

통계로 읽는 공연예술 10년

2021.1



목 차

I. 개요	3
-------------	---

II. 통계로 읽는 공연예술 10년

1. 공연예술 시장의 성장과정 및 영화 시장과의 비교분석	4
2. 지역별 공연시설 및 단체 시계열 분석: 지역 간 문화격차를 중심으로	16
3. 공연시설과 공연기획사의 성장 과정 비교	27
4. 주요국가 공연예술통계조사 분석을 통한 공연예술통계 비교	39

1. 개요

현재 공연예술산업을 거시적으로 볼 수 있는 주요 통계자료는 공연예술조사와 공연예술통합전산망 외에 전무한 실정이다. 2005년부터 진행되어 온 공연예술조사(구. 공연예술실태조사)는 매해 공연예술계의 실태 및 현황을 조사하여 통계 값을 산출·결과를 발표해 왔으나 시계열적 분석 등의 활용사례는 없는 것으로 확인된다. 공연예술산업의 발전 및 시장규모의 확대를 위해서 시계열적인 분석을 통한 산업 현황 파악이 가능한 근거자료의 필요가 요구되고 있다.

본 보고서는 통계 비교 및 분석을 통한 한국 공연예술산업의 발전과정을 거시적으로 살펴볼 수 있는 다양한 시각을 제공함으로써, 이를 바탕으로 유의미한 데이터를 산출하여 관련 사업 설계 및 수립에 반영하는데 기여하고자 한다.

공연예술 시장의 성장과정 및 영화 시장과의 비교분석

글: 명지대학교 경영학과 조교수 이유석

들어가며.

2020년은 코로나 바이러스가 온 세상을 뒤덮은 한 해였다. 정치, 사회, 경제, 문화 등 모든 분야에서 코로나 바이러스가 다른 모든 이슈를 잠식하였다. 공연예술 산업은 사회적 거리두기와 소비 지출 감소로 인해 직접적인 타격을 받으면서 유례없이 힘든 한 해를 보내게 되었다. 이러한 상황에서 각 산업계는 어떻게 하면 코로나의 충격을 최소화할 수 있는지, 혹은 코로나 이후의 시대에는 어떤 미래가 도래할지를 예측하는 데에 논의의 초점을 맞추고 있다. 그러나 미래에 대한 해답은 과거에 있다는 말처럼, 어찌 보면 지금 가장 필요한 일은 과거를 돌아보는 것일 수 있다. 때마침, 예술경영지원센터에서 2005년부터 시행한 공연예술조사가 15년째를 맞이했다. 식상한 표현이지만 ‘강산도 변하다’는 10년 이상의 데이터가 축적된 만큼 이를 바탕으로 한국 공연예술 산업의 과거를 반추하고 정리할 필요가 있다. 이 글은 이러한 목적 하에 국내 공연예술 시장이 어떻게 성장해 왔는지, 또한 같은 문화산업에 속한 영화 시장의 변화와는 어떤 차이가 있는지에 대해 논하고자 한다. 보다 구체적으로는 국내 공연예술 시장 내부적으로 전체 시장규모, 개별 기업규모, 생산성 및 재무건전성의 추이를 살펴보고자 한다. 영화 시장과의 비교에서는 실태조사의 분류체계 및 재정현황 관련 지표, 전체 시장규모, 개별 기업규모, 생산성 및 재무건정성의 차이에 대해 분석하고자 한다. 안타깝게도 원고를 작성하는 시점에 2020년 공연예술조사의 마무리 작업이 진행 중인 관계로 이 글에서는 2011년부터 2019년까지의 9년간의 공연예술조사 데이터만을 반영하게 되었다.¹⁾ 그러나 머지않아 2020년(2019년 기준) 조사 결과가 발표될 예정이므로 본고를 일독한 후에 조사 결과를 접하게 된다면 다양한 각도에서 함의를 찾을 수 있을 것이다.

2010년대 공연예술 시장을 논하다.

공연예술조사는 공연예술 시장의 가치 네트워크를 창작, 유통, 소비의 구조로 이해하고, 창작 부문인 공연단체, 유통 부문인 공연시설, 그리고 공공지원을 담당하고 있는 행정기관을 대상으로 자료를 수집하고 있다. 조사내용은 크게 공연시설과 공연단체의 기본현황, 일반현황, 인력현황, 재정현황, 실적현황 등으로 구분되어 있다. 시장의 성장과정을 확인하기 위해서는 전체 시장규모의 추이와 개별 기업규모의 추이, 그리고 생산성 및 재무건전성 추이 등을 살펴봐야 한다. 이를 위해 업체 수, 종사자 수, 매출액, 재정자립도 등의 변수를 활용하였다.

1) 공연예술조사의 응답은 당해년 5월부터 9월까지 수집된 것으로, 응답 기준시점은 전년도 12월 31일로 함. 즉, 본고에서 분석하고 있는 데이터는 2010년부터 2018년까지의 시장 상황을 반영하고 있음.

<표 1> 공연예술 시장 업체 수 추이 (단위: 개)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	3,034	820	276	544	2,214	291	1,923
2011	-	868	366	502	-	-	-
2012	3,052	944	388	556	2,108	311	1,797
2013	-	984	401	583	-	-	-
2014	3,318	1,034	423	611	2,284	311	1,973
2015	3,319	1,026	420	606	2,293	308	1,985
2016	3,356	992	418	574	2,364	342	2,022
2017	3,880	1,019	441	578	2,861	347	2,514
2018	4,663	1,029	449	580	3,634	349	3,285

업체 수와 매출액의 지속적인 성장세 확인...종사자 수는 2016년 이후 성장세 둔화

공연예술 시장 전체 규모가 어떻게 변화해왔는지를 논하기 위해 업체 수, 종사자 수, 총 매출액 추이를 확인하였다. <표 1>에 따르면, 국내 공연예술 시장 총 업체 수는 2010년부터 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, 특히 2016년부터 2018년 동안 급격한 증가를 보였다.²⁾ 이러한 증가세는 공연단체의 수가 근래 들어 빠르게 늘어나고 있기 때문이다. 공연단체 업체 수의 경우 2015년까지 2,200여 개 수준을 유지하였으나, 2016년에 처음으로 2,300여개가 된 후 2018년에는 3,600여개로 급증하였다. 공연단체 수의 증가는 민간 부문에서 주도하였다. 같은 기간 공공 부문의 업체 수는 340여개를 유지하였지만, 민간 부문의 업체 수는 2,000여개에서 3,200여개로 60% 가량의 성장을 보였다. 공연단체에서는 민간 부문이 성장을 주도했다면, 공연시설에서는 공공 부문이 그 역할을 맡았다. 공연시설에서는 민간 부문의 업체 수가 등락을 반복하며 500여개 수준을 유지하고 있지만, 공공 부문의 업체 수는 2010년 276개에서 2018년 449개로 지속 성장하였다.

