

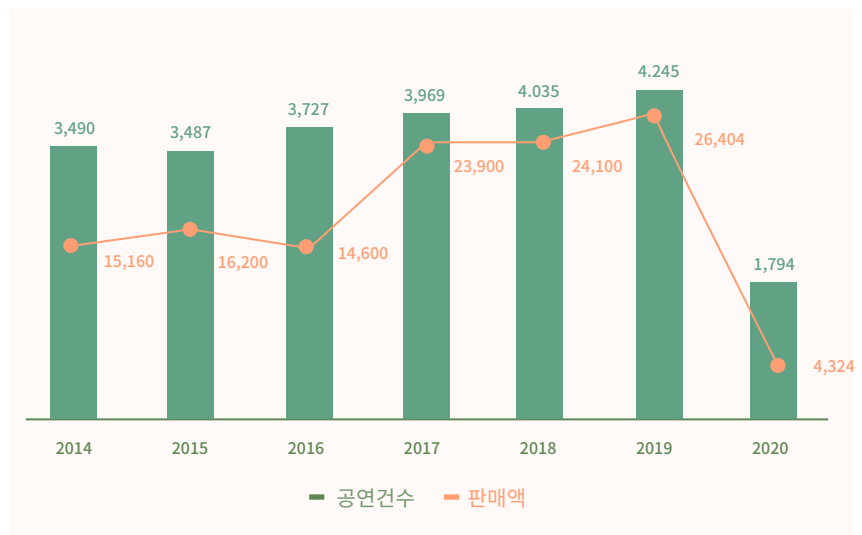
한국 클래식 시장의 현주소

매해 국제 클래식 콩쿠르에서 국내 아티스트의 수상 소식이 들려온다. 세계적인 아티스트들을 보유한 것에 비하면 아직 한국의 클래식 시장은 성장이 더딘 편이다. 한국 클래식 시장의 현주소와 안고 있는 현안들을 클래식 업계 관계자 좌담을 통해 살펴보았다.

패널 | 빈체로 송재영 본부장, 봄아트프로젝트 윤보미 대표, 예술의전당 김영민 고객마케팅부 부장, 롯데콘서트홀 이미란 사업기획파트 언론홍보 책임

사회 | 박병성 월간 <공연산망> 편집장

● 클래식/오페라 공연 시장 규모



[표1] 2014~2020년 클래식/오페라 판매액(백만원)과 공연건수(인터파크 판매분)

박병성 | 2019년 인터파크 클래식/오페라의 판매액이 260억여 원, 공연건수는 4,245건이었다. 클래식/오페라 공연건수는 전체 공연의 31.9%를 차지할 정도로 많은데, 매출 비중은 5% 수준으로 낮은 편이다.

윤보미 | 클래식계에서 시장 이야기를 시작한 것은 근래의 일이다. 이전에는 시장 이야기를 거의 하지 않았다. 공연건수가 많은 것은 귀국 독주회 같은 매출이 발생하지 않는 개인 콘서트가 많기 때문이다.

김영민 | 예술의전당 리사이틀홀에서 연간 450회 정도 독주회가 이루어지고 있다. 전체 클래식 공연건수 중 30~40% 정도가 그런 개인 콘서트라고 볼 수 있다.

박병성 | 2019년 인터파크에서 판매한 클래식/오페라 판매액에 공연장 자체 판매는 포함되지 않았다. 예술의전당은 인터파크 시스템을 이용하지만 롯데콘서트홀은 자체 판매 시스템을 갖추고 있다. 롯데콘서트홀의 자체 판매 비중이 어느 정도인가?

이미란 | 해외 오케스트라나 인기 공연 선예매를 위해 회원 가입을 많이 한다. 작품마다 다르지만 롯데콘서트홀 예매 시스템 이용 비율이 평균 50%정도 된다.

박병성 | 2017년 공연건수는 살짝 증가했는데 판매액의 성장 폭이 매우 컸다. 그 이유 무엇인가?

