | 8,095     | 43.61    |
| 무용  | 매출액 | 21,812    | 29,708    | -25.85   | 2,589     | 742.49   |
|     | 관객수 | 13,464    | 17,439    | -22.79   | 2,319     | 480.60   |
| 국악  | 매출액 | 3,807     | 7,386     | -48.46   | 1,783     | 113.52   |
|     | 관객수 | 6,409     | 10,168    | -36.97   | 2,790     | 129.71   |
| 복합  | 매출액 | 2,271     | 9,087     | -75.01   | 1,432     | 58.59    |
|     | 관객수 | 4,152     | 7,177     | -42.15   | 3,771     | 10.10    |

2021년 8월 장르별 관객수 TOP5

공연일 2021년 8월 1일 ~ 8월 31일 유료관객수 기준

● 연극(리미티드런)

|      |     |    |             |      |
|------|-----|----|-------------|------|
|      |     |    |             |      |
| 1위   | 2위  | 3위 | 4위          | 5위   |
| 일리아드 | 분장실 | 령스 | 완벽한 타인 [여수] | 토지 I |

|              |               |    |              |     |
|--------------|---------------|----|--------------|-----|
|              |               |    |              |     |
| 1위           | 2위            | 3위 | 4위           | 5위  |
| 한뼘사이 [라온아트홀] | 옥탑방 고양이 [대학로] | 라면 | 쉬어매드니스 [대학로] | 핫식스 |

● 뮤지컬(대극장) \* 좌석수 1,000석 이상

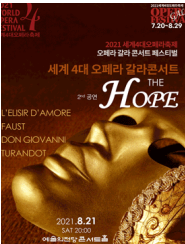
|          |        |       |     |     |
|----------|--------|-------|-----|-----|
|          |        |       |     |     |
| 1위       | 2위     | 3위    | 4위  | 5위  |
| 마리 앙투아네트 | 광화문 연가 | 엑스칼리버 | 비틀즈 | 헤드윅 |

● 뮤지컬(중소극장) \* 좌석수 1,000석 미만

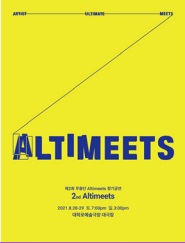
|     |    |         |         |          |
|-----|----|---------|---------|----------|
|     |    |         |         |          |
| 1위  | 2위 | 3위      | 4위      | 5위       |
| 레드북 | 해적 | 와일드 그레이 | 장수탕 선녀님 | 어쩌면 해피엔딩 |

● 클래식

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| 1위                                                                                | 2위                                                                                | 3위                                                                                | 4위                                                                                 | 5위                                                                                  |
| 더 포레스텔라 [고양]                                                                      | 라비던스 1st TOUR: SPECTRUM [서울]                                                      | 라포엠 첫 번째 단독 콘서트: SCENE#1 [대구]                                                     | 히사이시 조 영화음악 콘서트 [부산]                                                               | 홍스프레스 단독 콘서트: 더블샷 [서울]                                                              |

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| 1위                                                                                | 2위                                                                                | 3위                                                                                | 4위                                                                                 | 5위                                                                                  |
| 세계 4대 오페라축제, 갈라콘서트: The love                                                      | 세계 4대 오페라축제, 갈라콘서트: The Passion                                                   | 나부코                                                                               | 오페라 콘체르탄테, 피가로의 결혼 & 라보엠 & 박쥐                                                      | 세계 4대 오페라축제, 갈라콘서트: The Hope                                                        |

● 무용

|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| 1위                                                                                  | 2위                                                                                  | 3위                                                                                  | 4위                                                                                   | 5위                                                                                    |
| 안중근, 천국에서의 춤                                                                        | HIP합(힙합)                                                                            | 집속의 집                                                                               | KNB Movement Series 6 & Evening Gala                                                 | 2nd Altimeets                                                                         |

● 국악

|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| 1위                                                                                  | 2위                                                                                  | 3위                                                                                  | 4위                                                                                   | 5위                                                                                    |
| 어쿠스틱양상블 재비의 귀곡산장 [안성]                                                               | 가장무도                                                                                | 짬콘서트: 조선클럽, 서도밴드                                                                    | 제2회 서울피리양상블 정기연주회                                                                    | 정동마루 시리즈, 청춘만발                                                                        |

# 건강한 공연산업 생태계를 위한 씨를 뿌리는

주)아떼오드 송은도 대표

코로나19 상황에서도 제작과 투자를 축소하지 않고 과감히 진행하고 있는 (주)아떼오드. 당장의 수익보다는 향후 공연시장에서 뚝심할 수 있는 IP 개발을 위한 시도를 아낌없이 진행 중이다. 수익성이 보장된 브랜드 작품 제작 쏠림 현상이나 제작 규모 축소 경향을 보이고 있는 공연시장에서 오히려 신작 발굴과 창작 뮤지컬의 확장을 도모하고 있는 송은도 대표를 만나 (주)아떼오드의 운영방침에 대해 들어보았다.