공연예술 시장의 총 업체 수가 꾸준히 증가해온 반면, 종사자 수는 2014년을 기준으로 2010년대의 전반부와 후반부가 확연히 구분되는 양상을 보이고 있다. <표 2>에 따르면, 국내 공연예술 시장 총 종사자 수는 2010년부터 증가세를 보이다 2014년에 68,000여명으로 최고치를 기록하였다.³⁾ 2015년에 62,000여명으로 급격히 감소한 뒤 2018년까지 소폭의 상승세를 이어나가고 있다. 이러한 변동성은 공연단체 종사자 수의 변화에 따른 것으로 보인다. 공연단체 종사자 수의 경우 2014년에 55,858명을 기록할 때까지 급증세를 보이다가, 2015년에 49,000명대로 급감한 뒤 51,000명 안팎을 유지하고 있다. 공연단체 종사자 수의 변화 역시 민간 부문이 주도하였다. 같은 기간 공공 부문의 종사자 수는 14,000~16,000명대의 구간에서 소폭의 변화를 보였지만, 민간 부문의 종사자 수는 2014년에 최고치를 기록하고 이듬해에 급감하는 패턴을 보이고 있다. 공연단체에서는 민간 부문이 변동성을 주도했다면, 공연시설에서는 공공 부문과 민간 부문이 정반대의 양상을 보이고 있다. 민간 부문의 종사자수는 등락이 반복되기는 하지만 5,000명대에서 3,000명대로 감소한 반면, 공공 부문의 종

2) 2012년과 2014년에는 공연시설에 대한 조사만 이루어지고 공연단체에 대한 조사는 이루어지지 않음.

3) 2011년에는 공연단체 종사자 수에 대해 공공 부문과 민간 부문이 구분되지 않고 합산 조사됨.

사자수는 4,000명대에서 8,000명대로 꾸준한 증가세를 보이고 있다.

<표 2> 공연예술 시장 종사자 수 추이 (단위: 명)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	56,799	9,624	4,003	5,621	47,175	-	-
2011	-	10,039	4,066	5,973	-	-	-
2012	62,071	11,224	6,786	4,438	50,847	15,239	35,608
2013	-	11,738	6,882	4,856	-	-	-
2014	68,527	12,669	7,180	5,489	55,858	14,009	41,849
2015	62,176	12,513	7,857	4,656	49,663	14,593	35,070
2016	62,589	11,394	7,475	3,919	51,195	16,213	34,982
2017	62,702	12,377	8,120	4,257	50,325	16,659	33,666
2018	63,487	12,206	8,500	3,706	51,281	16,601	34,680

<표 3> 공연예술 시장 매출액 추이 (단위: 백만 원)

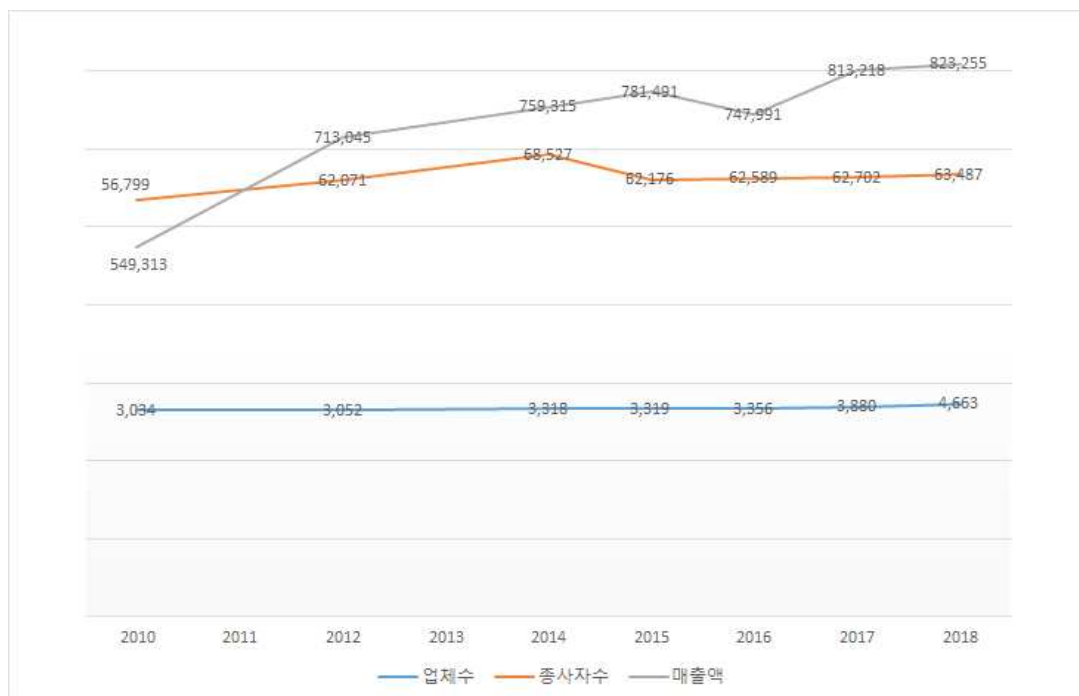
연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	549,313	327,441	-	-	221,872	-	-
2011	-	316,711	144,104	172,607	-	-	-
2012	713,045	377,169	154,404	222,765	335,876	22,683	313,193
2013	-	414,204	-	-	-	-	-
2014	759,315	368,890	183,469	185,421	390,425	21,200	369,225
2015	781,491	387,433	216,251	171,182	394,058	27,797	366,261
2016	747,991	343,458	160,546	182,912	404,533	26,592	377,941
2017	813,218	350,004	175,661	174,343	463,214	28,033	435,181
2018	823,255	339,490	178,688	160,802	483,765	27,966	455,799