김영민 | 2017년도에 예술의전당이 직접 예매를 운영하다가 인터파크로 위탁한 해여서 인터파크의 2017년 매출액이 많이 높아졌다.

이미란 | 2016년 8월에 롯데콘서트홀이 개관한 것도 영향을 끼쳤다, 예전에는 KBS 교향악단이 정기연주회를 KBS홀과 예술의전당에서 했다면, 개관 이후로는 예당과 롯데에서 1회씩 한다. 서울시립교향악단, 부천필하모닉오케스트라도 롯데콘서트홀에서 정기연주회를 열고 있다. 관객들이 선호하는 공연을 선택할 수 있는 폭이 넓어지고, 지역 기반 중심의 새로운 관객층이 유입되면서 클래식 시장을 키울 수 있었다.

박병성 | 한 곳에서 2회 공연하는 것이 예산도 절감되고 운영도 쉬울 것 같은데 공연장을 이동해서 하는 이유가 무엇인가.

송재영 | 객석수, 인프라, 관객층의 친밀도 등을 고려했을 때도 예술의전당 2회 공연이 더 유리하다. 클래식 공연을 보러 온다는 것은 단순 감상만이 아니라 편안한 식사나 휴식 등 마음의 여유를 즐기는 과정들이 포함된 행위다. 클래식 유료 관객 중에는 연세가 많은 관객층이 있다. 이 분들이 아직까지는 예당에서의 주차나 이동이 익숙하다. 그럼에도 공연을 두 공연장에서 나누어서 하는 이유는 예술의전당에서 2회 공연 대관을 해주는 경우가 드물기 때문이다.

김영민 | 예술의전당은 공공성 차원에서 내한공연보다 국내 오케스트라나 국내 아티스트에게 기회를 좀 더 주도록 심사 기준이 잡혀 있다. 그런 원칙 때문에 내한공연은 2회 공연을 받는 경우가 매우 드물다.

박병성 | 국내에서 최고 인기의 아티스트가 공연한다고 할 때 몇 회까지 관객 동원이 가능한가?

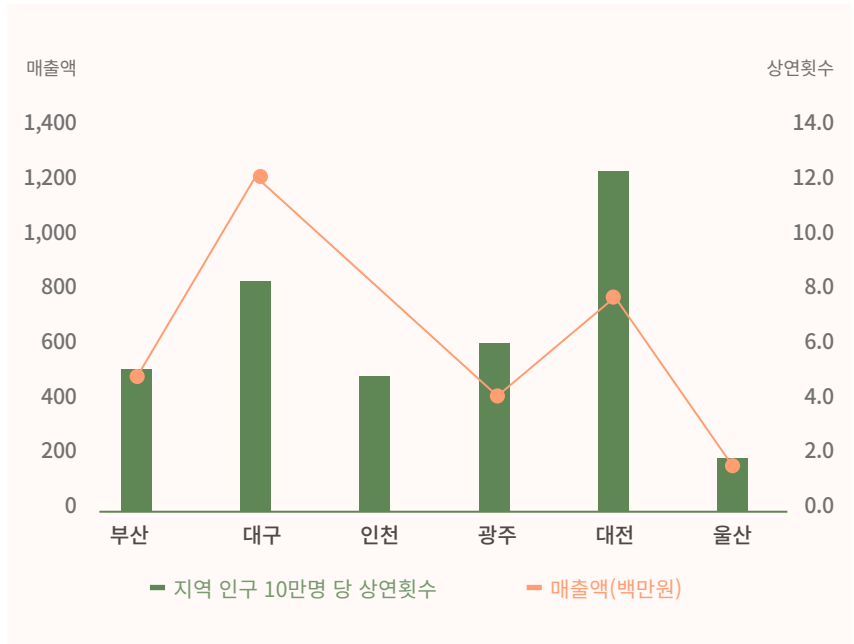
이미란 | 2회 이상은 힘들다. 2회 공연을 하더라도 협연자나 프로그램을 바꾸는 등의 변화를 두어야지 동일하게 진행해서는 2회 공연 동안 관객을 채우기가 어렵다.

