



박병성 공연칼럼니스트(좌장)



김종현 성신여자대학교 교수



김일송 이안재 대표

일시 및 장소 : 2024년 9월 27일 아트코리아랩 7층 회의실

2024년 상반기 연극과 뮤지컬 공연시장은 지난해와 비교한다면 연극 시장은 규모가 커졌지만, 뮤지컬 시장은 소폭 감소한 것으로 나타난다. 연극의 티켓판매액은 늘었지만 티켓예매수는 줄었다.

2024년 상반기 장르별 공연실적 및 전년 동기 대비 증감률

구분	공연건수		공연회차		티켓예매수		유료 티켓예매 비중		티켓판매액	
	(건)	전년 대비 증감률	(회)	전년 대비 증감률	(천 매)	전년 대비 증감률	비중 (%)	전년 대비 증감률	(억 원)	전년 대비 증감률
전체	9,168	▲7.2%	57,081	▲8.8%	9,768	▲9.7%	84.1%	▲1.5%	6,288	▲24.9%
연극	1,166	▲8.8%	23,841	▲5.5%	1,303	▼1.5%	87.7%	▲3.4%	337	▲1.5%
뮤지컬	1,467	▼4.6%	19,567	▲7.4%	3,741	▼3.4%	86.8%	▼0.1%	2,189	▼3.3%

1 2024년 상반기 연극시장

2023~2024년 상반기 '연극' 장르 공연 실적 현황

연도별	2024년	2023년
공연건수(건)	1,166	1,072
공연회차(회)	23,841	22,589
티켓예매수(천 매)	1,303	1,323
티켓판매액(억 원)	337	332

김일송

2024년 상반기 연극 시장의 특징은 오픈런 작품의 성적이 둔화된 것이다. 박리다매로 상시 공연하던 오픈런 공연 여러 편이 판매 순위 상위권에 위치했는데 올해는 상위 20위에 드는 작품이 줄어들었다. 티켓예매수 기준 2023년도 상위 20위 안의 오픈런 작품이 60%였지만, 올해는 50%로 줄었다. 전도연과 박해수가 출연한 사이먼 스톤의 '벚꽃동산', 엄기준, 이필모, 박호산, 성훈이 출연한 '아트', 신구, 박근형 등이 출연한 '고도를 기다리며'가 티켓판매액 상위권에 위치했다. 오픈런 공연을 보는 관객과 스타 출연 연극을 보는 관객층이 많이 겹친다고 볼 수 있는데 오픈런 공연의 기회비용이 줄어들면서 지난해에 비해 관객수나 판매액이 줄어들었다.

'연극' 장르 2023~2024년 상반기 티켓예매수 TOP 20

TOP 20	2024년 상반기 티켓예매수 TOP 20	2023년 상반기 티켓예매수 TOP 20
1	옥탑방 고양이 [대학로]	옥탑방 고양이 [대학로]
2	한뼘사이 [라인아트홀]	세익스피어 인 러브
3	쉬어매드니스 [대학로]	쉬어매드니스 [대학로]
4	사이먼스톤 연출, 벚꽃동산	파우스트
5	죽여주는 이야기	한뼘사이 [라인아트홀]
6	알앤제이(R&J)	연극라면
7	연극 아트 [대학로]	행오버
8	연극라면	아마테우스
9	행오버	늘근도독이야기
10	늘근도독이야기	수상한 흥신소 [대학로]
11	고도를 기다리며	오편스(Orphans)
12	헤르츠클란 [대학로]	극적인 하룻밤
13	살아있는 자를 수선하기	운빨로맨스 [컬처씨어터]
14	클로저	나쁜자석 (OUR BAD MAGNET)
15	핫식스	시간을 파는 상점
16	엘리펀트 송 [대학로]	갈매기
17	거미여인의 키스 [대학로]	오백에 삼십 [세우아트센터]
18	시간을 파는 상점	분장실
19	스위치 [아스가르드 씨어터]	스위치 [아스가르드 씨어터]
20	엠. 버터플라이	핫식스