마지막으로 매출액의 경우 업체 수와 마찬가지로 지난 10년간 성장을 지속해왔다. <표 3>에 따르면, 국내 공연예술 시장 총 매출액은 2010년에 5,493억 원을 기록한 이후 꾸준히 증가하여 2018년에는 8,233억 원의 규모로 성장하였다. 매출액의 증가세 역시 공연단체의 매출액 증가세가 견인하였다. 공연단체 매출액의 경우 2010년 2,219억 원 규모에서 2018년 4,838억 원 규모로 두 배 이상 성장하였다. 공연단체 매출액의 증가는 민간 부문의 기여도가 압도적이다. 같은 기간 공공 부문의 매출액은 220억대에서 280억대로 성장한 반면, 민간 부문의 매출액은 2,000억대에서 4,500억대로 급증하였다. 공연단체에서는 공공과 민간 모두 성장세를 보였지만, 공연시설에서는 2013년에 4,000억대의 매출액을 기록한 것을 제외하면 지난 10년간 3,000억대의 매출액에서 정체를 보이고 있다. 공공과 민간 부문이 매출액을 양분하고 있으며, 소폭의 등락을 반복하면서 1,000억 중후반대의 매출 규모를 유지하고 있다.

지난 10년간의 시장규모 관련 지표들의 추이를 요약하면 <그림 1>과 같다.⁴⁾ 업체 수와 매출액은

꾸준한 성장세를 보이는 반면, 종사자 수는 2014년에 정점에 다다른 뒤 낮을 성장률을 유지하고 있다. 또한 각 지표의 변동성은 공연시설보다는 공연단체, 공공 부문보다는 민간 부문의 변동성에 기인하는 정도가 크다. 공연시설과 달리 공연단체의 경우 설립과 해체가 상대적으로 용이하다는 점, 공공 부문과 달리 민간 부문은 경영 성과와 시장 환경의 변화에 더욱 민감하게 반응한다는 점을 고려하면 이러한 기여도의 차이는 당연한 것으로 볼 수 있다.

<그림 1> 공연예술 시장의 성장 추이



개별 기업규모는 15년을 기점으로 감소세 전환... 민간 부문 인력 규모는 반토막

시장 전체적인 성장성을 확인하는 것과 더불어 개별 기업 수준의 규모가 어떻게 변화하고 있는지도 살펴볼 필요가 있다. 중소기업이 다수를 차지하는 시장 구조에서는 코로나 바이러스와 같은 강한 외부 충격의 여파가 클 수밖에 없다. 총 업체 수가 증가하는 것도 긍정적인 신호이지만, 개별 기업의 규모 또한 함께 성장해야 한다. 이를 확인하기 위해 업체 평균 인력 규모와 매출 규모를 산출하였다. 업체 평균 인력규모는 총 종사자 수를 총 업체 수로 나눈 값으로, 업체 평균 매출 규모는 총 매출액을 총 업체 수로 나눈 값으로 정의하였다.

<표 4>에 따르면, 공연예술 시장 업체 별 평균 인력 규모는 2010년에 18.72명을 기록한 이후 2015년 20.65명까지 상승세를 유지하였으나, 이후 빠른 감소세를 보이며 2018년에는 13.62명까지 하락하였다. 이러한 변동성 역시 전체 시장규모의 변동성과 마찬가지로 공연단체가 주도하였다. 공연단체의 평균 인력 규모는 2014년 24.46명으로 최고치를 기록한 후 급격히 감소하여 2018년에 14.11명 수준으로 낮아졌다. 같은 기간 민간 부문 공연단체는 21.21명에서 10.56명으로 기업 규모가 절반으로 축소되었지만, 공공 부문 공연단체는 40명대 후반의 인력 규모를

4) 2012년과 2014년에는 공연단체에 대한 조사가 이루어지지 않아 전체 시장 규모를 확인할 수 없음. 이에 따라, 이전 연도와 이후 연도의 값을 산술평균하여 그림을 작성하였음.

유지하였다. 공연시설의 경우 지난 10년간 평균 11~12명 정도의 인력 규모를 유지한 것으로 나타났지만, 부문을 나누어 보면 전혀 다른 추이를 보였다. 공공 부문은 14명 수준에서 18명 수준으로 꾸준히 증가하였지만, 민간 부문은 11명 수준에서 6명 수준으로 급감하였다. 요약하자면, 공연시설과 공연단체 모두 공공 부문은 인력 규모를 유지 또는 확충하였지만, 민간 부문은 10년 사이 절반 정도의 규모로 축소되었다.