송재영 | 조성진 정도가 프로그램을 바꾸지 않고 동일 공연으로 2회 관객을 채운다. 한국 클래식 공연시장이 커지려면 해외 유명 아티스트가 내한 시 공연을 약 5회 이상 할 수 있어야 기획사로서 유리하게 협상할 수 있다. 지역 시장에서 내한 공연을 추가로 진행할 수 있다면 제작비나 티켓 가격을 낮출 수 있을 것이다.

박병성 | 가능성이 보이는 지역 시장이 있는가?

송재영 | 대구는 접근성도 좋고 경제 규모도 크다. 지역 차원에서의 공연 유치 의지도 높고, 공연장 인프라도 좋다. 오페라하우스, 클래식 전용관인 콘서트하우스, 복합 공연장인 수성아트피아가 있어 다양한 공연을 할 수 있다. 서울 다음으로 클래식 시장이 크다.

윤보미 | 공연장만 지어놓는다고 관객들이 유입되는 것이 아니다. 그만큼 저변이 마련되어야 한다.



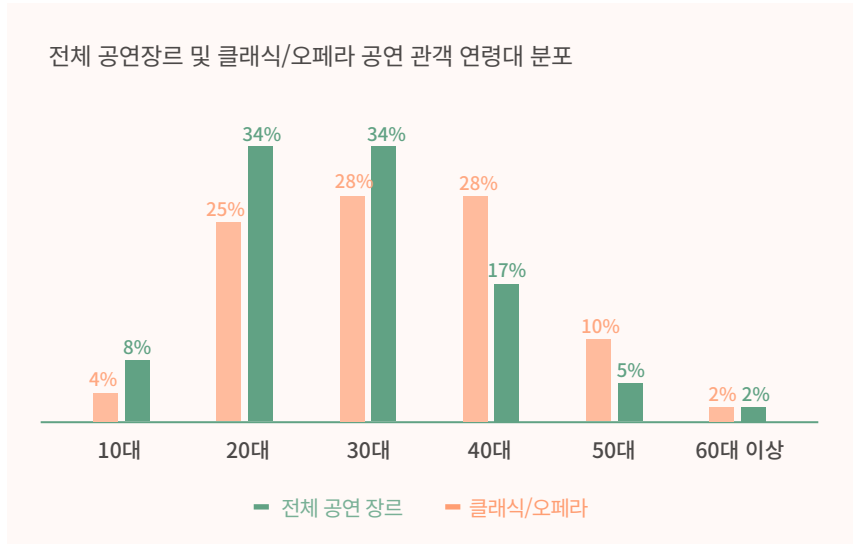
[표2] 2019년 하반기 6대 광역시 매출액과 상연횟수

박병성 | 우리나라의 클래식 시장은 어느 수준인가. 일본은 안정기를 지나 축소되는 과정이라고 들었다.

이미란 | 일본 클래식 시장은 장년이나 노년 관객층이 워낙 탄탄하게 형성되어 있다. 우리나라는 아티스트들의 능력에 비해 클래식 공연 자체를 즐기는 관객 층위가 넓지 않다.

송재영 | 일본이 정점을 찍고 하향세라고 하지만 우리와 비교할 수 없을 정도로 클래식 시장 규모가 크고, 관객 층위도 두텁다. 우리나라 시장의 한 10배 정도. 해외 오케스트라에서 일본 시장에 관심을 가진 지도 굉장히 오래 됐다. 최근에는 중국에 대한 관심이 크다. 국내 클래식 관객은 고정된 애호가층에 약간의 새로운 관객이 추가되는 거지, 새로운 관객이 놀랄 만하게 늘어나는 경우가 거의 없다. 조성진의 등장으로 클래식 관객이 눈에 띄게 증가한 것은 매우 이례적인 현상이라고 보면 된다.