*오픈런 공연은 파란색 표기

박병성

올해 상반기 연극 시장을 수치로만 본다면 공연건수(▲8.8%), 공연회차(▲5.5%), 티켓판매액(▲1.5%) 성장했는데 티켓예매수(▼1.5%)는 줄었다. 공연도 많고 총 공연회수도 많고 티켓판매액도

늘었는데 관객수(티켓예매)가 줄어든 셈이다. 공연건수와 공연횟수가 늘어났음에도 관객이 줄었다는 건 시장 상황이 좋지 않다는 의미이다. 그럼에도 관객수에 영향을 받는 티켓판매액은 상대적으로 늘었다. 이는 앞서 말한 대로 고가의 스타 캐스팅 연극으로 인해 평균 객단가가 늘었기 때문이다. 연극 시장이 성장했다고는 하지만 내부를 들여다보면 빈익빈 부익부가 가중된 상황이라고 볼 수 있다.

김종헌 단기적으로 보면 그렇게 이해할 수도 있지만 길게 본다면 조정 국면에 들어갔다고 봐야 할 것이다. 코로나19로 시장이 위축되었다가 지난 1~2년 사이에 연극 시장이 크게 성장했다. 주식에서도 큰 폭 상승이 있으면 조정 국면이 있기 마련이다. 올해 상반기 연극 시장을 크게 걱정할 정도라기보다는 급격한 상승에 따른 조정 국면으로 봐야 할 것 같다.

2023~2024년 상반기 '연극' 장르 전국 지역별 '티켓예매수/티켓판매액' 현황

구분	2024년				2023년			
	티켓예매수 (매)	티켓예매수 전체대비 비중	티켓판매액 (백만 원)	티켓판매액 전체대비 비중	티켓예매수 (매)	티켓예매수 전체대비 비중	티켓판매액 (백만 원)	티켓판매액 전체대비 비중
합계	1,303,302	100.0%	33,703	100.0%	1,323,446	100.0%	33,205	100.0%
서울시	1,015,951	78.0%	27,095	80.4%	1,067,682	80.7%	27,290	82.2%
경기도	71,119	5.5%	1,507	4.5%	46,996	3.6%	689	2.1%
인천시	5,429	0.4%	82	0.2%	13,578	1.0%	312	0.9%
강원도	9,338	0.7%	225	0.7%	6,935	0.5%	172	0.5%
대전시	27,594	2.1%	601	1.8%	20,154	1.5%	432	1.3%
세종시	2,995	0.2%	73	0.2%	5,321	0.4%	345	1.0%
충청북도	6,716	0.5%	231	0.7%	1,973	0.1%	26	0.1%
충청남도	7,819	0.6%	264	0.8%	9,997	0.8%	99	0.3%
부산시	36,981	2.8%	879	2.6%	30,304	2.3%	671	2.0%
대구시	48,465	3.7%	1,123	3.3%	41,683	3.1%	990	3.0%
울산시	12,557	1.0%	201	0.6%	14,232	1.1%	363	1.1%
경상북도	9,902	0.8%	130	0.4%	15,621	1.2%	382	1.2%
경상남도	14,083	1.1%	313	0.9%	15,801	1.2%	494	1.5%
광주시	14,014	1.1%	305	0.9%	16,552	1.3%	331	1.0%
전라북도	7,214	0.6%	165	0.5%	6,364	0.5%	118	0.4%
전라남도	3,125	0.2%	110	0.3%	1,470	0.1%	6	0.0%
제주도	10,000	0.8%	399	1.2%	8,783	0.7%	485	1.5%

김일송 KOPIS 자료를 보면 2023년 서울 지역의 티켓예매수 비중이 81%였지만 올해는 77%로 낮아졌다. 수치적으로는 서울 집중 현상이 완화된 것 같지만 지역에서 체감하는 것은 차이가 난다. 경인일보에

지역 예술가들의 인터뷰를 통해 현황을 이야기하는 기사에 의하면 지역 연극 시장이 크게 감소했다고 한다. 특히 올해 지역 문화재단의 예산이 크게 삭감된 것도 영향이 있을 것 같다. 지난해 지역 상주단체 예산이 반으로 삭감되었다는 이야기를 들었는데 올해 그것이 반영된 것 같다.