<표 4> 공연예술 시장 평균 인력 규모 추이 (단위: 명)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	18.72	11.74	14.50	10.33	21.31	-	-
2011	-	11.57	11.11	11.90	-	-	-
2012	20.34	11.89	17.49	7.98	24.12	49.00	19.82
2013	-	11.93	17.16	8.33	-	-	-
2014	20.65	12.25	16.97	8.98	24.46	45.05	21.21
2015	18.73	12.20	18.71	7.68	21.66	47.38	17.67
2016	18.65	11.49	17.88	6.83	21.66	47.41	17.30
2017	16.16	12.15	18.41	7.37	17.59	48.01	13.39
2018	13.62	11.86	18.93	6.39	14.11	47.57	10.56

업체 별 평균 매출 규모 또한 비슷한 추이를 보였다. <표 5>에 따르면, 공연예술 시장 업체 별 평균 매출액은 2010년에 1억 8천만 원을 기록한 이후 2014년에 4억 2천만 원까지 급증하였으나, 이후 급격한 하락세를 보이며 2018년에는 다시 1억 8천만 원선으로 축소되었다. 이러한 변동성은 다른 지표들과 달리 공연시설의 평균 매출액 변화에 기인하고 있다. 공연단체의 공공 부문과 민간 부문 모두 2010년대 전반부에는 평균 매출액이 상승하다 후반부에는 감소하는 추이를 보이고는 있지만, 그 변화의 폭은 상대적으로 작다. 그러나 민간 공연시설에서는 최고 4억 원대였던 평균 매출액이 2018년에는 2억 8천만 원대로 크게 감소하였다. 평균 인력 규모와 마찬가지로 개별 기업의 매출액 규모 역시 민간 부문으로 인해 변동성이 나타났다고 볼 수 있다. 즉, 민간 부문은 지난 10년간 인력 규모와 매출액 규모 모든 면에서 소형화되어 왔다는 점이 두드러진다.

<표 5> 공연예술 시장 평균 매출 규모 추이 (단위: 백만 원)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	181	399	-	-	100	-	-
2011	-	365	394	344	-	-	-
2012	234	400	398	401	159	73	174
2013	-	421	-	-	-	-	-
2014	229	357	434	303	171	68	187
2015	235	378	515	282	172	90	185
2016	223	346	384	319	171	78	187
2017	210	343	398	302	162	81	173
2018	177	330	398	277	133	80	139

민간 부문의 향상된 1인당 생산성...재무건전성 확보를 위한 생존전략으로 이해해야

개별 기업의 규모가 소형화되는 것은 시장 환경의 변화에 취약할 수 있음을 의미하지만, IT의 도입과 직원의 다기능화 등 업무 효율성을 높일 수 있는 노력이 수반되었다면 이러한 우려는 불식될 수 있다. 이러한 기업의 생산성과 재무건전성을 확인하기 위해 1인당 생산성과 재정자립도의 추이를 살펴보았다. 1인당 생산성은 전체 시장의 총 매출액을 총 종사자 수로 나눈 값으로, 재정자립도는 총 지출액 대비 매출액의 비율로 정의하였다.

<표 6>에 따르면 다행스럽게도 시장 전체의 1인당 생산성은 꾸준히 증가해온 것으로 나타났다. 2010년 천만 원에 미치지 못했던 생산성은 2018년 천 삼백만 원 선으로 향상되었다. 이러한 상승세는 공연시설과 공연단체 모두 민간 부문에서 주도하였다. 같은 기간 공공 부문 공연시설의 생산성은 3천 5백만 원에서 2천 1백만 원 선으로 급감한 반면, 민간 부문 공연시설의 생산성은 3천만 원 선에서 4천 3백만 원 선까지 급증하였다. 마찬가지로 공연단체의 1인당 생산성에서도 공공 부문은 백만 원 대의 생산성에 머무른 반면, 민간 부문은 8백만 원대에서 1천 3백만 원 대로 증가하였다. 즉, 민간 부문은 인력 규모를 감축하되, 1인당 생산성을 높이는 방식으로 발전해 온 것으로 볼 수 있다.

<표 6> 공연예술 시장 1인당 생산성 추이 (단위: 백만 원)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	9.67	34.02	-	-	4.70	-	-
2011	-	31.55	35.44	28.90	-	-	-
2012	11.49	33.60	22.75	50.19	6.61	1.49	8.80
2013	-	35.29	-	-	-	-	-
2014	11.08	29.12	25.55	33.78	6.99	1.51	8.82
2015	12.57	30.96	27.52	36.77	7.93	1.90	10.44
2016	11.95	30.14	21.48	46.67	7.90	1.64	10.80
2017	12.97	28.28	21.63	40.95	9.20	1.68	12.93
2018	12.97	27.81	21.02	43.39	9.43	1.68	13.14

그러나, <표 7>에 따르면 공연예술 시장 민간 부문의 재정자립도는 지속적인 하락세를 보이는 것으로 나타났다. 공연시설과 공연단체 모두 부문을 구분하지 않을 경우의 재정자립도는 일정한 수준에서 소폭의 변화만을 보이는 것으로 보인다. 그러나 공공 부문과 민간 부문을 나누어 살펴보면 양상은 달라진다. 공공 부문에 비해 민간 부문의 재정자립도가 절대적으로 높은 것은 긍정적이지만, 민간 부문 재정자립도의 지속적인 감소세가 두드러진다. 공연시설 민간 부문의 경우 최대 82.8%였던 자립도가 2017년부터는 60%대로 하락하였고, 공연단체 민간 부문의 경우 최대 75.6%였던 자립도가 2017년부터는 30%대로 급락하였다. 공공 부문의 경우 설립 취지가 공공복리의 추구에 있기 때문에 재정자립도가 중대한 이슈가 아닐 수 있으나, 민간 부문은 상황이 다르다. 민간의 경우 이윤 추구가 중요한 경영 목표 중 하나이기 때문에 재정자립도의 하락은 생존과도 직결된 문제이다. 이러한 추이로 볼 때, 앞서 논의한 민간 부문의 인력 규모 감축은 운영비용 절감을 위한 불가피한 선택

으로도 이해할 수 있다.

<표 7> 공연예술 시장 재정자립도 추이 (단위: %)

연도	전체	공연시설	공공	민간	공연단체	공공	민간
2010	-	35.0	13.1	47.8	-	-	-
2011	-	31.7	16.8	46.9	42.0	5.9	75.6
2012	-	36.5	20.2	82.8	42.0	5.9	75.6
2013	-	39.1	23.4	81.3	-	-	-
2014	-	52.5	24.0	72.1	42.6	3.1	48.8
2015	-	54.5	32.1	70.0	43.8	3.6	50.2
2016	-	55.4	32.0	76.6	40.1	2.8	46.4
2017	-	48.6	21.6	69.3	34.2	2.7	38.6
2018	-	50.9	27.4	69.1	34.5	2.3	38.0

공연예술 시장과 영화 시장을 비교하다.