● 클래식 관객 개발



[표3] 전체 공연 관객 VS 클래식/오페라 연령별 비중(인터파크 2019 구매 관객)

박병성 | 2019년 인터파크 구매 관객의 연령별 비중을 보면, 클래식/오페라 관객의 연령 분포는 전체 공연 관객 분포에 비해 10대~30대의 비중이 낮았고, 40대 이상은 높았다. 이렇듯 40대 이상 중장년층의 클래식 선호도가 높은 편이지만 클래식 관객 중 10대에서 30대까지 젊은 관객의 비중 또한 57% 수준으로 적지 않았다.

송재영 | 몇 년 전만 해도 클래식 공연장에 가면 나이 지긋한 분들이 많았다. 요즘은 젊은층도 많이 온다. 좋은 공연을 많이 하니까 그만큼 수준 있는 젊은 관객층이 늘어난 것 같다.

윤보미 | 메인 미디어에 조명을 받지 못한 아티스트도 유튜브나 개인 미디어를 통해 팬층이 생겼다. 팬들의 규모가 크지는 않지만 개별 아티스트마다 젊은 고정 팬들이 생기면서 티켓 세일즈가 늘어나고 있다. 이미 활동하고 있는 아티스트를 레거시 미디어를 통해 스타로 만들 수 있는 시대가 아니다. 또모¹⁾가 한창 성장하던 시기에 임동민 씨가 출연했는데 티켓 판매가 확 늘었다.

김영민 | TV 프로그램 <놀면 뭐하니?>에서 유재석이 하프 연주자로 등장해 인기를 끈 적이 있다. 그때 손열음이 해설자로 출연하여 ‘터키행진곡 변주’를 선보였는데, 그 이후 팬층이 두터워져서 티켓 파워가 확 올라갔다.

이미란 | 공연의 성격에 따라 관객층이 달라진다. <팬텀싱어> 콘서트의 경우 40대에서 60대 여성 관객이 많다. 이분들은 온라인에서만 만난 사이인데도 공연 전에 일찍 모여서 응원도구를 나누고 담소를 나눈다. 반면 유튜브 방송 ‘또모’에 소개되어 성사된 공연은 20~30대 젊은 관객이 많다. 작품이 노출되는 매체에 따라 관객층이 영향을 받는다.

박병성 | <팬텀싱어>를 통해 클래식 관객이 증가했나?

윤보미 | 아티스트에 대한 팬덤이지, 이 관객들의 발걸음이 다른 클래식 공연 관람에 까지 이어지지 않는다는.

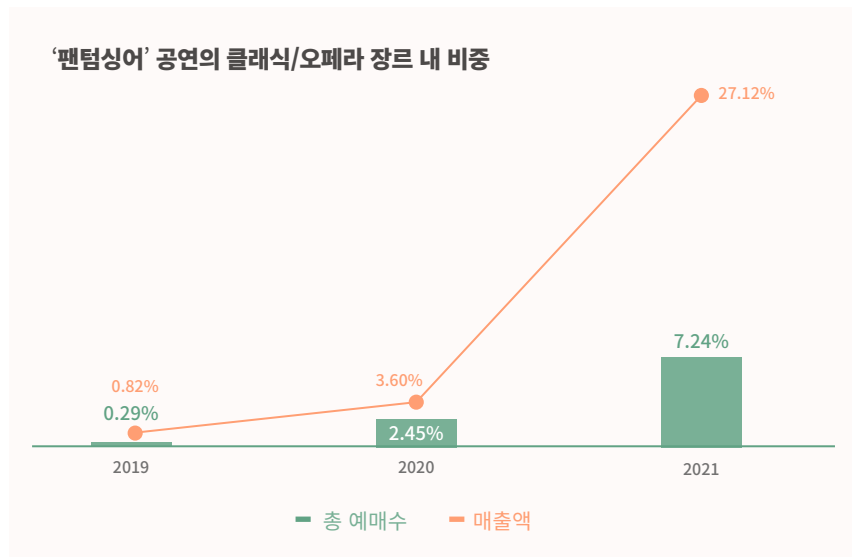
송재영 | 클래식은 수백 년 전의 음악을 수많은 아티스트들이 다양하게 해석해서 연주해 왔다. 그런 과정에서 감동을 받는 장르이다. 작품의 이해가 필요한 장르이기 때문에 클래식 관객으로 넘어오기가 어려운 것이다.