아떼오드는 2019년 창작산실 뮤지컬 <안테모사>를 시작으로 2020년 <또! 오해영>, <아트>에 제작, 투자를 진행하면서 본격적으로 출발하였습니다. (주)아떼오드의 본사는 NHN 주식회사입니다. 파트너사인 티켓링크가 스포츠 부문에서 문화예술 부문으로 확장하려는 시기와 맞물리면서 자연스럽게 탄생하게 되었습니다. 처음 사업을 말할 때 본사에 제안한 게 있습니다. “작품 하나하나의 성과에 일희일비 하면 성과를 낼 수 없다. 씨를 뿌리는 기간이라 믿고 맡겨 주시면 대학로에서 건강하고 좋은 제작 생태계를 만들어 보겠다.”라고요. 아마도 함께하는 임병우 고문, 한경숙 이사가 있어 배포 있는 제안을 할 수 있었던 것 같습니다. 임병우 고문은 영화 제작에 오랜 경험이 있는 분이고, 한경숙 이사는 창작 뮤지컬 제작 경험이 풍부한 분입니다. 이분들과 함께 고민하고 준비하면 가능할 것 같았습니다. 본격적으로 활동하려는 시점부터 코로나19가 발생하여 어려움에 봉착했지만, 이럴수록 원칙을 지켜나가야겠다고 생각했고, 합리적 예산 기획과 투명한 정산, 지속적인 신뢰성을 원칙으로 탄탄한 창작의 근간을 마련했습니다. 한편으로는 어려운 환경이 좋은 콘텐츠를 가진 파트너사와 만나는 계기가 되기도 하였습니다.



송은도(주)아떼오드 대표

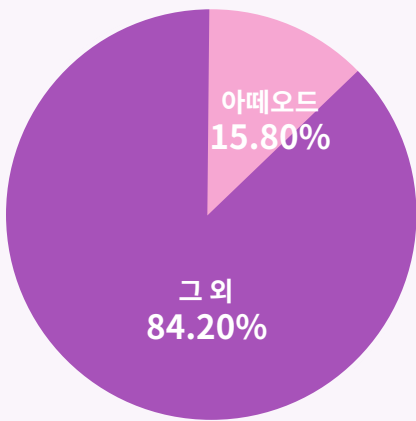
현재 동아방송예술대학교 공연예술학과 교수로 재직 중이며 교원 창업을 통해 2019년에 (주)아떼오드를 설립, 뮤지컬 <또! 오해영>, <개와 고양이의 시간>, <레드북>, 연극 <관부연락선>, 음악극 <테일>을 제작하였다. 창작자들이 보다 나은 환경에서 작품을 개발할 수 있는 생태계 조성을 목표로 하고 있다. 또한 티켓링크와 '클린예매 시스템' 구축 방법에 대해 고민하고 있다.

포토폴리오를 꾸릴 때 수익이 되는 작품이 많으면 좋겠지만 회사의 색깔과 브랜드를 보여줄 수 있는 시대적 요구와 의의를 담은 작품이 포함되는 것도 도움이 된다고 생각했습니다. 뮤지컬 <유진과 유진>, 연극 <관부연락선>은 그런 의미에서 수익을 고려하지 않고 진행한 작품입니다. 대학로에서 여배우들이 상대적으로 설 무대가 줄어들고 있는 현 시점에서 두 작품은 작은 실험이 될 수 있다고 판단했습니다. 앞으로도 회사

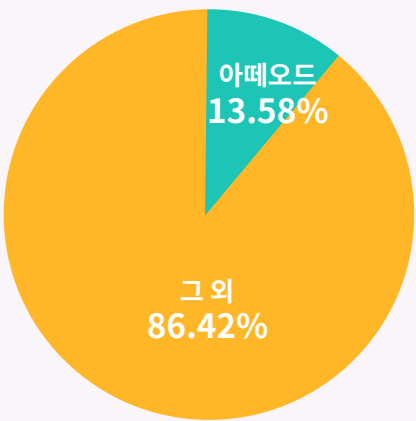
가 추구하는 방향과 같거나 동시대 관객들의 요구나 트렌드를 반영한, 향후 공연시장 레퍼토리 구성에 있어 시도할 가치가 충분하다고 여겨지는 작품이라면 언제든지 제작, 투자에 적극적으로 나설 것입니다.

2019년~2021년 아떼오드 제작 및 투자 작품

|       |    |                                                                                                                                                                                   |
|-------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2019년 | 투자 | 뮤지컬 <안테모사>                                                                                                                                                                        |
| 2020년 | 제작 | 뮤지컬 <또! 오해영>, <개와 고양이의 시간>                                                                                                                                                        |
|       | 투자 | 연극 <아트>                                                                                                                                                                           |
| 2021년 | 제작 | 연극 <관부연락선>, 음악극 <태일>, 뮤지컬 <레드북>, <개와 고양이의 시간>                                                                                                                                     |
|       | 투자 | 연극 <얼음>, <안녕 여름>, <빈센트 리버>, <분장실>, <환상동화>, <카포네 트릴로지><br>뮤지컬 <호프>, <유진과 유진>, <마지막 사건>, <검은 사제들>, <마마 돈크라야>, <트레이스 유>, <메리 셸리>, <스프링 어웨이크닝>, <비틀쥬스>, <광화문연가>, <브로드웨이 42번가>, <썸씽로튼> |