공연예술 시장과 유사하게 영화 시장에서도 2006년부터 매년 전체 시장을 대상으로 한 실태조사가 시행 및 발표되고 있다. 큰 틀에서 동일한 문화예술 산업에 속해있으며, 소비자 입장에서는 대체재로 인식되고 있다는 점에서 두 시장의 변화 양상을 비교하는 것은 공연예술 시장을 이해하는 데에 다양한 시사점을 제공할 수 있다. 지금부터는 앞서 논의한 국내 공연예술 시장의 지난 10년간의 추이와 같은 기간 동안 영화 시장의 변화 양상을 비교하고자 한다.

공연예술 시장의 실태조사는 가치 네트워크를 근거로 창작과 유통을 구분하여 조사하였다면, 영화 시장의 실태조사는 1차 시장과 2차 시장이라는 두 가지 가치 네트워크를 구분하여 조사하였다. 즉, 상영관에서 소비가 이루어지는 1차 시장과 그 이외의 플랫폼에서 소비가 이루어지는 부가관련 시장으로 양분한 것이다. 국내에서는 전체 수익 구조에서 1차 시장이 차지하는 비율이 압도적으로 높지만, 비디오테이프와 DVD로 영화를 소비하는 것이 보편적이었던 10여 년 전부터 관습적으로 이어져 내려온 조사 구분으로 이해할 수 있다. 또한, 공연예술 시장에서는 공공 부문과 민간 부문을 구분하여 조사하고 있지만, 영화 시장에서는 대부분이 민간 부문으로 구성되어 있기 때문에 별도의 구분은 하지 않고 있다. 이와 더불어, 공연예술 시장에서는 재무건정성과 관련한 지표로 재정자립도 한 가지만을 조사하고 있는 반면, 영화 시장에서는 경상이익률과 당기순이익률 등 다양한 지표를 조사 및 산출하고 있다. 본고에서는 두 시장의 전체 시장규모, 개별 기업규모, 생산성 및 재무건정성을 비교하고자 한다.

공연예술 시장, 업체 수와 종사자 수는 많지만 매출 규모는 영화 시장의 7분의 1

공연예술 시장과 영화 시장의 전체 시장규모를 비교하기 위해 업체 수, 종사자 수, 매출액 추이를 살펴보았다. <표 8>에서 요약되어 있듯이 2018년 기준 공연예술 시장의 업체 수는 4,663개, 영화 시장의 업체 수는 삼분의 일 수준인 1,369개로 나타났다. 공연예술 시장의 경우 시설과 단체 모두에서

꾸준히 증가하고 있으며, 특히 2016년부터 2018년까지 공연단체의 수가 급증한 것이 눈에 띈다. 반면, 영화 시장의 업체 수는 소폭의 등락은 있지만 2010년 1,663개에서 2018년 1,369개로 꾸준히 감소한 것으로 나타났다. 그러나 이러한 변동성은 전적으로 2차 시장에서의 변화에 기인한 것으로 보인다. 지난 10년간 1차 시장의 업체 수는 증감을 반복하여 1,300여개 수준을 유지하고 있지만, 2차 시장의 업체 수는 400여개에서 20여개로 대폭 감소하였다. 이는 IT 발전으로 인해 2차 시장이 비디오테이프나 DVD와 같은 저장매체 중심에서 온라인 다운로드 및 스트리밍 중심으로 전환됨에 따라 이전 세대 기술을 기반으로 한 업체들이 대거 시장에서 사라진 것으로 해석할 수 있다.

<표 8> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 업체 수 (단위: 개)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	3,034	820	2,214	1,663	1,250	413
2011	-	868	-	1,494	1,094	400
2012	3,052	944	2,108	1,462	1,083	379
2013	-	984	-	1,427	1,390	37
2014	3,318	1,034	2,284	1,285	1,261	24
2015	3,319	1,026	2,293	1,111	1,083	28
2016	3,356	992	2,364	1,398	1,365	33
2017	3,880	1,019	2,861	1,409	1,382	27
2018	4,663	1,029	3,634	1,369	1,340	29

<표 9> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 종사자 수 (단위: 명)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	56,799	9,624	47,175	30,366	25,984	4,382
2011	-	10,039	-	29,493	25,845	3,648
2012	62,071	11,224	50,847	30,775	28,097	2,678
2013	-	11,738	-	30,238	29,504	734
2014	68,527	12,669	55,858	29,646	29,013	633
2015	62,176	12,513	49,663	30,100	29,343	757
2016	62,589	11,394	51,195	28,974	28,245	728
2017	62,702	12,377	50,325	29,546	28,811	735
2018	63,487	12,206	51,281	30,878	29,969	909

두 시장의 종사자 수 추이는 <표 9>에 정리되어 있다. 2018년 기준 공연예술 시장의 종사자 수는 6만 3천 명 대, 영화 시장의 종사자 수는 절반 수준인 3만 명 정도로 조사되었다. 공연예술 시장의 종사자 수는 2010년대 중반에 최고 수준을 기록한 뒤 큰 폭으로 감소하였고, 이후 완만한 증가세를 이어나가고 있다. 반면, 영화 시장의 종사자 수는 지난 10년간 3만 명 선에서 등락을 반복하고 있다. 구체적으로 보면, 업체 수와 마찬가지로 2차 시장의 종사자 수는 4천 4백 명 수준에서 천 명 이하로 크게 감소하였다. 그러나 같은 기간 1차 시장의 종사자 수가 비슷한 수준으로 증가하면서 전체 종사자 수가 유지된 것으로 볼 수 있다.