1) 또모(TOWMOO)는 클래식 음악과 예능을 결합한 콘텐츠를 제공하는 유튜브 채널, 약 58만 명의 구독자를 보유하고 있다.(2021. 10. 1 시점)

윤보미 | 독서 습관과 똑같다는 생각이 든다. 자연스럽게 젖어 들어야 하는데 습관이 안 들다 보니 진입장벽을 높게 느낀다. 요즘은 학교 교육에서도 입시 때문에 음악 감상조차 제대로 이루어지지 않으니깐 더 배제된다는 생각이 든다.

이미란 | 그런 의미에서 공연장의 역할이 중요하다. 얼마 전 예당에서 교향악 축제를 할 때 야외 잔디밭에서 편하게 감상할 수 있도록 상연 영상을 송출했다. 이런 식으로 접하는 빈도를 높이다 보면 나중에 공연장에서 직접 보고 싶은 마음이 들 것이다. 롯데콘서트홀도 스테이지 투어나, ‘오르간 오딧세이’ 등의 체험 프로그램을 운영한다. 극장이 클래식을 편하게 경험하게 해주는 역할을 하려고 한다.

김영민 | 그런 대표적인 프로그램이 마티네 콘서트이다. 신세계와 한화가 함께하는 마티네 콘서트는 10년을 훌쩍 넘기며 현재까지 운영되고 있다. 올해 KT가 추가로 함께한다. 초심자들이 즐길 만한 프로그램으로 구성해서 50%는 기업들의 직원이나 고객을 초청하고 나머지는 저렴한 가격에 일반 고객에게 판매한다. 처음엔 쉽게 이해하도록 해설을 넣고 프로그램의 횟수가 증가할수록 해설을 줄여나가는 식으로 애호가 층을 두터이 하고 있다. 마티네 콘서트를 통해 클래식을 처음 경험하고 클래식 관객이 되는 비중이 적지 않다.



[표4] 2019~2021년 '팬텀싱어' 관련 공연의 클래식/오페라 시장 비중²⁾

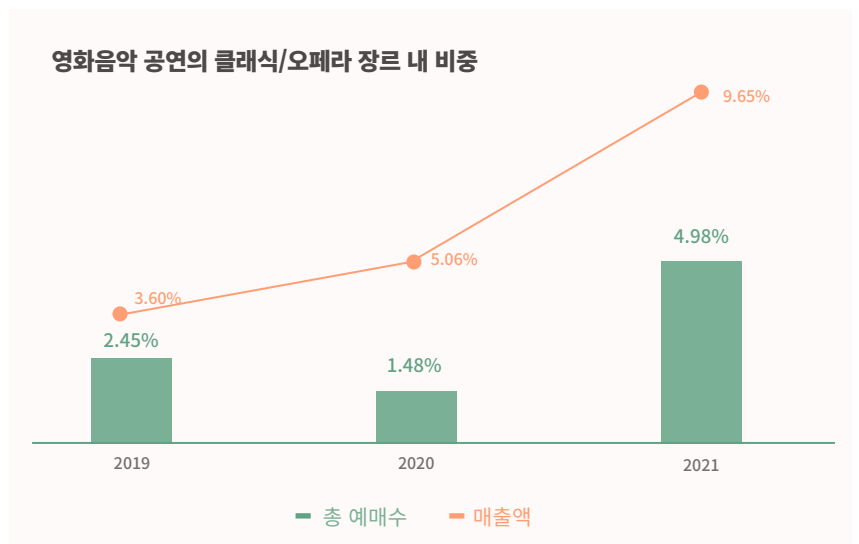
2) _____

공연예술통합전산망(KOPIS) 기준 클래식/오페라 장르 공연 내, 제목에 '인기현상', '포르테 디 콰트로', '홍스프레소'(시즌1), '미라클라스', '에델 라인클랑', '포레스텔라'(시즌2), '레메아모르', '라포엠', '라비던스'(시즌3) '팬텀싱어' 키워드가 들어간 공연을 '팬텀싱어' 공연으로 정의함.