2021년 중소극장 리미티드 연극 중  
아떼오드가 제작, 투자한 작품의 시장 점유율

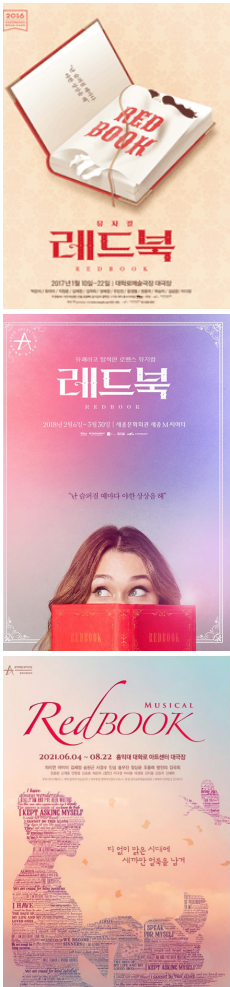


2021년 중소극장 뮤지컬 중  
아떼오드가 제작, 투자한 작품의 시장 점유율

티켓링크 등 파트너사의 관계가 중요한 배경 중 하나인 것 같습니다

티켓링크는 저희와 가족회사입니다. 항상 협업하고, 공연 파트 스태프와는 많은 소통을 나누고 있습니다. NHN은 위즈덤하우스, 코미코, 벅스, 티켓링크 등 콘텐츠 중심의 회사들을 운영하고 있습니다. 그들과 협업을 통해 다양한 IP 개발을 할 수 있을 겁니다. 뮤지컬 <메리 셸리>가 공연 오픈 전 벅스뮤직을 통해 가장 먼저 음원을 공개한 것도 그러한 예입니다. 이러한 기반을 공연시장 확대 기회로 삼고자 합니다. 저희

회사에서 개발하는 창작 뮤지컬도 단계별로 성장시켜 대형 라이선스 뮤지컬 못지않게 만들어보고 싶습니다



2017년, 2018년, 2021년 <레드북> 포스터

대학로를 중심으로 투자, 제작하고 있습니다. 산업적으로 나아가기 위해서 가장 중요하게 생각하는 것이 무엇인가요.

산업적인 관점에서 타깃 관객을 넓히지 않으면 성공하기 힘들다고 봅니다. 새로운 관객층을 발굴할 수 있는 기회라면 과감한 선택이 필요합니다. 소재도 중요합니다. 뮤지컬 <개와 고양이의 시간>을 제작한 이유도 반려동물이라는 소재가 확장성이 있다고 판단했기 때문입니다.

뮤지컬 <레드북>을 통해 창작 뮤지컬 관객의 저변을 확대했습니다.

이전 시즌의 성과를 통해 작품성이 증명된 뮤지컬 <레드북>을 제작하면서 무대, 의상, 조명, 음향 등을 보강했습니다. 이번 홍익대아트센터 대극장에서의 공연은 팬데믹으로 위축된 공연시장에서도 오히려 작품 규모를 확장시켜 성공적인 결과를 얻었습니다. 공연을 올리기 전까지 ‘대극장에서도 과연 그동안의 명성을 이어갈 수 있을까?’, ‘코로나19 시국에 작품 제작 규모를 키우는 게 과연 맞을까?’라는 고민을 수없이 했습니다. 하지만, 그럴수록 관객 타깃 확장을 이뤄내지 못한다면 공연시장은 더 어려워질 것이라는 생각이 들었습니다. 실력 있는 아이돌 출신 배우의 캐스팅 역시 공연 관람에 익숙하지 않은 잠재 관객을 공연장으로 유입시키기 위해 꼭 필요한 시도 중 하나였습니다. 뮤지컬 <레드북>의 완성은 다음 시즌이 될 것입니다. 창작 뮤지컬로서 보다 업그레이드된 모습을 보여드리고 싶습니다.

**<레드북>을 좀 더 규모 있는 작품으로 키우기 위해 어떤 마케팅 활동을 했나요?**

우선 가장 먼저 기존 대극장 관객을 타깃으로 마케팅을 시도했습니다. 대형 라이선스 뮤지컬이 많이 올라가는 블루스퀘어와 샤롯데씨어터에 광고를 집행했습니다. 당시 블루스퀘어에서는 <위키드>와 <드라큘라>가, 샤롯데씨어터에는 <팬텀>이 공연 중이었습니다. 이 작품의 관객들이 미래의 <레드북> 관객이 되어야 한다고 생각했습니다. 그리고 6월 공연 개막 이후 네이버 생중계 온라인 쇼케이스를 진행했고, 좀 더 폭넓은 관객층에게도 노출하기 위해 티켓링크가 보유하고 있는 스포츠 야구전광판에 스폿 광고를 노출했습니다. 보통 마케팅용으로 프로모션 티켓을 불특정 다수에게 제공하는데, 앞선 노력 때문인지 <레드북>의 프로모션 티켓 회수율은 거의 100%에 가까웠습니다.



예매일별 티켓 판매 추이

**아쉽게도 <레드북>은 공연 중 확진자가 나와서 2주간 공연을 중단해야 했습니다.**

**이에 대한 위기 대응은.**

온라인 프레스콜을 진행한 이후 입소문이 빠르게 퍼지면서 공연이 순조롭게 진행되던 중 7월 4일 배우 중 확진자가 발생하면서 16회 공연을 취소해야 했습니다. 이에 대한 대책으로 낮 공연을 5회 추가 오픈해서 최대한 매출 손실을 줄이려고 노력했습니다. 한편, 코로나19 거리두기 지침이 4단계로 상향되면서 가변석 취소 후 재예매 해야 하는 상황이 여러 차례 벌어졌습니다. 가장 중요한 것은 취소한 관객들의 이탈을

을 줄이는 것이라 판단, 가변식으로 취소된 예매자를 대상으로 선 예매권을 부여하고 선 예매 할인을 20% 제공하였습니다.

