[KOPIS Focus]

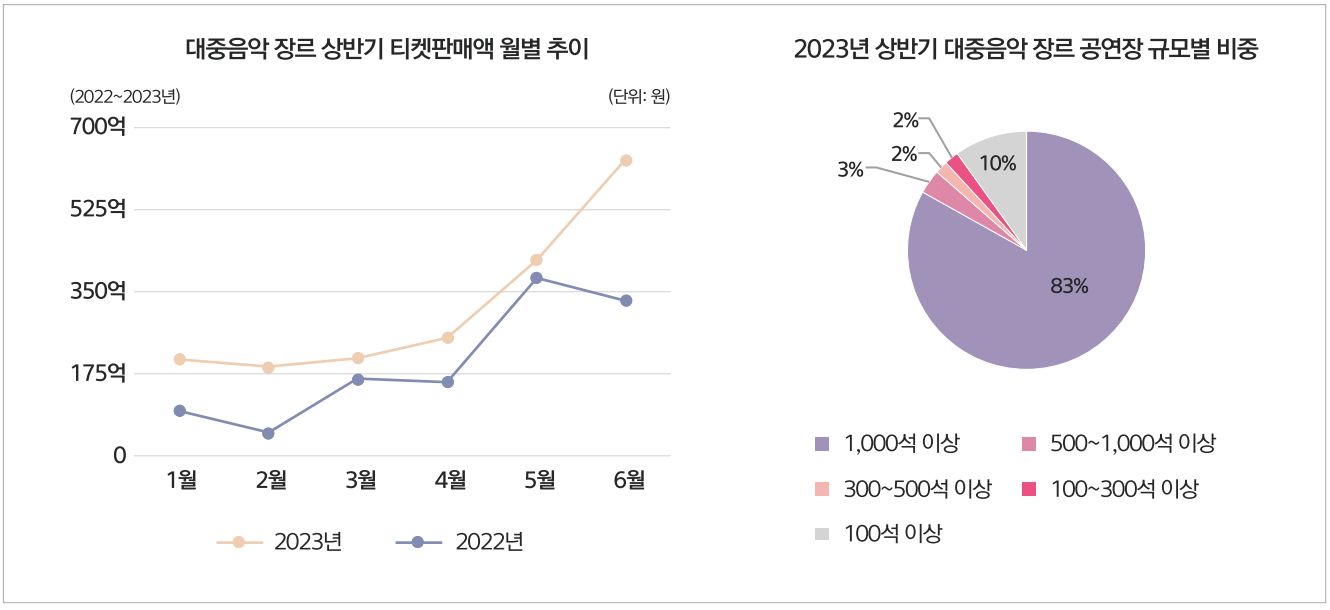
대중음악 장르의 대형공연 흥행 돌풍, 그 이유는?

2023 상반기 공연시장 티켓판매현황 돋보기



일자/장소: 2023년 8월 14일 (재)예술경영지원센터 회의실
참여: 서정민갑 대중음악의견가, 정민재 대중음악평론가, 한국콘텐츠진흥원 미래정책팀 이아름 과장

공연계에서 여름은 비수기로 통한다. 무더위와 장마, 휴가철 등을 이유로 관객 수요가 크게 줄기 때문이다. 이러한 현상은 장르와 상관없이 나타나기에 굵직한 대형공연도 가급적 여름 공연을 삼가는 분위기이다.



그런데 최근 대중음악 장르에서 흥미로운 변화가 발견됐다. 2023년 상반기 티켓판매현황에 따르면, 6월 대형공연을 중심으로 티켓판매액이 크게 증가했다. 그 이유가 무엇일까? 8월 〈월간 공연전산망〉에서는 대중음악 장르에서 대형공연이 미치는 영향을 주제로 대중음악 분야의 전문가 3인과 함께 이야기를 나눠보았다.

상반기를 뜨겁게 달군 대형공연



좌담회 진행을 맡은 서정민갑 대중음악의견가

서정민갑 **올해 여름 대형 공연이 흥행한 이유가 무엇일까?**

먼저, 코로나19 팬데믹 종결이 영향을 미쳤을 것으로 생각한다. 지난해는 오미크론의 대유행으로 모두가 안심할 수 없는 분위기였다면 올해는 실내 마스크 의무가 해제되는 등 활동 제약이 사라졌다는 차이가 있다. 이러한 상황에서 놀고 싶은 대중의 욕구가 본격적으로 터져 나온 것이다. K-pop 아티스트의 세대교체가 이뤄지며 대형공연이 가능한 뮤지션이 여럿 등장한 것도 하나의 요인이라고 생각한다.