김종헌 지역 소비자가 체감하는 시장과 지역 창작자가 체감하는 시장은 다르다. 지역 시장 역시 서울 작품이 내려가서 공연되다 보니 지역 창작자 입장에서는 상대적 박탈감을 느낄 수 있다.

2 2024년 상반기 뮤지컬 시장

2023~2024년 상반기 '뮤지컬' 장르 공연 실적 현황

연도별	2024년	2023년
공연건수(건)	1,467	1,537
공연회차(회)	19,567	18,217
티켓예매수(천 매)	3,741	3,873
티켓판매액(억 원)	2,189	2,262

박병성 2024년 상반기 뮤지컬 시장을 지난해와 비교하면 공연건수(▼4.6%), 티켓예매수(▼3.4%), 티켓판매액(▼3.3%) 모두 줄었는데, 공연회차(▲7.4%)만 늘었다

김종헌 공연장 수가 제한되어 있으니 공연건수는 줄었는데 공연회차가 증가한 것은 장기공연이 늘어났음을 의미한다. 한 공연의 상연횟수가 늘어난 만큼 다른 작품의 대관 기회가 줄어들 수밖에 없다. 이는 자연스러운 현상이다. 다만 티켓을 판매할 기회가 많아졌음에도 관람객이나 티켓판매액이 줄어든 것은 주의 깊게 봐야 한다. 대학로에서 회전문 관객도 예전만큼은 보지 않는다고 한다. 뮤지컬 관람이 물가상승이나 경기 침체, OTT를 포함 스포츠나 다른 엔터테인먼트의 상승으로 뮤지컬이 후순위로 밀리지 않았을까 추측한다.

박병성 지난해에 비해 한 작품 당 공연횟수가 늘어났기 때문에 전체 공연건수가 줄어들었다는 것은 당연할 수 있다. 그렇다면 티켓예매수나 티켓판매액도 증가해야 하는데 오히려 감소했다. 지난해에 비해 시장 상황이 악화되었다고 볼 수 있다. 공연의 1회 제작비가 크게 차이가 나지 않을 텐데 1회당 관객수와 티켓판매액이 크게 떨어졌다는 것을 의미한다. 제작사에게는 큰 부담일 것이다. 한 작품당 공연횟수가 늘어난 이유를 추정해 본다면, 하나는 공연 시장이 희망적일 때 공연횟수를 늘리는 것이고, 다른 하나는 공연 제작비가 높아져서 BEP가

높아질 때 이를 낮추는 수단으로 공연횟수를 늘리기도 한다. 어쨌든 수익이 날 수 있는 기획을 해야 투자를 받을 수도 있으니. 지금은 제작비 상승으로 공연횟수를 늘렸지만 그만큼 관객이나 티켓판매액이 들어오지 않은 상황으로 봐야 한다. 물론 이는 사상 최고치를 기록한 지난해(2023년) 시장에 비교해서 나온 수치라는 것을 감안할 필요가 있다.

김일송 지난해 뮤지컬 시장을 상승시킨 작품들은 각 제작사의 뮤지컬 효자 상품들, 스테디셀러가 총출동했기 때문이다. 올해도 판매액 상위권을 보면 1~3위가 ‘레미제라블’, ‘노트르담 드 파리’, ‘헤드윅’이고 4위에 신작 ‘디어 에반 헨슨’이 올랐다. 여전히 신작보다는 과거의 히트작이 주도하고 있다. 지난해에 이어 올해도 대형 신작이 별로 눈에 띄지 않는다.