**앞으로 (주)아떼오드가 계획하는 사업방향과 향후 계획이 기대됩니다.**

좋은 콘텐츠를 보유한 좋은 파트너사와 건강한 공연 생태계를 만들어 가려고 합니다. 지금과 같은 방식이라면 가능할 거라 믿습니다. 무엇보다도 콘텐츠를 발전시키는 것은 관객이라고 생각합니다. 더욱이 대학로는 창작 뮤지컬의 원천이므로, 관객과 함께 작품을 성장시키고 싶습니다. 사업을 시작할 때 대학로에서 시작해야 한다는 생각은 확고했어요. 앞으로 창작 작품의 개발에 더욱 힘을 쓰면서, 대학로 공연을 드라마와 영화로 만들고 다시 이것을 공연화하는 선순환을 통해 더 많은 관객들이 공연과 만나게 하는 게 목표입니다.

# 2020년 공연시장 ‘나홀로 관객’ 추이

공연시장에서 ‘나홀로 관객’은 꾸준히 증가 추세였고, 이미 마케팅의 중요한 고객군이였다. 공연예매 사이트 인터파크의 2005~2018년 예매 빅데이터 분석 결과에 따르면 1인 관객 비중은 2005년 11%에서 2018년 46%로 증가했다. 2018년 ‘나홀로 관객’은 콘서트(58%), 클래식·오페라(43%), 연극(41%), 뮤지컬(39%), 무용·전통예술(38%) 순이었다. 이후, 인터파크 발표에 따르면 유례없는 팬데믹의 장기화로 2020년 공연티켓 판매 금액(콘서트 시장 포함)은 전년 대비 75% 감소된 것으로 나타났다. 사회 전반에서 혼밥족, 혼술족, 혼여족, 혼공족 등 ‘나홀로’가 하나의 트렌드로 자리잡고 있는 지금, ‘위드 코로나 시대’의 공연시장 이해를 위해 나홀로 관객의 움직임에 주목해 보았다.

## 조사 대상

‘인터파크 티켓(ticket.interpark.com)’ 웹사이트를 통해 티켓 구매가 가능한 공연예술 분야 작품들 중 2020년에 공연 상연이 1회 이상 있었던 공연 전수조사

## 조사 장르

공연예술 분야로 인터파크 티켓 웹사이트 상의 분류법에 따라 뮤지컬(내한, 라이선스, 창작, 년버벌<sup>1)</sup>), 연극(리미티드<sup>2)</sup>, 오픈런<sup>3)</sup>), 클래식/오페라, 발레/무용, 국악/전통예술로 한정 (콘서트 제외)

## 용어 설명

- **나홀로 관객수(명)**<sup>4)</sup> 인터파크 티켓 웹사이트를 통해 판매된 예매 1건당 1매 예매된 티켓수의 총합
- **총관객수(명)** 인터파크 티켓 웹사이트를 통해 판매된 티켓수의 총합
- **나홀로 관객 비율(%)** 나홀로 관객수 / 총관객수 × 100

1) 비언어적 상징과 표현, 몸짓과 소리, 음악 등으로 극을 꾸미는 성격의 공연

2) 종료일을 정하고 상연되는 연극

3) 종료일을 별도로 정하지 않고 상연되는 연극

4) 실제 지인들과 관람하였으나 티켓 구매를 따로 한 경우 ‘나홀로 관객수’에 집계됨.

1. 2020년 공연시장 통계, 전체 나홀로 관객 비율은?

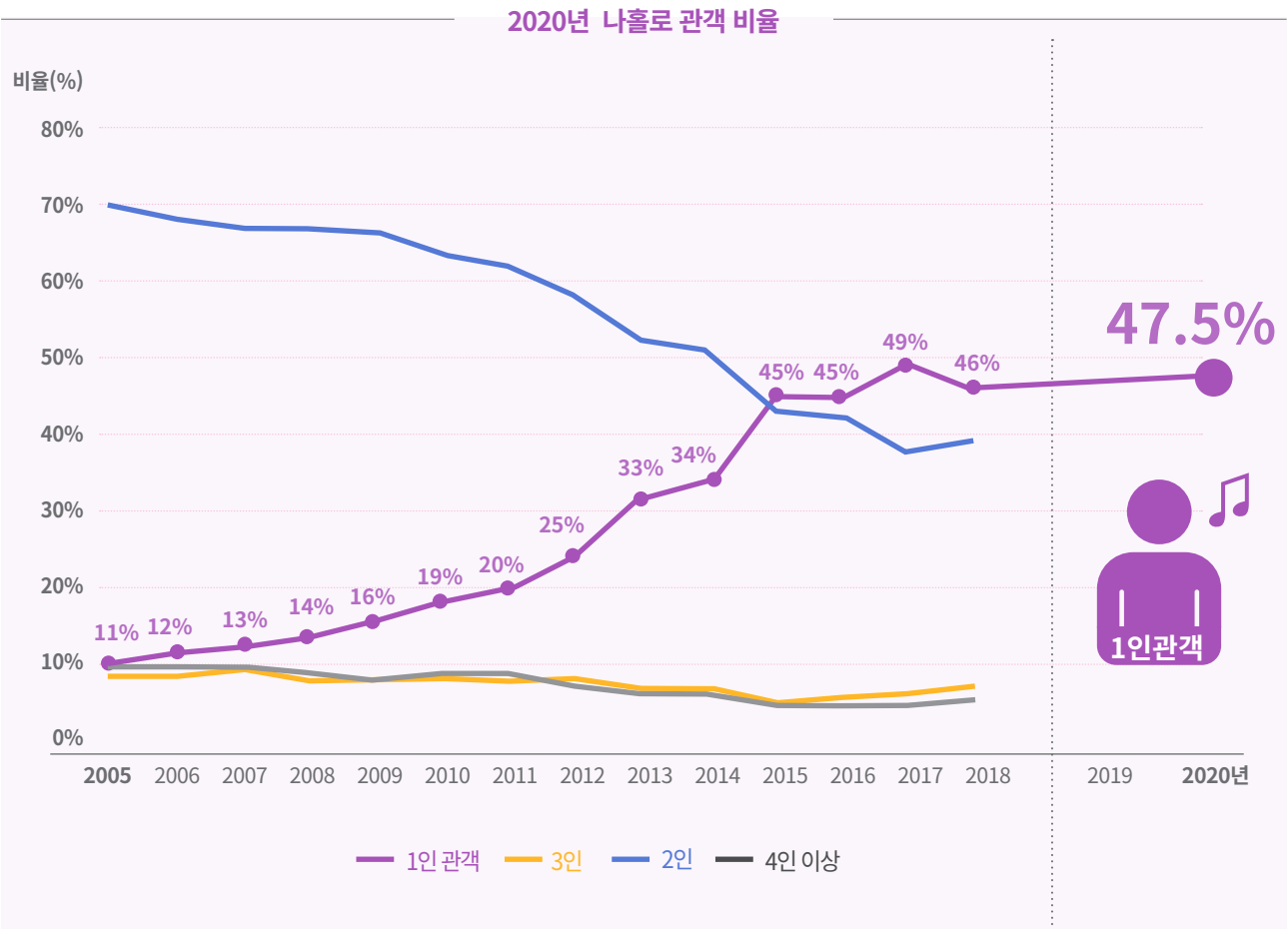
“2020년 나홀로 관객 비율 **47.5%**”