3) _____

공연예술통합전산망(KOPIS) 기준 클래식/오페라 장르 공연 내, 제목에 '영화', '무비', '필름', '디즈니', '시네', '씨네' 등의 키워드가 들어간 공연을 '영화 음악' 공연으로 정의함.

표4, 표5는 공연법 개정 이후(2019. 6. 25) KOPIS 데이터를 근거로 작성. 2019년 하반기(7월~12월), 2020년(1월~12월), 2021년(1월~8월) 비중임.



[표5] 2019~2021년 영화 음악 공연의 클래식/오페라 장르 내 비중³⁾



<천인교향곡> ©롯데콘서트홀

● 대중에게 다가가기 위한 시도

송재영 | 서울시향이 재단이 되면서 저렴한 가격에 좋은 공연을 선보였다. 처음에는 티켓 가격이 너무 낮아서 우리 공연을 보러 오지 않을까 걱정했는데 결과는 그렇지 않았다. 관객 수준이 서서히 높아지면서 시너지가 났다.

박병성 | 예전에는 ‘양상블 디토(DITTO)⁴⁾와 같이 초심자들을 친근하게 클래식으로 인도하는 기획된 아티스트 그룹이 있었다. 디토 이후로 이러한 시도가 보이지 않는 것 같다.

윤보미 | 양상블 디토는 K-POP 아이돌처럼 기획해서 만든 팀이었다. 아이들은 어렸을 때부터 합숙하고 트레이닝할 수 있지만 개별 아티스트를 모아서 양상블을 만드는 것은 정말 어려운 일이다. 한국 클래식 시장이 작다 보니 팀을 만들어도 공연 기회가 적다. 투자 대비 충분한 성과가 나오기 힘든 구조다.

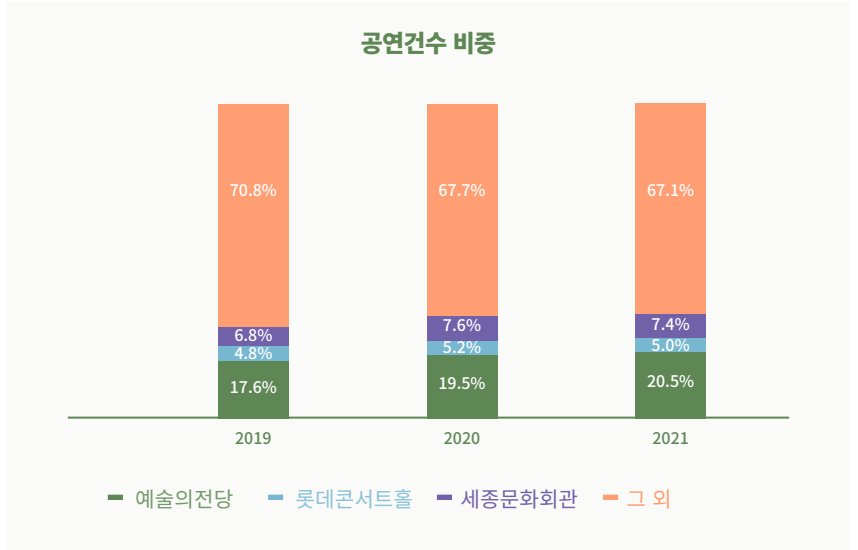
이미란 | 클래식의 본고장이 유럽이다 보니까 인기 있는 연주자들은 유럽을 본거지로 활동한다. 국내 체류 시간이 많지 않은데 인기 있는 아티스트들을 모아 양상블을 꾸리고, 장기적이고 지속적인 국내 투어 기획을 세운다는 게 쉽지 않은 일이다.