두 시장의 매출액 추이는 <표 10>에 요약되어 있다. 2018년 기준 공연예술 시장의 매출액은 8,233억 원, 영화 시장의 매출액은 약 일곱 배 수준인 5조 8,898억 원으로 집계되었다. 공연예술 시장의 매출액은 지난 10년간 꾸준한 성장을 이어가고 있다. 영화 시장의 성장세는 더욱 가파르다. 지난 10년간 공연예술 시장의 매출액 성장률은 약 50%였고, 같은 시간 영화 시장의 매출액 성장률은 76%에 달했다. 절대적인 시장규모가 일곱 배 정도 크다는 점을 고려하면 이러한 성장률은 괄목할만하다 할 수 있다. 또한, 2차 시장의 구조가 근본적인 전환기를 맞이했음에도 불구하고 성장의 발판을 마련했다는 점도 주목할 만한 부분이다.

업체 수와 종사자 수 모두 공연예술 시장이 많았지만, 매출액 규모는 이와 반대로 영화 시장에서 압도적 우위를 보였다. 영화는 공연예술과 달리 최초의 상품 한 단위를 생산한 이후 추가 생산에 따르는 한계 비용이 0에 가까운 특징이 있기 때문에 이와 같은 생산성의 차이를 보이는 것은 당연하다 할 수 있다. 그러나 국민 1인당 영화 관람 횟수는 2018년 기준 4.37회로 전 세계 최고 수준을 보이고 있지만, 공연예술의 경우 1회에도 미치지 못한다는 점 또한 간과해서는 안 된다. 상품 원가 구조의 상이성은 분명하지만 공연예술이 영화에 비해 아직까지 대중적인 관심을 충분히 끌어내지 못하고 있다는 점 또한 자명하다.

<표 10> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 매출액 (단위: 백만 원)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	549,313	327,441	221,872	3,344,841	3,099,440	245,401
2011	-	316,711	-	3,833,659	3,563,483	270,176
2012	713,045	377,169	335,876	4,364,369	4,091,013	273,627
2013	-	414,204	-	4,664,748	4,338,906	325,842
2014	759,315	368,890	390,425	4,565,106	4,373,194	191,912
2015	781,491	387,433	394,058	5,112,219	4,680,168	432,051
2016	747,991	343,458	404,533	5,256,081	4,758,645	497,437
2017	813,218	350,004	463,214	5,494,670	4,918,324	576,346
2018	823,255	339,490	483,765	5,889,832	5,208,447	681,385

중소기업 중심의 공연예술과 영화 시장...코로나를 계기로 온라인 유통 논의 시작해야

앞서 논의한 바와 같이, 전체 시장규모와 함께 개별 기업규모 또한 시장의 특성을 이해하는 데에 중요한 기준이 된다. 공연예술 시장과 영화 시장의 평균 인력 규모 비교는 <표 11>에, 평균 매출 규모 비교는 <표 12>에 요약하였다. <표 11>에 따르면, 2018년 기준 공연예술 시장의 평균 인력 규모는 13.62명, 영화 시장의 평균 인력 규모는 22.56명으로 나타났다. 공연예술 시장의 기업들이 근래에 급격히 소형화되고 있는 점이 두드러지기는 하지만, 지난 10년 전체적으로 살펴보면 두 시장의 평균 인력 규모에는 큰 차이가 없다. 영화 시장의 경우에도 1차 시장의 평균 인력 규모는 소폭의 변동만 있을 뿐 20명대 초반을 유지하고 있다. 단, 2차 시장의 평균 인력 규모는 온라인 유통으로 변화하면서 빠르게 증가하고 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 평균 인력 규모 (단위: 명)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	18.72	11.74	21.31	18.26	20.79	10.61
2011	-	11.57	-	19.74	23.62	9.12
2012	20.34	11.89	24.12	21.05	25.94	7.07
2013	-	11.93	-	21.19	21.23	19.84
2014	20.65	12.25	24.46	23.07	23.01	26.38
2015	18.73	12.20	21.66	27.09	27.09	27.04
2016	18.65	11.49	21.66	20.73	20.69	22.06
2017	16.16	12.15	17.59	20.97	20.85	27.22
2018	13.62	11.86	14.11	22.56	22.36	31.34

<표 12> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 평균 매출 규모 (단위: 백만 원)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	181	399	100	2,011	2,480	594
2011	-	365	-	2,566	3,257	675
2012	234	400	159	2,985	3,777	722
2013	-	421	-	3,269	3,122	8,807
2014	229	357	171	3,553	3,468	7,996
2015	235	378	172	4,601	4,321	15,430
2016	223	346	171	3,760	3,486	15,074
2017	210	343	162	3,900	3,559	21,346
2018	177	330	133	4,302	3,887	23,496

반면 <표 12>에 따르면, 2018년 기준 공연예술 시장의 평균 매출 규모는 1억 7,700만 원, 영화 시장의 평균 매출 규모는 약 24배에 달하는 43억 원 수준으로 나타났다. 또한, 공연예술 시장의 평균 매출 규모는 2015년 이후 감소세로 전환하였지만, 영화 시장의 평균 매출 규모는 2010년 20억 원에서 2018년 43억 원으로 꾸준히 증가하였다. 1차 시장의 증가율은 다소 낮지만, 2차 시장의 평균 매출 규모는 2010년 6억 원 수준에서 2018년 235억 원 수준으로 대폭 상승하였다. 온라인 중심의 유통구조로 변화하면서 기업이 대형화됨과 동시에 고부가가치 시장으로 완벽히 탈바꿈한 것이다. 공연예술 시장에서도 꽤 오래전부터 온라인 유통에 대한 논의가 이루어졌지만, 생산과 소비가 공연장에서 동시에 이루어진다는 공연예술의 핵심효용을 제공하지 못한다는 점에서 큰 주목을 받지 못했다. 그러나 올 한 해 코로나로 인해 전 세계인의 생활 방식에 근본적인 변화가 일어나기 시작했고, 공연예술의 소비 방식에도 ‘언택트(untact)’라는 새로운 화두가 부상하였다. 영화 시장의 전례가 그대로 적용될 것이라는 보장은 없지만, 판데믹으로 인한 전환 국면에서 온라인 유통의 고부가가치성에 대해서도 본격적인 논의를 시작해야 하는 것은 분명해 보인다.