예년 수준과 유사한 비율을 유지. 견고한 공연시장 VIP



| 2020년               |            |
|---------------------|------------|
| 총 작품수 <sup>5)</sup> | 4,154편     |
| 총 관객수               | 1,943,823명 |
| 나홀로 관객수             | 923,208명   |

5) 작품수 4,154편에는 온라인 관람으로 전환된 뮤지컬이 12편, 클래식이 8편, 연극이 2편이 포함되어 있음. 온라인 관람권의 경우 기획사 요청에 따라 대부분 구매 가능 매수를 1인 1매로 제한하였기에 전수 나홀로 관객수로 포함됨



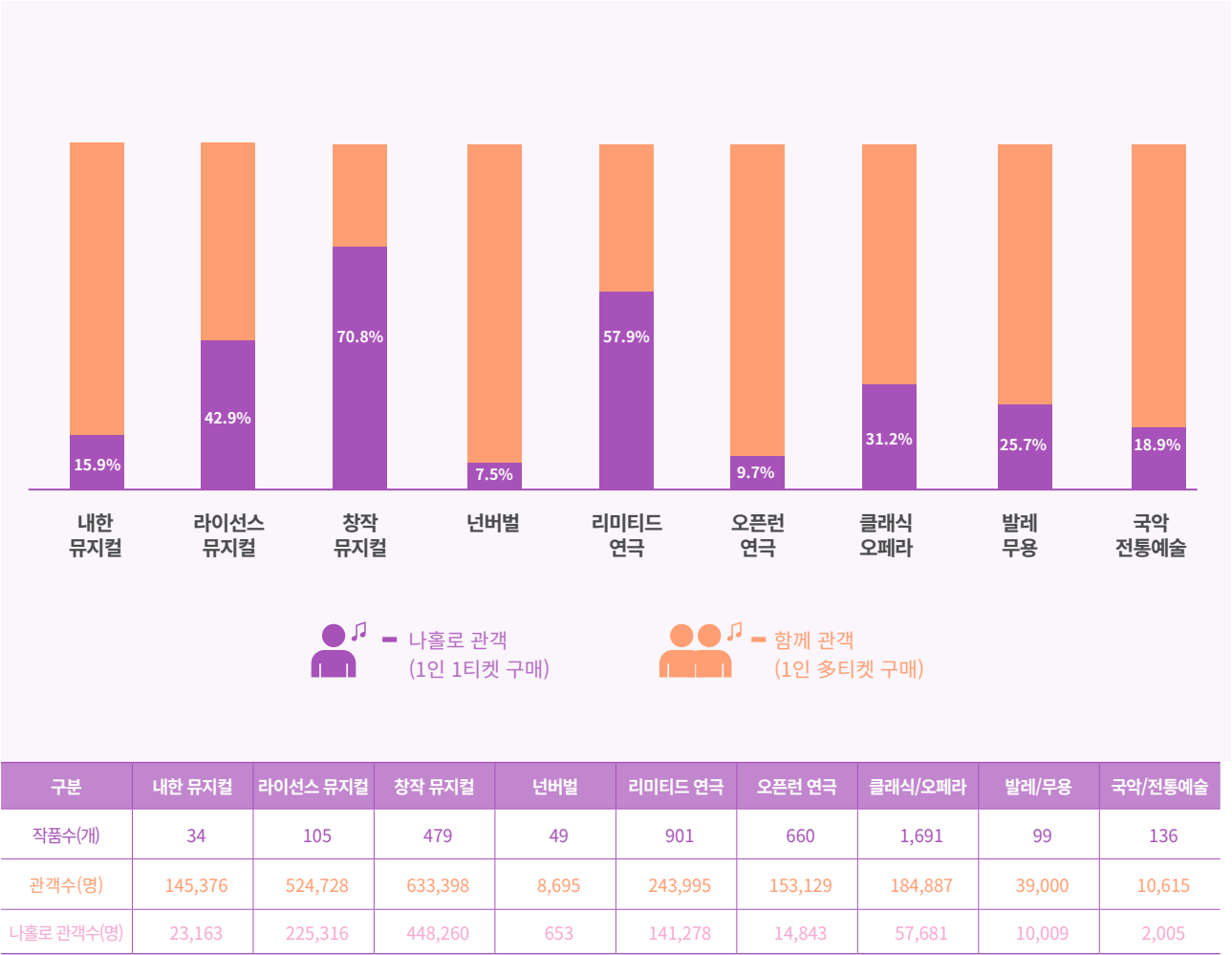
2019년 인터파크 발표 공연시장 연도별 1인 관객 추이(콘서트 장르 포함) (콘서트 장르 제외)