김영민 | 클래식 영역에서 대중에게 다가서는 시도가 꽤 있다. 게임 음악 콘서트나 필름 콘서트 같은 시도로 저변을 넓히기도 한다. 뉴욕필이 연주하는 <스타워즈> 콘서트를 봤는데 영화와는 비교되지 않을 정도로 감동적이었다.

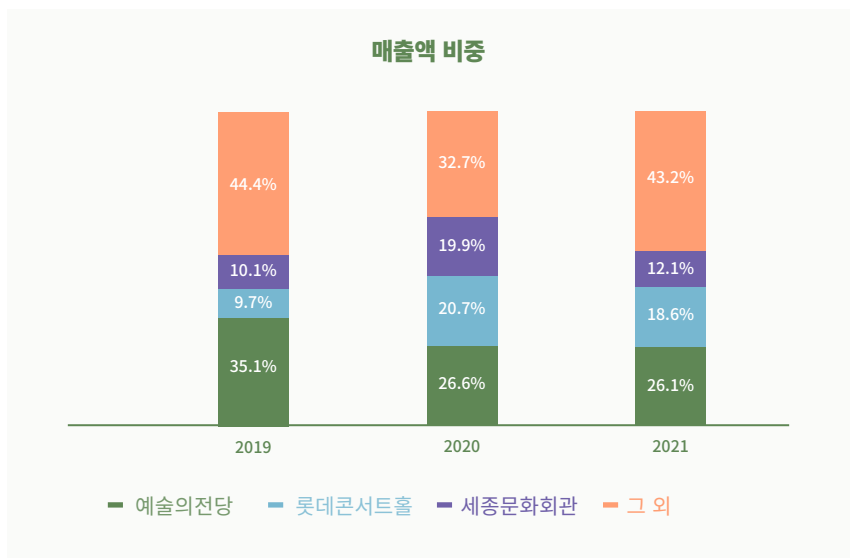
윤보미 | 플루티스트 필립 윌트가 K-드라마 음악을 편곡해서 취리히 챔버 오케스트라 연주로 도이치 그라모폰에서 앨범을 냈다. 한국 드라마가 전 세계적으로 유명해서 드라마 음악도 귀에 익숙한데, 좋은 오케스트라의 연주로 들었을 때 오는 감동이 있다. 그래서 유럽의 유명 오케스트라와 유명 아티스트를 참여시켜 음반을 냈다. 이런 시도가 필요하다고 생각한다.

4) 2007년 리처드 용재 오닐을 중심으로 결성된 실내악 그룹. 리처드 용재 오닐(비올라), 다니엘 정(바이올린), 유치엔 첩(바이올린), 문태국(첼로), 김한(클라리넷), 스티븐 린(피아노)가 멤버이나, 주제에 따라 매년 멤버 구성에 변화가 있었다. 음악 활동뿐만 아니라 길거리 게릴라 콘서트, 화보 촬영, 뮤직비디오 제작 등 클래식 단체로서는 유례없는 파격적인 활동을 펼쳤다.

송재영 | 빈필이나 베를린필도 필름 콘서트를 많이 한다. 단순히 베토벤을 해야만 클래식이지 아니다. 새로운 관객들이 공연장에 오고 좋은 음악을 경험하게 된 것만으로도 성공이라고 생각한다.



[표6] 전체 클래식/오페라 시장 내 예술의전당, 세종문화회관, 롯데콘서트홀이 차지하는 공연 건수 비중



[표7] 전체 클래식/오페라 시장 내 예술의전당, 세종문화회관, 롯데콘서트홀이 차지하는 매출액 비중⁵⁾

5) 표6과 표7은 공연법 개정 이후(2019. 6. 25) KOPIS 데이터를 근거로 작성. 2019년 하반기(7월~12월), 2020년(1월~12월), 2021년(1월~8월).