생존을 위한 인력 감축 아닌 진정한 생산성 향상 도모해야

마지막으로 두 시장의 생산성과 재무건전성을 살펴보자. 공연예술 시장과 영화 시장의 1인당 생산성 비교는 <표 13>에, 재무건전성 비교는 <표 14>에 정리하였다. <표 13>에 따르면, 2018년 기준 공연예술 시장의 1인당 생산성은 1,300만 원 수준인 반면, 영화 시장의 1인당 생산성은 15배에 가까운 1억 9,000만 원 수준으로 나타났다. 공연예술 시장의 생산성은 지난 10년간 완만한 상승세를 보였다. 구체적으로는 시설에서 감소 추세를, 단체에서 증가 추세를 보이고 있다. 영화 시장에서도 지난 10년간 지속적으로 생산성이 향상되었으며 그 속도는 더욱 빨랐다. 2010년 1억 1,000만 원 수준의 생산성이 2019년에는 약 73% 향상된 1억 9,000만 원이 되었다. 이러한 상승세는 1차 시장과 2차 시장 모두에서 나타났는데, 1차 시장은 상대적으로 완만한 상승세를 보인 반면, 2차 시장은 2010년 5,600만 원 수준에서 2018년 7억 5,000만 원 수준으로 무려 1,200% 이상의 생산성 향상을 거두었다. 이는 앞서 설명한 바와 같이 온라인 유통의 부가가치 창출 능력이 월등하기 때문인 것으로 볼 수 있다.

<표 13> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 1인당 생산성 (단위: 백만 원)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	9.67	34.02	4.70	110.15	119.28	56.00
2011	-	31.55	-	129.99	137.88	74.06
2012	11.49	33.60	6.61	141.82	145.60	102.18
2013	-	35.29	-	154.27	147.06	443.93
2014	11.08	29.12	6.99	153.99	150.73	303.18
2015	12.57	30.96	7.93	169.84	159.50	570.74
2016	11.95	30.14	7.90	181.41	168.48	683.29
2017	12.97	28.28	9.20	185.97	170.71	784.14
2018	12.97	27.81	9.43	190.75	173.79	749.60

재무건전성의 경우 두 시장을 직접적으로 비교할 수 있는 지표를 구할 수 없어 공연예술 시장에서는 재정자립도를, 영화 시장에서는 당기순이익률을 활용하였다. 당기순이익률은 매출액 대비 기업 활동에서 얻은 모든 손익을 감안한 당기순이익의 비율로 정의할 수 있다. <표 14>에 따르면 공연예술 시장에서는 시설의 재정자립도는 개선되고 있지만, 단체의 재정자립도는 악화되고 있는 것으로 나타났다. 반면, 영화 시장의 경우 2010년도 중반까지 당기순이익률이 증가하다가, 중반 이후부터는 다시 감소세로 전환된 것으로 나타났다. 이러한 변동성은 1차 시장에 의해 야기되었으며, 2차 시장의 경우는 시장 구조의 변화와 더불어 수익성 지표도 큰 폭으로 변화하고 있는 것으로 보인다.

재무건전성과 관련해서는 두 시장을 직접 비교하는 것이 쉽지 않지만, 영화 시장에서는 수익을 창출하는 기업이 대부분이지만 공연예술 시장에서는 그렇지 못하다는 점에 주목해야 한다. 물론 수익성을 중시하지 않는 공공 부문의 비중이 크기 때문인 탓도 있지만, 민간 부문도 재정자립도가 100%를 넘지 못하고 있는 실정이다. 예술과 관련하여 수익성을 논하는 것이 부적절하다는 의견도 존재할 수 있다. 그러나 코로나의 여파가 언제까지 지속될지, 향후 소비 방식이 어떻게 변화할지 예상하

기 어려운 현재 상황에서 공연예술 전반의 존속과 발전을 포괄적으로 논하는 것은 필연이다.

<표 14> 공연예술 시장과 영화 시장의 비교: 재무건전성 - 재정자립도와 당기순이익률 (단위: %)

연도	공연예술	시설	단체	영화	1차 시장	2차 시장
2010	-	35.0	-	1.8	2.2	-9.7
2011	-	31.7	42.0	5.3	5.5	4.1
2012	-	36.5	42.0	6.5	6.6	6.5
2013	-	39.1	-	7.8	8.2	2.8
2014	-	52.5	42.6	7.9	8.1	3.2
2015	-	54.5	43.8	4.9	5.1	2.1
2016	-	55.4	40.1	6.2	6.1	7.3
2017	-	48.6	34.2	3.2	2.9	5.9
2018	-	50.9	34.5	1.9	1.5	4.8

마치며.

지금까지 공연예술조사 데이터를 근거로 지난 10년간 공연예술 시장의 성장과정과 영화 시장과의 차이를 논하였다. 국내 공연예술 시장은 지난 10년간 양적인 성장을 이룬 것은 분명하다. 업체 수와 매출액이 지속적으로 성장하였고, 종사자 수도 큰 방향성은 증가세에 있다고 볼 수 있다. 그러나 질적인 측면에서는 오히려 부정적인 추이를 확인할 수 있었다. 민간 부문은 급격하게 소형화되고 있으며, 공연시설의 평균 매출 규모도 감소세를 벗어나지 못하고 있다. 민간 부문의 1인당 생산성이 증가하고 있지만, 이는 재무건전성 확보를 위해 인력을 감축한 결과로 이해하는 것이 타당하다. 인력 감축에도 불구하고 민간 부문의 재정자립도가 지속 하락세인 점도 주목해야 한다. 이러한 상황은 영화 시장과의 비교 과정에서 더욱 분명해진다. 업체 수와 종사자 수 측면에서 공연 예술 시장의 절대적 규모가 영화 시장보다 더 크지만 매출액 규모, 기업 평균 매출액, 1인당 생산성 등 모든 수익성 지표에서 비교가 무색할만한 수치를 보였다. 물론, 공연예술과 영화의 특수성에 따른 원가구조의 차이가 이러한 결과에 상당한 영향일 미치고 있다. 그러나 이러한 차이를 앞세워 두 시장의 대중성과 부가가치성에 대한 논의를 회피하는 것은 공연예술 시장에 아무런 도움을 줄 수 없다. 일부 시장 현황에 대한 비교에 불과하지만, 영화 시장과의 비교를 통해 공연예술 시장의 현실을 보다 객관적으로 바라보는 계기가 되어야 한다.