2. 장르별 나홀로 관객 비율은?

“1인 1티켓 구매 비율이 높은 장르:  
창작 뮤지컬 > 리미티드 연극 > 라이선스 뮤지컬”  
위의 순에 따라 가족, 연인, 지인 등 친교 목적보다  
개인 여가 목적의 관람이 많음



- 특히 ‘창작 뮤지컬’은 70.8%, ‘리미티드 연극’은 57.9%로 관객 절반 이상이 나홀로 관객
- ‘넌버벌’은 나홀로 관객 비율이 7.5%로 가장 낮고 그 다음은 ‘오픈런 연극’ 9.7%



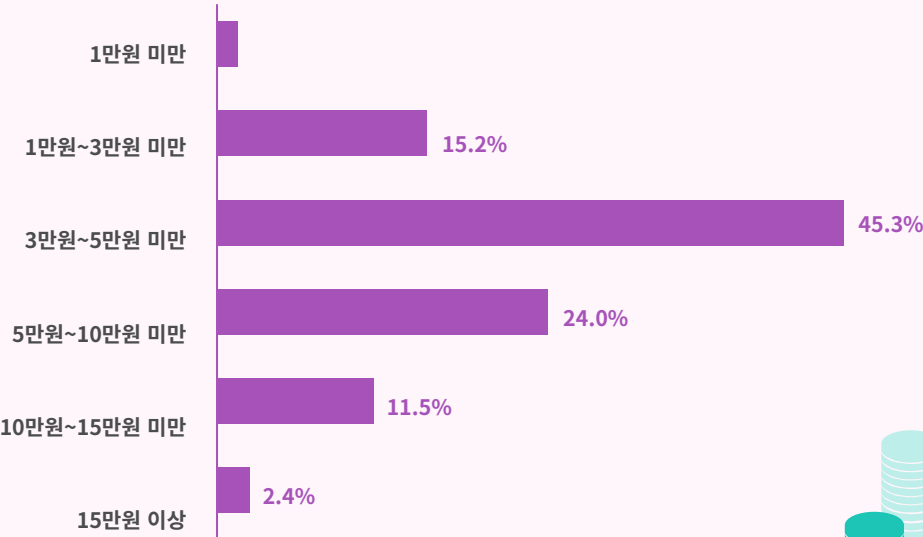
### 3. 티켓구매 가격대별 나홀로 관객 비율은?

“나홀로 관객의 평균 티켓 구매가 57,845원”<sup>6)</sup>



- 전체 나홀로 관객 중 ‘3만원 이상~5만원 미만’ 구매자가 45.3%로 가장 많고, 그다음 ‘5만원 이상~10만원 미만’ 24.0%, ‘1만원 이상~3만원 미만’ 15.2% 순

