

빅데이터 기반 공연 관람 행태 분석

데이터그램 안지현

*본 콘텐츠는 공연예술통합전산망에서 발행한 '빅데이터 기반 공연 관람 행태 분석 보고서'를 기반으로 작성하였습니다.

1 분석 개요 및 배경

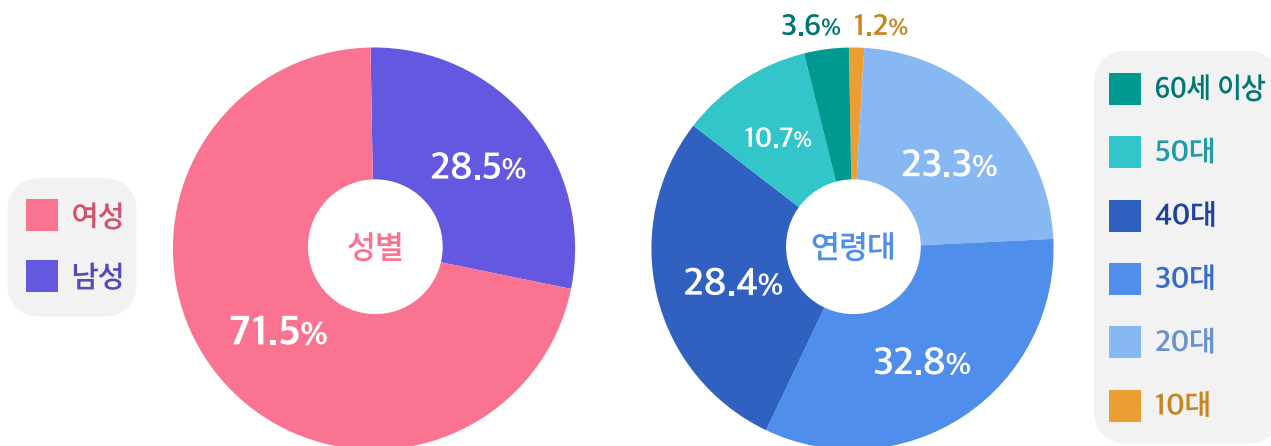
현재 공연예술통합전산망(이하 KOPIS)이 제공하는 공연 정보는 공연 장르, 공연장 유형, 티켓 가격, 관객의 인구학적 특성 등에 한정되어 있어 공연 정보와 관객 특성 분석에 머물렀다. 관객을 개발하고 더 만족스러운 공연을 제공하기 위해서는 관객의 소비 특성 데이터를 파악하는 것이 중요하다. 이를 위해 통신사와 카드사, 신용정보사, KOPIS 데이터를 결합하여 공연물의 이용 행태, 관람 공연장 현황, 관객 특성 등을 분석하였다. 이번 분석 결과를 바탕으로 관객 개발을 위한 전략을 이야기하고자 한다.

2 공연 관객 특성

본 콘텐츠에서는 2022년의 4사(KOPIS, 통신사, 카드사, 신용정보사) 가맹결합 데이터로 총 195,083 케이스를 분석하였다.



공연 관객 특성



관객의 특성을 살펴보면, 여성은 71.5%로 남성의 28.5%에 비해 두 배 이상 많았다. 연령대별로는 30대가 32.8%로 가장 많았고, 40대가 28.4%, 20대가 23.3%를 차지하였다. 즉, 20대부터 40대까지가 전체 관객의 84.5%를 차지하며, 50대 이상의 관람률과는 큰 차이가 있음을 알 수 있다. 특이한 점은 연령대와 성별을 교차로 분석하여 보면, 여성은 30대 이하 비율이 높지만, 남성은 40대 이상에서 상대적으로 높은 비율을 보였다.

거주지별로 살펴보면, 서울과 경기도가 각각 35.9%, 28.9%로 전체의 과반수를 차지하였으며, 나머지 시도에서는 3% 내외의 낮은 비율을 보여 거주지역별 관람률 차이가 매우 큰 것을 알 수 있다.