‘뮤지컬’ 장르 2023~2024년 상반기 티켓판매액 TOP 20

TOP 20	2024년 상반기 티켓판매액 TOP 20	2023년 상반기 티켓판매액 TOP 20
1	레미제라블 [블루스퀘어]	베토벤: Beethoven Secret
2	노트르담 드 파리	오페라의 유령 [부산]
3	헤드윅	물랑루즈!
4	디어 에반 헨슨 (Dear Evan Hansen)	데스노트
5	드라큘라	캣츠 오리지널 내한 [서울]
6	10주년 기념공연, 레베카 [서울(영콜)]	맘미미!
7	몬테크리스토	영웅
8	마리 앙투아네트	스위니토드
9	그레이트 코멧	영웅 [서울 용산]
10	프랑켄슈타인	베토벤: Beethoven Secret SEASON 2
11	스쿨 오브 락 월드투어 [서울]	마틸다
12	오페라의 유령 [대구]	시카고
13	15주년 기념공연, 영웅	레드북
14	일 테노레 [블루스퀘어]	웨스트 사이드 스토리
15	일 테노레	식스 더 뮤지컬 (한국어)
16	시카고 [서울]	이프덴
17	푸에르타부르타 웨이라 인 서울	캣츠 오리지널 내한 [부산]
18	렌트 [코엑스]	여신님이 보고 계셔 10th Anniversary
19	파과: 몽그러진 과일	모차르트!
20	레미제라블 [대구]	빨래

김종헌 2023년 상반기에는 티켓판매액 10위권 안에 신작은 ‘베토벤’(1위), ‘물랑루즈’(3위) 두 편이 상위권에 있었는데 올해에는 ‘디어 에반 헨슨’(4위)밖에 없다. 철저히 초연 작품이 외면받았고

창작뮤지컬이 전혀 힘을 발휘하지 못했다. 반면 2023년 티켓예매수 20위 안에 어린이 공연인 '장수탕 선녀님'이 있었는데 무척 반가웠다. 어린이 가족 뮤지컬 시장의 확장이 공연시장 활성화에 도움이 될 것이라고 믿는다. 뮤지컬 <영웅>이 15주년 기념 공연으로 세종문화회관에서 했다. 초등학생 관람객이 굉장히 늘었다고 들었다. 국가의 영웅인 안중근 열사에 대한 이야기이다 보니까 교육적인 목적에서 초등학생들을 보여주는 것 같다.

3 2024년 연극, 뮤지컬계 중요 이슈

김일송 예전에도 그래왔지만, 빈익빈 부익부가 심화하였다는 느낌이 든다. 관객이 10명 이내였던 작품도 있었고, 반면에 '벚꽃동산'처럼 대극장에서 장기 공연하는 연극이 흥행하는 경우도 늘었다. 최근 연예인들이 연극에 많이 출연하다 보니 티켓 가격이 높아지고 예전에 10번 보던 것을 7번 보게 되는 것 같다.

김종헌 쓸림 현상은 뮤지컬도 마찬가지다. 업계 관계자의 이야기를 들으면 늘 쓸림 현상은 있어 왔지만 올해는 소위 '대박'을 치는 공연 수가 줄었다고 한다. 빈익빈 부익부는 늘 그래왔지만 이제 잘 되는 작품들도 예전과 같은 성공의 정도가 줄어들었다는 의미다. 마니아들도 반복 관람 횟수가 줄어들었다.