6) 티켓구매 가격 구간별 중간값에 해당 나홀로 관객수를 곱하여 평균을 산출하는 방식으로 추정함



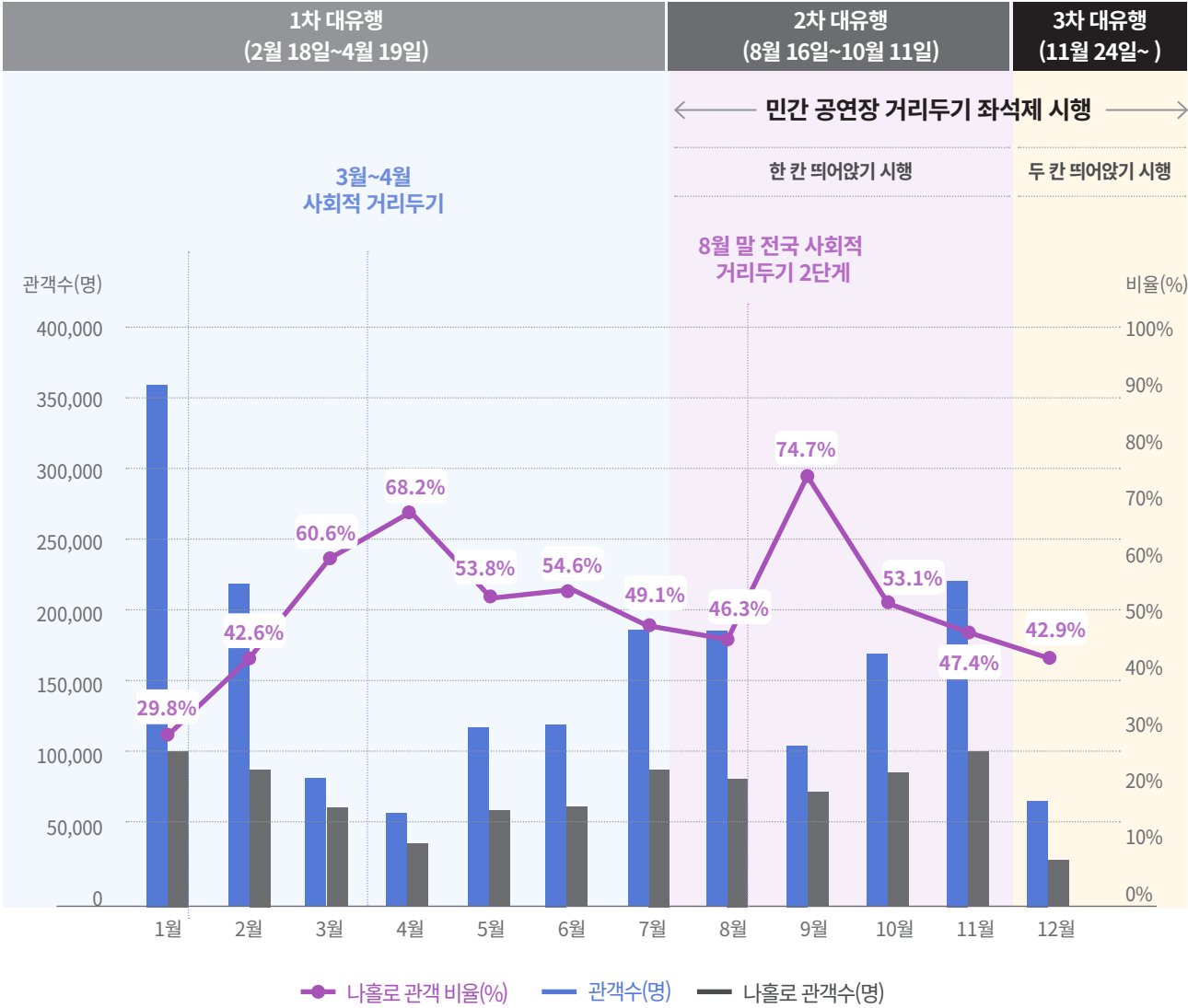
4. 월별 나홀로 관객 비율은?

“2차 대유행이자 민간 공연장 한 칸 띄어앉기가 시행 중인 9월,  
나홀로 관객 비율이 74.7%로 가장 높아”



- 2020년 1월 20일 첫 확진자 이후 1차 대유행 기간(2월 18일~4월 19일)에 전체 관객수는 급감한 것에 반해 나홀로 관객수는 상대적으로 그 비율이 증가, 특히 3월~6월 동안에는 관객 절반 이상이 나홀로 관객(비율이 50% 이상)
- 8월 말부터 시작된 2차 대유행 기간 중에 9월은 전체 관객수 급감에 반해 나홀로 관객수 감소분이 매우 적어 나홀로 관객 비율은 74.7%로 10명 중 7명이 혼공족