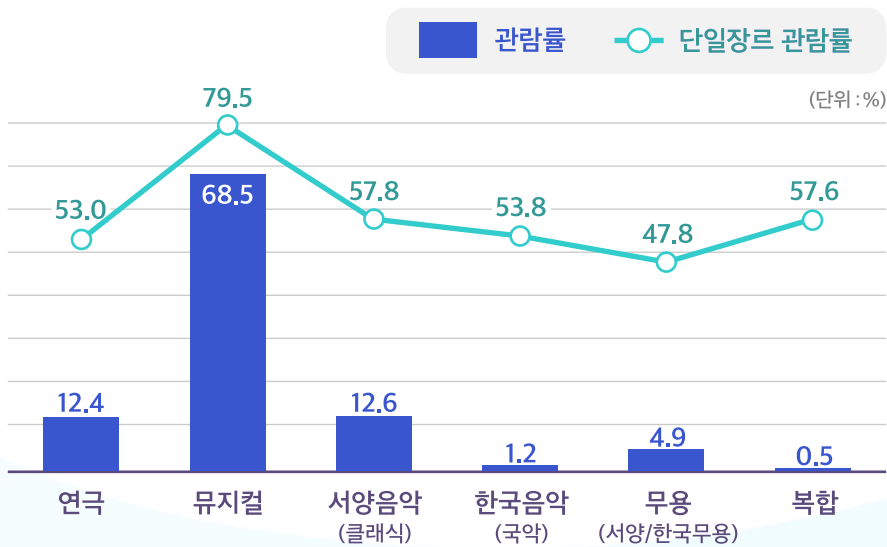
추정 연 소득은 4,000만 원 미만이 55.6%이며, 이 중 3,000만 원 미만이 30.2%이다. 반면 7,000만 원 이상의 고소득층은 11.9%에 불과하다. 이는 20대와 30대 여자의 비율이 높아서 결과적으로 소득이 적을수록 공연 관람률이 높게 나타난 것으로 보인다.

3 공연 관람 행태

가장 많이 관람하는 장르는 뮤지컬로, 68.5%가 뮤지컬을 관람하였다. 이 중 79.5%는 뮤지컬만 관람할 정도로 장르 충성도가 높았다. 다음으로 많이 관람하는 장르는 서양음악(클래식) 12.6%, 연극이 12.4% 순이었다. 이 두 장르는 뮤지컬에 비해 장르 충성도도 50% 수준에 머물고 있다. 뮤지컬 시장이 더 커질 수밖에 없는 이유 중 하나이다.



장르별 관람률 및 단일장르 관람률



모든 장르에서 성별과 관련 없이 비슷하게 관람하는 것으로 나타났다. 연령대별로는 뮤지컬은 20대와 30대에서, 연극은 10대에서, 서양음악(클래식)은 50대와 60대에서 높은 비율을 보였다.



연령대별 관람 장르 비교

연령 장르	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상
연극	414 (17.7)	6,580 (13.3)	7,464 (11.3)	6,475 (12.5)	2,583 (13.3)	634 (10.8)
뮤지컬	1,505 (64.3)	35,176 (71.0)	47,036 (71.3)	34,347 (66.1)	12,197 (62.9)	3,419 (58.1)
서양음악 (클래식)	272 (11.6)	5,184 (10.5)	7,419 (11.2)	7,222 (13.9)	3,159 (16.3)	1,254 (21.3)
한국음악 (국악)	31 (1.3)	476 (1.0)	709 (1.1)	741 (1.4)	261 (1.3)	120 (2.0)
무용 (서양/한국무용)	107 (4.6)	1,998 (4.0)	3,070 (4.7)	2,851 (5.5)	1,064 (5.5)	415 (7.1)
복합	12 (0.5)	161 (0.3)	274 (0.4)	287 (0.6)	127 (0.7)	39 (0.7)

연평균 공연 관람 횟수는 2.0회로 나타났다. 장르 중에는 연극이 2.3회로 가장 많았고, 뮤지컬 2.0회, 무용(서양/한국무용) 1.7회 순으로 나타났다. 성별로는 남자는 1.5회, 여자는 2.1회로 여자가 더 많이 관람하였다. 연령대별로는 20대와 30대가 각각 2.1회로 가장 높은 관람 수를 보였으며, 다음으로 10대와 50대가 각각 1.9회로 나타났다.

연령별 관람률은 20대~40대에 집중되어 있고, 10대와 5060대의 비율이 낮아 연령별 편차가 높지만, 공연시장에 진입한 관람객들의 평균 관람 횟수는 모든 연령대가 비슷한 수준을 보인다는 점은 재미있는 현상이다.

평균 티켓 가격은 뮤지컬이 122,785원으로 가장 높았고, 서양음악(클래식)이 79,372원, 무용(서양/한국무용)이 69,841원 순이다. 가장 낮은 평균 티켓가격은 복합장르로(52,873원) 뮤지컬의 40% 수준을 보였다.