박병성 올해 대박 작품이 줄었다는 것은 수치로도 확인되는데, 지난해 뮤지컬 장르 상위 10개 작품이 차지하는 티켓판매액은 45.5%였다. 올해는 공연건수가 줄었음에도 뮤지컬 장르 상위 10개 작품이 차지하는 티켓판매액이 39.3%로 줄었다. 그만큼 대박이 난 작품이 적었다는 의미다. 외형적인 티켓 가격 자체는 크게 오르지 않았지만, 마니아들이 실감하는 티켓 가격에는 차이를 느끼는 것 같다. 할인율을 줄이거나 없애다 보니 결국 마니아들이 지불할 수 있는 구매력으로 볼 수 있는 작품의 수가 적어졌다. 그래서 예전에 마니아들은 본인(자신이 제일 좋아하는 배우) 작품 이외에도 관련된 캐스트 공연을 보았다면 이제는 본인 위주로만 보게 된다고 하더라.

김종헌 올해 잘 되는 뮤지컬의 경향을 보면 릴스의 영향이 크다. '시카고'의 최재림 복화술은 지난 시즌에도 인기가 있었지만 올해 더욱 인기가 높아졌다. 젊은 세대는 디지털 콘텐츠가 익숙하기 때문에 아날로그 콘텐츠인 공연이 디지털 콘텐츠의 플랫폼을 어떻게 활용할 것이냐가 중요해졌다. '난쟁이들'이나 '웨스턴 스토리'도 릴스가 성공하면서 티켓 매출에 크게 기여했다.

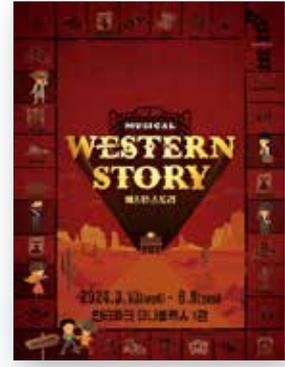
박병성 릴스의 경우 홍보팀도 의도하고 올렸다가보다는 늘 하던 방식을 해왔는데 의도치 않게 반응이 나왔다고 한다. 유튜브의 알고리즘이 어떻게 작동하는지 모르기 때문에 운이 크게 작용한다고 말하더라. 그런데 이제 점점 뮤지컬이나 공연 콘텐츠의 영상이 SNS상에서 화제가 되다 보니 점점 더 이러한 영상 제작이 늘어나고 유튜브 알고리즘에도 더 잘 걸리는 것 같다.



출처: 디큐브아트센터 홈페이지



출처: 플러스씨어터 홈페이지



출처: 인터파크 티켓 홈페이지

김종헌 EMK뮤지컬컴퍼니에서 대형 창작뮤지컬을 꾸준히 제작해 왔다. 올해도 ‘베르사유의 장미’를 선보였다. ‘레미제라블’이나 ‘마리 앙투아네트’, ‘몬테크리스토’ 등 다 프랑스 혁명기를 배경으로 한다. 같은 시대이다 보니 아무리 의상을 다르게 하고, 다른 관점에서 이야기를 전개하더라도 신선함이 떨어진다. 이제는 이 시대에 대한 피로감이 있는 것 같다.

박병성 반면, ‘마리 퀴리’는 웨스트엔드에서 장기공연을 시도하고 하반기에는 ‘어쩌면 해피엔딩’이 브로드웨이에서 오른다. 아시아권을 넘어 영미권 시장 진출이라는 측면에서 의미가 있는 한해였다.

김종헌 신춘수 프로듀서가 프로듀싱한 ‘위대한 개츠비’ 역시 브로드웨이에서 원밀리언 달러 클럽에 들어가는 등 선전하고 있다. 뮤지컬 앨범이 빌보드 차트 1위를 했다. 한국인 리드 프로듀서로 참여한 작품이 서구에서 큰 성과를 내고 있는 것이다. 이를 좀 더 알리고 활성화해서 한국 공연시장의 성장 동력으로 삼을 필요가 있다. 이것이 선순환을 위한 기폭제로 작용할 수 있으리라고 본다.