코로나19 국내 주요 일지

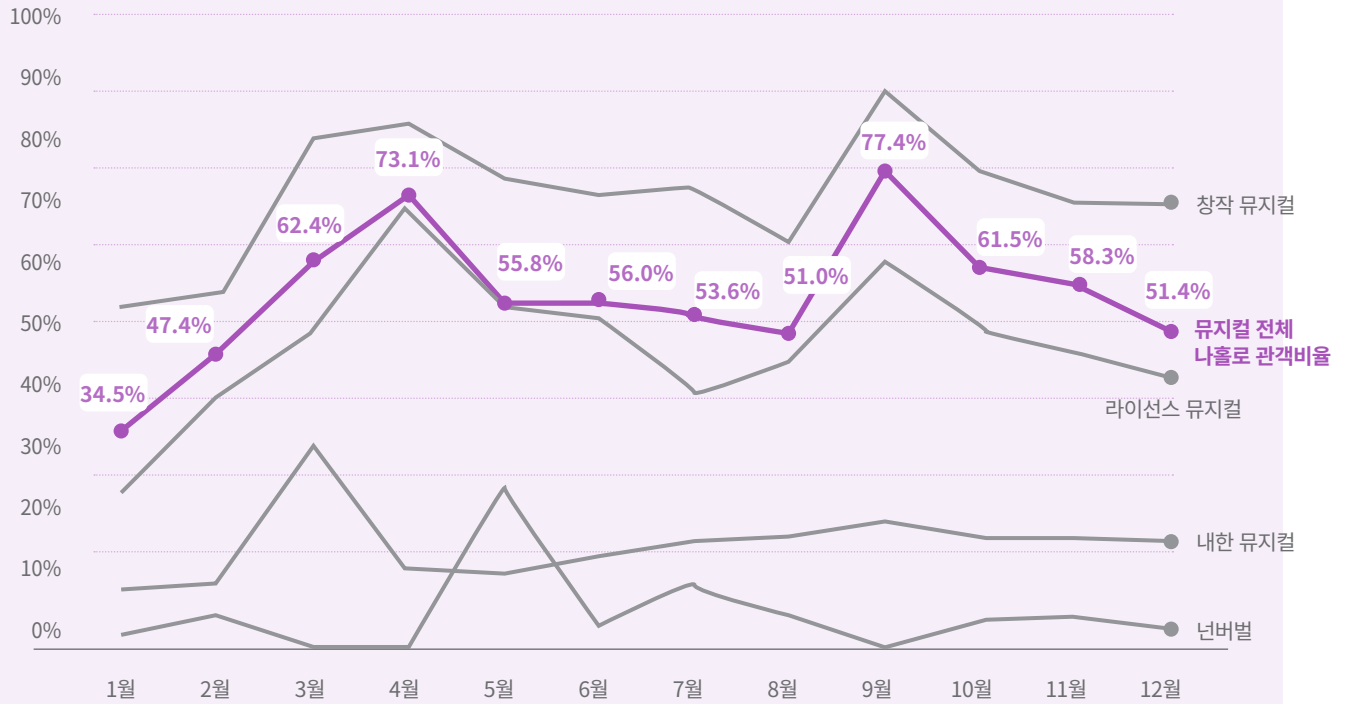


|            | 1월      | 2월      | 3월     | 4월     | 5월      | 6월      | 7월      | 8월      | 9월      | 10월     | 11월     | 12월    |
|------------|---------|---------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 작품수(개)     | 405     | 428     | 125    | 119    | 236     | 302     | 396     | 430     | 202     | 499     | 626     | 386    |
| 관객수(명)     | 363,074 | 224,553 | 83,951 | 63,362 | 123,759 | 125,388 | 192,513 | 191,410 | 101,436 | 173,447 | 227,145 | 73,785 |
| 나홀로 관객수(명) | 108,191 | 95,759  | 50,887 | 43,237 | 66,626  | 68,442  | 94,486  | 88,539  | 75,727  | 92,071  | 107,571 | 31,672 |



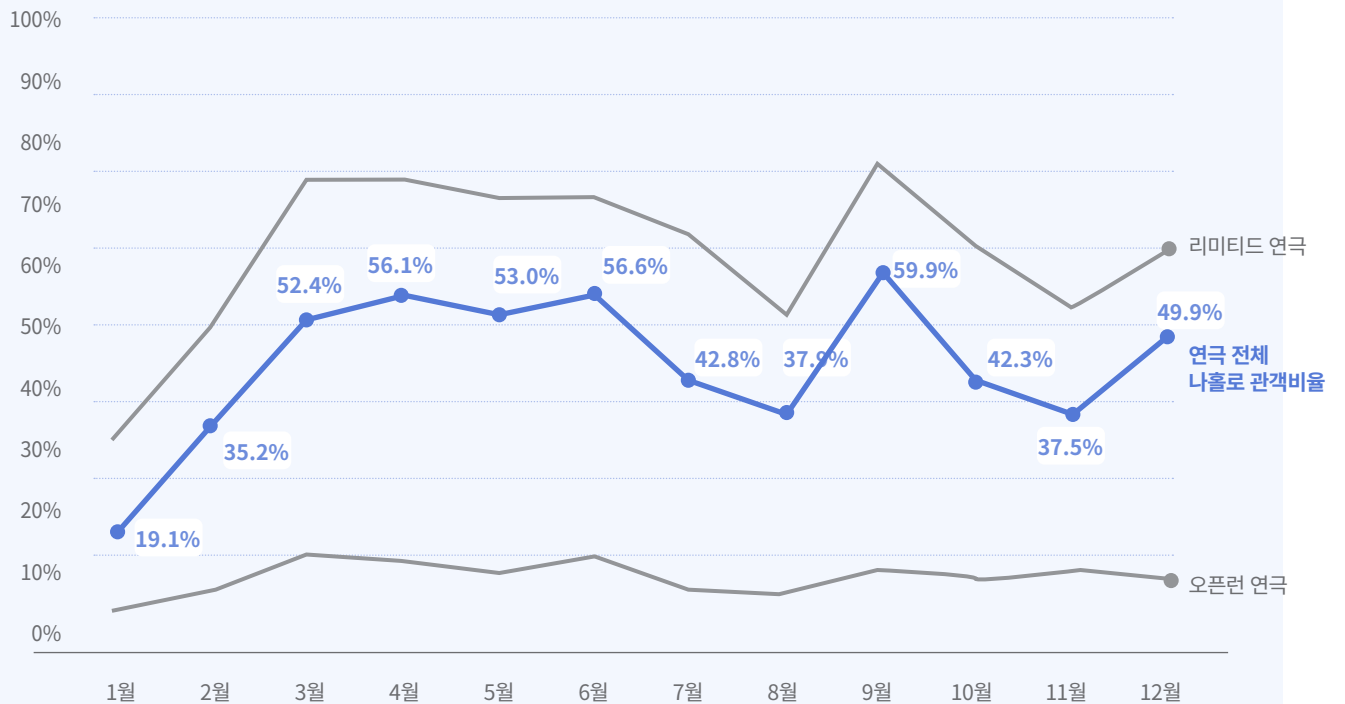
### 뮤지컬 장르의 월별 나홀로 관객 비율

나홀로 관객비율(%)



### 연극 장르의 월별 나홀로 관객 비율

나홀로 관객비율(%)





## 월간 공연전산망 Vol.5 | 2021.09

|      |                                                                                                               |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 발행일  | 2021년 9월                                                                                                      |
| 발행인  | 문영호                                                                                                           |
| 발행처  | (재)예술경영지원센터                                                                                                   |
| 홈페이지 | <a href="http://www.gokams.or.kr">www.gokams.or.kr</a>   <a href="http://www.kopis.or.kr">www.kopis.or.kr</a> |

|      |        |
|------|--------|
| 편집장  | 박병성    |
| 편집인  | 황지은    |
| 책임연구 | 손지현    |
| 디자인  | 디자인 리랩 |