관객의 거주지역별 티켓 가격을 살펴보면, 울산이 117,294원이고, 다음으로 부산이 116,646원이다. 울산과 부산의 티켓가격이 높은 이유는 무엇일까? 울산과 부산지역은 모두 뮤지컬과 서양음악(클래식) 관람률이 다른 지역에 비해 높다. 뮤지컬과 서양음악(클래식)의 높은 티켓 가격이 평균 티켓가격을 견인한 것으로 보인다. 한편 서울은 뮤지컬 관람률이 높으나, 울산과 부산에 비해 서양음악(클래식) 보다는 연극의 비중이 높아 울산과 부산에 비해 낮은 티켓 가격대를 보였다.

공연 관람객 장르별 분류 및 예측을 위해 의사결정나무(DECISION TREE)를 이용하여 공연 장르별 분류를 수행하였다.

40개의 관객 특성과 공연장 데이터를 이용하여 최종 모형을 선택하였으며, 깊이(DEPTH) 3, 정확도 44.34%, 종단 노드가 6개 장르를 분류할 수 있는 모형을 선택하였다. 정확도가 낮았지만, 해당 모형을 선택한 이유는 종단 노드에 모든 장르가 포함되어 있고, 각 군집 별 특성을 비교하였을 때 군집 간의 이질성이 가장 높았기 때문이다.

공연 관람객들이 장르를 선택하는데 가장 영향을 미치는 변수는 민간 공연장으로 중요도가 0.4506으로 가장 높았으며, 다음으로 편의 시설, 장애인 시설, 구매 티켓 가격, 주차 시설, 국립 공연장 순으로 나타났다.

뮤지컬 장르 집단은 장르 이탈률이 낮고 가격 민감도가 낮은 싱글 여자 2030대가 주를 이룬다. 이 집단은 월평균 관람 횟수가 높으므로 관람 횟수에 따른 보상이나 멤버십 프로그램을 통해 고객 유지를 위한 전략이 필요하다.

미국의 HAMILTON 뮤지컬은 팬들을 위한 VIP 패키지와 멤버십 프로그램을 통해 특별 좌석, 백스테이지 투어, 제작진과의 만남 등을 제공하며 큰 성공을 거두었다. 가격 민감도가 낮은 뮤지컬 관객에게 이런 VIP 멤버십은 공연에 대한 몰입감과 충성도를 높이는 데 크게 이바지할 것이다.

소셜미디어와 청소년 정신 건강에 대한 현대적인 이야기를 다룬 미국의 DEAR EVAN HANSEN 뮤지컬은 인플루언서와 팬들의 참여를 유도하여 #YOUWILLBEFOUND 캠페인을 성공적으로 진행하였다. SNS 인플루언서 협업과 사용자 생성 콘텐츠(UGC) 캠페인을 통해 바이럴 효과를 극대화하는 것이 필요하다.

국악 장르 집단은 다양한 공연 장르를 즐기고, 여러 공연장에서 공연을 관람하며, 티켓 가격에 대한 민감도가 낮은 특징을 가지고 있다. 이들에게는 다양한 장르를 효과적으로 즐길 수 있도록 다양한 장르를 융합한 공연을 기획하여 색다른 경험을 제공하거나, 국악에 맞는 특정 주제에 맞춘 시리즈 공연을 통해 지속적인 관심을 유도할 수 있도록 하는 전략이 필요하다. 전통 국악과 현대적 요소를 결합한 고품질 공연을 제작하거나 유명 국악인이나 해외 아티스트와의 협업을 통해 특별한 경험을 제공할 수도 있다.

연극 장르 집단은 여자 비중이 가장 높으며, 민간 공연장을 선호, 뮤지컬 중복 관람 비중이 높다. 이들은 여행 및 여가를 좋아하고, 월평균 관람 횟수(2.41회)가 가장 빈번한 집단이다. 이들의 뮤지컬로의 이탈을 막기 위해 뮤지컬과는 차별적인 스토리라인과 감동적인 서사를 가진 작품을 제작하거나, 아예 뮤지컬 요소를 일부 도입하여 음악과 연기가 조화를 이루는 하이브리드 공연을 기획하는 것도 좋은 대안이다.

또한, 공연과 여행을 결합한 패키지를 제공하거나, 여성이 선호하는 주제를 발굴, 공연 후 인근 레스토랑, 카페와의 제휴 할인, 배우와의 만남, 사인회 등 특별한 이벤트를 제공하는 것이 중요하다.