이아름 자본의 투입도 무시할 수 없다. 국내 대형 기획사의 주도로 소속 아티스트의 공연 규모를 키워 나가며 전체 K-pop 아티스트의 공연 규모를 키우는 데 일조하고 있다. 대형공연장에서 공연을 진행한다는 것은 그만큼 자본력과 티켓파워를 갖췄다는 의미인데, 코로나 시기 동안 K-pop 아티스트의 온라인 콘텐츠 보급이 활발해지며 인지도 상승에 영향을 미쳤다. 그 결과, 아티스트의 티켓파워 성장에 긍정적인 영향을 미친 게 아닐까 추측된다.

정민재 공연 환경이 좋아진 것도 이유이다. 음향, 설비, 인력 구성 등 기술적인 면에서 해외와 비교해도 손색이 없을 만큼 국내 공연 산업의 분위기가 성숙되고 있다. 공연 시장도 공연에 대한 수요도 예전보다 커졌는데 이를 감당할 수 있는 환경과 인력이 갖춰지며 성장을 가속하고 있다.

서정민갑 **타 장르에 비해 여름휴가라는 변수에도 대중음악 장르에 관객 수요가 몰리는 까닭은 무엇일까?**

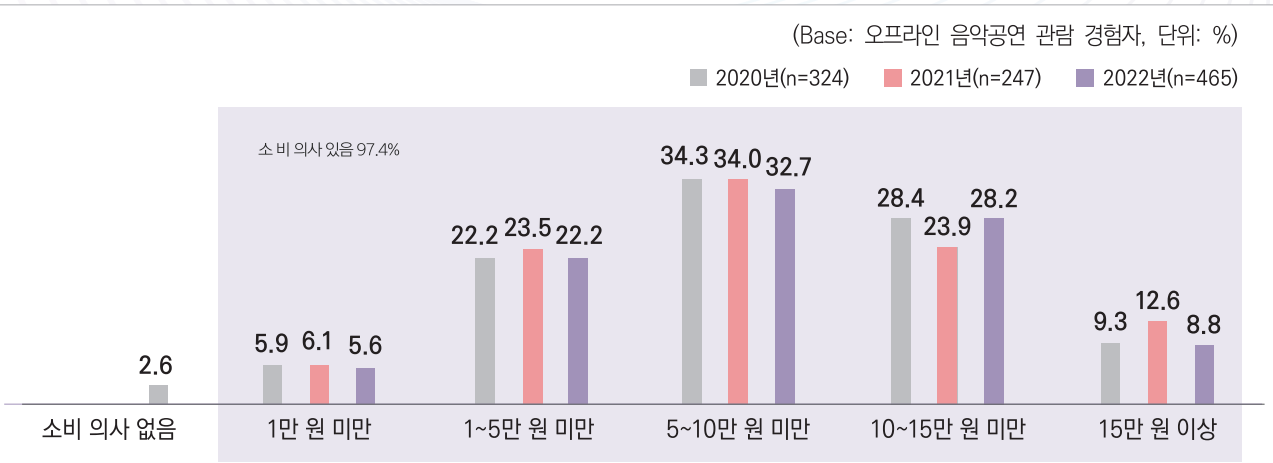
정민재 희소성이라고 생각한다. 대극장 뮤지컬의 경우, 최소 3~4개월 동안 공연을 진행하므로 관객 입장에선 언제든지 공연을 볼 수 있다. 따라서 여름휴가 계획이나 날씨의 영향을 받을 수밖에 없는 반면, 대중음악 콘서트는 3일 이내로 공연 일자가 짧다. 이 기간을 놓치면 공연을 볼 수 없으므로 관객 수요가 몰릴 수밖에 없다. 더불어 연령과 취향에 따라 즐길 수 있는 공연 콘텐츠가 다양해진 것도 이유이다. 대중음악의 다양성 측면에서 최근 수요가 급증한 트로트가 대표적이다. 기존의 트로트 공연도 꾸준한 수요가 있었으나, 가수 풀(pool)이 한정적이고 레퍼토리가 새롭지 않았다. 코로나 시기, TV 오디션 프로그램을 계기로 트로트 붐이 일며 신규 가수가 많이 유입됐고, '미스터트롯 전국투어'와 같이 프로그램 출연 가수들이 지방을 돌며 수요를 끌어 당겼다.

서정민갑 정민재 평론가님의 의견에 동의한다. 아동극단을 제외하고 지방 소도시까지 찾아오는 아티스트는 트로트 가수가 유일하다. 트로트의 주 타깃층인 기성세대는 공연의 구매력이 높은 편이다. 트로트 가수들이 지역 행사 대신 전국 투어를 돌며 기성세대의 지갑을 열었고 이점이 시장 규모를 넓히는 데 큰 역할을 하지 않았을까 생각한다.