박병성 | 좋은 공연장이 있으면 그만큼 좋은 기획을 할 수 있을 것이다. 삼성동에 현대가 클래식 공연장을 짓는다고 한다. 예술의전당, 롯데콘서트홀, 그리고 세종문화회관에 클래식/오페라 공연 매출액이 몰려 있는 현 시점에서 새로운 공연장 건설이 클래식 시장에 어떤 영향을 줄까.

송재영 | 시너지가 굉장히 클 것이다. 내년에 LG아트센터가 마곡으로 이전하고, 삼성생명에서 호암아트홀을 클래식 전용극장으로 리모델링한다. 현대가 추진하는 공

연장은 그 이후로 알고 있다. 클래식 전용홀이나, 세종문화회관 같은 복합공연장이
냐에 따라 콘텐츠가 굉장히 다양해질 수 있다. 삼성생명이 짓는 공연장은 클래식 전
용홀이 될 것이다. 강북에 콘서트 전용홀이 생기면 지리적으로도 콘서트 공연장이
분산되어서 관객들의 접근성이 좋아지고 클래식 시장에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

김영민 | 관객 입장에서는 굉장히 좋을 것 같은데 기획자 입장에서는 한정된 클래식
관객을 두고 경쟁하는 체계가 되면서 부담이 될 것 같다.

윤보미 | 부담이 되기도 하는데 다양한 콘텐츠를 만들어낼 기회가 생기고, 무엇보다
도 음향이 좋은 공연장이 생긴다면 그만큼 클래식 관객이 늘어날 것이다. 클래식은
현장에서 좋은 사운드를 경험할 때 오는 감동의 힘이 크다. 클래식 전문 공연장은 더
필요하고 그에 대한 충분한 니즈가 있다.

이미란 | 롯데콘서트홀처럼 민간 차원에서 이 정도 콘서트홀을 운영하는 사례가 전
세계적으로 거의 없다. 내한하는 아티스트나 관계자들이 기업에서 어떻게 콘서트홀
을 짓게 되었는지 설립 과정을 자주 문의한다. 콘서트홀을 운영하는 데 상당히 많은
예산이 필요하다. 국가의 지원이 이루어지지 않는 상황에서 롯데 계열사의 지원으로
운영하고 있고, 무엇보다 건립 후에도 지속적인 지원이 필요하다. 다른 대기업들도
의지를 가지고 함께 해준다면 대한민국 클래식 발전에 시너지가 될 것이다.

김영민 | 미국이나 유럽의 기업이 후원에 유연한 것은 그만큼 법적으로 세금 완화 혜
택을 받기 때문이다. 우리는 제도가 매우 미약하다. 그러다 보니 기업이 후원을 하
면 후원한 것 이상의 티켓을 제공하는 이상한 구조가 되었다. 정부가 공연장 운영에
대해 세금을 감면하는 등 기업이 적극적으로 스폰서십을 할 수 있도록 도와야 한다.

윤보미 | 클래식은 공연을 올리는 데 고비용이 들기 때문에 정부나 기업의 지원이 필
요한 시장이다. 정부에서 문화예술에 사용하는 예산이 우리 국민 수준에 비해 적다.
지자체에서 공연장을 지어놓아도 기획 운영하는 비용이 적어 제대로 된 역할을 하지
못하는 곳도 많다. 국민들의 문화 향유를 위해 지원 수준을 높여야 한다. 민간단체의
노력으로 향상될 수 있는 구조가 아니다.

이미란 | 코로나19 때 공연을 한다는 소식에 부정적인 댓글이 많이 달렸다. 아직도
문화예술을 여유 있고 배부를 때 즐기는 것이라고 생각하는 경향이 있다. 삶에 필요
한 요소라는 인식 전환이 필요하다.

김영민 | 관객층이 얇다고는 했지만 관객 소양이 많이 올라갔다. 예전에는 오케스트
라의 인기에 따라 티켓 판매가 좌우됐다면, 이제는 어떤 프로그램을 구성했는지를
살피는 등 관객들의 수준이 높아졌다. 미디어를 통해 젊은층의 관심이 커지면서 한
국 클래식 시장은 더디지만 꾸준히 성장하고 있다.