영국의 ROYAL SHAKESPEARE COMPANY는 THE SEVEN AGES OF MAN이라는 VR 체험을 통해 관객은 셰익스피어의 연극 중 다양한 장면을 몰입감 있게 감상할 수 있었다. 이처럼 VR을 통해 관객이 공연의 일부를 미리 체험하고, 기대감을 높여 공연 전에 몰입할 수 있는 경험을 제공하는 것도 대안이 될 수 있을 것이다.

프랑스의 락 페스티벌 HELLFEST는 블록체인 기반 티켓팅을 도입해 성공적으로 운영했다. 공연 티켓의 투명성과 보안을 강화하기 위한 블록체인 티켓팅과 블록체인 기반의 보상시스템을 통해 관객이 공연을 관람할 때마다 디지털 토큰을 적립 받아 티켓이나 굿즈를 구매할 수 있도록 했다.이처럼 VR과 AR, 블록체인과 같은 최신 기술을 통해 관객 참여를 유도할 수 있는 신선한 마케팅 전략이 필요하다.



도출된 군집의 특성

No.	장르	군집의 정의	군집의 크기	군집의 특성
1	복합	가격 지향형 소비자	0.1%	남자 32.1% 일반장애인 1.3% 청소년자녀 가족 31.0% 실버 3.5% 통화문자 건수 346건
2	국악	다양한 공연장르를 즐기는 생활이 여유로운 집단	1.2%	뮤지컬 73.7% 여자 77.4% 평균 티켓 가격 133,197원 여가 및 여행 이용금액 135,716원 생활필수소비 이용금액 1,278,874원
3	서양음악1	다양한 장르 & 영유아자녀와 교육에 관심이 많은 집단	1.1%	뮤지컬 53.7% 영유아자녀 가족 20.0% 교육 및 개발 이용금액 94,046원 교육학습 앱 이용일 수 5.8회
4	무용	국립공연장 & 쾌적한 공연시설 선호 집단	1.7%	여자 72.9% 서울 40.8% 가전 및 자동차 이용금액 3,031원
5, 6	연극	연극 충성도가 높고, 싱글인 서울 거주 여자	10.2%	뮤지컬 60.4% 여자 82.7% 서울 45.4% 싱글 57.9% 월평균 공연 관람 횟수 2.41회 여가 및 여행 이용금액 144,771원
7	뮤지컬	뮤지컬 충성도가 높고, 티켓 구매 가격이 가장 높은 집단	85.2%	뮤지컬 95.0% 여자 79.0% 서울 41.1% 싱글 50.0% 월평균 공연 관람 횟수 1.67회 평균 티켓 가격 138,633원
8	서양음악2	쾌적한 환경의 민간공연장 & 서울 거주자	0.6%	서양음악 93.2% 서울 43.3%

장르별로 군집의 정의는 장르를 비교적 잘 설명하고 있으나, 분석의 결과가 예측 모형보다는 장르의 고객 특성 자료에 가깝게 느껴진다. 구매 고려 요인 데이터를 통해 장르를 선택하게 된 중요한 이유를 파악할 수 있다. 그러나 수집된 데이터는 이런 정보를 파악하기 힘들어서 결과적으로 공연의 특성과 시설 기준으로 분류되는 경향을 보였다. 이런 한계를 극복하기 위해 인구학적 특성과 소비 특성, 라이프 스타일 변수들을 모두 분석하였으나, 장르에 따른 두드러진 차이를 찾지 못했다.

앞으로 더 정교한 관객 개발 모델을 만들기 위해서는 관객들이 공연을 소비하기까지의 구매 고려 요인, 공연 상품의 속성별 중요도와 만족도 데이터를 확보하는 것이 중요하다. 이러한 데이터를 바탕으로 공연 상품을 마케팅 관점에서 접근한다면 더 정확하고 밀도 있는 STP 전략을 수립할 수 있을 것이다.

2022년은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 팬데믹(PANDEMIC)으로 공연 시장이 위축된 시기였다. 2023년 5월 엔데믹'(ENDEMIC)이 선언된 후 공연시장은 어떤 변화를 겪고 있을까? 관객들의 공연 소비는 무엇이 달라지고 있을까? 엔데믹 이후의 공연과 관객의 변화가 기대된다.

필자 소개

안 지 현

마케팅 의사결정에 필요한 데이터를 분석하고 전략적인 대안을 찾는 일을 합니다.

<http://data-gram.co.kr/>

hears0814@gmail.com

현) 데이터그램 대표

전) 한양대학교 공과대학 프로그래밍 겸임교수

전) 유니기획 브랜드전략연구소 수석 연구원

전) KANTAR Korea 선임 연구원