이아름 비용도 하나의 요인이라고 생각한다. '2022 음악 산업백서'에서 오프라인 음악 공연의 1회당 소비 가능 금액을 조사한 결과, 5~10만 원 미만이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며 그다음으로 10~15만 원 미만이 차지했다. 이를 넓게 해석하면 공연을 볼 사람은 최대 15만 원까지 지갑을 열 수 있다는 의미이다. 관객은 단가 대비 만족스러운 공연을 선택할 확률이 높다. 몰입감과 현장감 면에서 만족스러운 경험을 제공하는 대형공연에 관객 수요가 몰리는 이유라고 생각한다.

오프라인 음악공연 1회당 소비 가능 금액

(Base: 오프라인 음악공연 관람 경험자, 단위: %)



주) 2022년 "소비 의사 없음" 척도 추가되었으므로 결과 해석 시 유의가 필요함(2020년, 2021년 Base는 오프라인 음악공연 유료 이용 경험자임.).

출처: 한국콘텐츠진흥원 〈2022 음악 산업백서〉



정민재 대중음악평론가

경험의 놀이터가 된 대형공연

서정민갑 여기서 짚어볼 것은 젊은 세대이다.
기성세대보다 구매력이 낮다고 생각했던 2030 세대가
대형공연에 돈을 지불하는 이유가 무엇일까?

이아름 젊은 세대는 '경험'을 중시한다. 해당 장소에서만 느낄 수 있는 분위기, 쾌감을 중요하게 여기며 경험을 전시한다. 그 원동력은 SNS이다. 또한 공연을 한 번도 보지 않은 사람이 공연장을 찾는 건 어렵지만, 그 반대의 경우는 쉽다. 한국콘텐츠진흥원에서는 해마다 유료 공연 관람 경험을 조사하고 있는데 유료 공연을 봤다고 응답한 사람이 점차 늘고 있다.

정민재 소셜미디어 플랫폼의 확대 및 활성화로 국내와 해외 간 시차가 사라지며 해외 아티스트의 인기가 국내에서도 실시간 반영되고 있다. 그런데 정상급 해외 아티스트는 아시아 투어를 미온적으로 생각하기 때문에 내한 공연 성사가 어렵다. 따라서 해외 아티스트의 공연은 희소성을 가지게 되고 바로 이점이 젊은 세대에게 어필된 측면이 있다.

서정민갑 국내와 비교하여 해외 대중음악 공연 시장의 상황은 어떠한가?

정민재 해외 상황도 국내와 별반 다르지 않다. 지난 3월부터 투어를 진행하고 있는 테일러 스위프트의 경우, 매 회차가 매진될 만큼 인기다. 이에 투어 티켓을 구해 청혼하거나 길거리에서 깜짝 데이트 신청을 하는 영상이 유튜브상에서 화제가 되기도 했다. 또한 아레나급(1만~2만석)와 스타디움급(7만석 이상) 투어를 섞어 진행하던 해외 아티스트들이 올해부터 올 스타디움 투어를 진행하고 있다. 그 결과, 역대 투어 매출이 매번 갱신되고 있다.

대형공연, 앞으로의 전망

서정민갑 그렇다면 앞으로 대형공연이 대중음악 시장에 어떤 영향을 미치게 될까?

정민재 '워터밤'이나 '싸이 흠뻑쇼'처럼 브랜드화된 공연이 더 나타날 것이라고 본다. 개인적으로 좋은 현상이라고 생각한다. SNS를 통해 화제가 된 공연을 보기 위해 10명의 사람이 모인다고 치자. 그중 한두 명만이라도 공연을 보고 팬이 된다면 엄청난 성과이다.

서정민갑 정민재 평론가님의 의견에 동의한다. 그 과정에서 공연을 볼 사람과 아닌 사람으로 분리되겠지만, 공연 관람 경험이 생겼다는 것만으로도 의의가 있다고 본다. 공연을 소비하는 방식이 달라진 만큼, 전과 다른 기획과 콘셉트의 공연이 등장할 것으로 기대된다. 확실한 것은 코로나 이전의 콘텐츠를 반복하는 방식은 아닐 것 같다.

이아름 내한 공연도 성장할 여지가 충분하다. 우리나라에는 대중음악 공연을 전문으로 하는 아레나급 이상의 공연장이 없다. 실제로 공연장이 없어서 미팅까지 하고도 내한을 오지 못한 해외 아티스트도 있다. 현재 서울과 영종도 등에 아레나급 공연장이 지어지고 있는 만큼, 추가 성장 가능성이 확인되었다고 봐도 좋을 것 같다.