4 시장 성장 방안

김종헌 한국 뮤지컬 시장은 인구수에 비해 충분히 성장했다는 의견이 있다. 일부 동의한다. 하지만 희망을 갖게 되는 게 최근 트로트 시장의 성장세를 보면 실버 티켓의 소비 파워가 생각보다 대단하다는 것을 알 수 있다. 연극이나 뮤지컬 관객층이 여전히 20-40대에 몰려 있기 때문에 실버 세대의 관심을 유도할 아이디어를 낸다면 장년층 관객 개발로 시장이 확대될 것이다. 아직도 충분히 성장할 수 있는 동력은 남아 있다.

박병성 ‘모차르트’에 김희재가 출연했을 때 실버 세대라는 새로운 관객층을 뮤지컬 공연장에서 만나는 경험을 했다. 최근 김희재 등 인기를 끈 트로트 스타들이 뮤지컬에 출연하는 사례가 많아지고 있다.

세대별로 장년층의 시장 개발 가능성도 높지만 여전히 지역 뮤지컬 시장 역시 낙후되어서 시장이 성장할 가능성은 있다. 인구소멸 시대에 지역의 뮤지컬 시장이 과연 더 성장할 수 있을 것인가에 의문을 들기도 하지만 대도시 중심의 시장 개발은 여전히 개발 가능성이 있다.

김일송 사람들이 공연에 관심을 갖게 하는 방법 중 하나로 이머시브 시어터를 생각했다. 이머시브는 관객들이 참여할 수 있는 여지가 높으니까 새로운 관극 체험을 할 수 있다. 그런데 이머시브 공연들을 보면서 패턴화되고 있는 것을 느낀다. 이머시브 공연은 주로 공연 마니아들이 보게 될 텐데 몇 편 보다 보면 짜여진 틀이 비슷비슷하다.

김종헌 9.11 테러 이후 침체된 브로드웨이를 되살리기 위해 ‘아이 러브 브로드웨이’ 캠페인을 대대적으로 했다. 공연 스타들이 적극적으로 참여해서 공연의 매력을 알렸다. 경제가 불안하고 소비가 위축되는 상황에서 공연을 보는 것 자체가 사치스러운 행동으로 볼 수 있다. 그러나 공연을 보는 행위가 삶의 가치를 높이는 소비문화라는 포시셔닝을 할 필요가 있다. 캠페인을 통해 새로운 관객을 확보하는 것도 중요하지만 시어터 고어(THEATREGOER)에게 긍정적인 생각을 만들어줄 필요가 있다.



5

2024년 하반기 시장 전망

김일송 사운드 인사이드’ 문소리, ‘랑데뷰’ 박성웅, ‘햄릿’ 조승우, ‘엔젤스 인 아메리카’ 유승호, 손호준, 고준희 등 하반기 연극을 보면 연예인이 출연하는 작품이 굉장히 많다. 상반기보다 연예인 출연으로 인한 시장 주도가 더 심화되지 않을까.

김종헌 뮤지컬은 이미 성과가 나온 ‘프랑켄슈타인’이나 ‘시카고’, 10주년을 맞는 ‘킹키부츠’, ‘지킬 앤 하이드’ 20주년 공연 등 스테디셀러들이 탄탄하게 자리를 잡고 있어서 기존 흥행작의 시장 주도가 강화될 것이다.

박병성 하반기 기대작 중 하나가 ‘알라딘’이다. 디즈니 흥행작이지만 가족 뮤지컬이 우리나라 시장에서 좋은 성과를 내지 못한 적이 많다. 이번에는 좋은 성과를 낼 수 있을까?

김종헌 디즈니 뮤지컬 ‘라이온 킹’이 최근 대박을 쳤고 ‘위키드’도 넓은 의미의 가족 뮤지컬 카테고리로 볼 수 있다. 디즈니에서 검증된 작품으로 지금까지도 브로드웨이에서 공연하고 있고 김준수, 이성경 등 캐스팅도 힘이 있어서 흥행할 것이라고 기대한다.

김일송 연극도 하반기에는 객단가가 올라가고 스타 캐스팅 작품이 많이 올라가면서 양적인 성장을 이룰 것으로 여겨진다.