본고에서는 데이터 스스로 지난 10년간 공연예술 시장의 변화에 대해 이야기 해주기를 기대하며, 데이터에 대한 해석은 최소화하였다. 인과성에 대한 엄밀한 진단 없이 가설에 불과한 해석을 다양하게 개진하는 것은 오히려 독자의 주관적인 해석을 방해할 수 있다. 본고에 포함된 일부 해석 역시 저자의 주관적인 해석일 뿐임을 다시 한 번 강조하고 싶다. 서두에서 언급한 것처럼 지난 10년을 돌아보는 일이 코로나 시대 이후의 미래에 대한 단초를 제공할 수 있기를 바란다.

지역별 공연시설 및 단체 시계열 분석: 지역 간 문화격차를 중심으로

글: 서울대학교 경영학부 부학장 김상훈

1. 연구배경 및 목적

직장인 정00씨는 2019년 12월 뮤지컬 <오페라의 유령>이 2012년 첫 내한 이후 7년만에 부산에 상륙한다는 소식을 듣고 설레는 마음을 감출 수 없었다. 유튜브 및 음원 스트리밍 사이트에서 주요 넘버를 간접적으로 접하기만 하던 정씨는 마침내 자신의 그토록 보고싶었던 오페라의 유령을 거주지에서 볼 수 있게 된 것이다. 자칭 뮤지컬 열성 팬인 이00씨는 7년전에는 대학생 신분이었기에 왕복 교통비와 시간에 대한 부담으로 서울에서 공연하던 오페라의 유령을 볼 수 없었다. 따라서 부산에서 처음으로 막을 올리는 오페라의 유령은 그가 특별한 공연 경험을 얻을 수 있는 절호의 기회였다.

위 사례는 우리 사회에서 일상적으로 발생하고 있는 ‘문화격차’의 단면을 보여준다. 문화격차란 ‘문화활동에 대한 접근과 향수가 각 개인마다 다르게 작용하는 문화 불평등 현상(박용치, 2003)’이라고 정의되는데, 문화 콘텐츠의 향유 기회는 개인 삶의 질뿐 아니라, 지역의 경제 활력과 경쟁력에도 영향을 미치는 중요한 문제가 아닐 수 없다. 문화격차는 다양한 이유에 의해 발생하는데 본고는 ‘지리적 요인’의 관점에서 문제에 접근하고자 한다(<표1> 참조). 지리적 요인은 거주 지역 내 문화 시설이 위치하지 않아 발생하는 문제로, 결국 지역별 문화 인프라의 불균등한 분포에 기인한다고 할 수 있다. 이는 일차적으로 문화적 자원이 부족한 지역 거주민들의 문화예술 향유에도 영향을 미치지만, 문화산업이 지역경제에 기여할 수 있는 잠재적 가능성과도 깊이 연계되어 있다. 양질의 문화예술 콘텐츠를 직접 체험하기 위해서는 해당 인프라를 갖춘 인근 지역에 방문해야 하기 때문이다. 또한 지리적 접근성의 차이는 문화적, 심리적 요인의 원인으로도 작용한다는 점에서 문화격차를 설명함에 있어 무엇보다 중요한 요인이라 할 수 있다.

본고에서는 다양한 문화 장르 중 ‘공연’ 콘텐츠에 집중하여 공연문화의 지역 간 격차 현황 및 관련 문제점을 시계열 분석(2011년-2018년)을 통해 살펴보고자 하였다. ‘공연문화 지역 간 격차’는 <표 2>와 같은 세부 항목으로 분류할 수 있으며, 특히 공연시설 및 공연단체는 지역 주민들의 공연 콘텐츠 향유 기회에 직접적이고도 결정적인 영향을 미치는 요소라는 점에서 집중해서 분석해 볼 필요가 있다. 문화체육관광부에 의하면 2018년 기준 전국 문화기반시설은 총 2,749개인데, 경기도 526개(19.1%), 서울 386개(14%), 인천 101개(3.7%)로 전체의 36.8%(1013개)가 수도권에 집중되어 있다. 이 수치를 통해 공연시설 역시 수도권 집중도가 높을 것이라는 단순 예상이 가능하지만, 공연문화 정책에 대한 구체적 시사점을 얻기 위해 ‘공연’ 인프라에 대한 연도별 수치를 좀 더 상세히 분석해 보고자 한다.

<표 1> 문화격차의 발생 원인

요인		발생 원인
객관적 원인	경제적 요인	- 경제적 어려움으로 인해 문화비 지출의 여유가 부족. - 생업으로 인한 여가시간 자체의 부족.
	지리적 요인	- 문화 시설과 거주지 간의 물리적 거리가 먼 경우. - 지역의 낮은 인구 밀도로 인해 문화 인프라의 부재.
	신체적 요인	- 신체적 장애로 인한 문화 경험의 어려움.
	사회적 요인	- 적절한 문화 콘텐츠의 부재.
주관적 원인	문화적 요인	- 과거의 문화 체험 부족으로 인한 개인의 문화 해독력 및 관심의 부족.
	심리적 요인	- 문화 소비에 대한 심리적 부담감 및 거부감.

출처: 서울시정개발연구원(2004) 보고서에서 발췌, 변형

<표 2> 공연문화 지역간 격차 분석 항목

구분	분석 항목				
	공연시설	공연단체	공연콘텐츠	향유 기반	향유 정도
주요 내용	공연시설 수 공연장 수 (규모 별)	공연단체 수 (장르 별)	공연 프로그램 수	공연시설 직원 수 공연 예산 규모	공연관람객 수 공연 시설 당 관람객 수

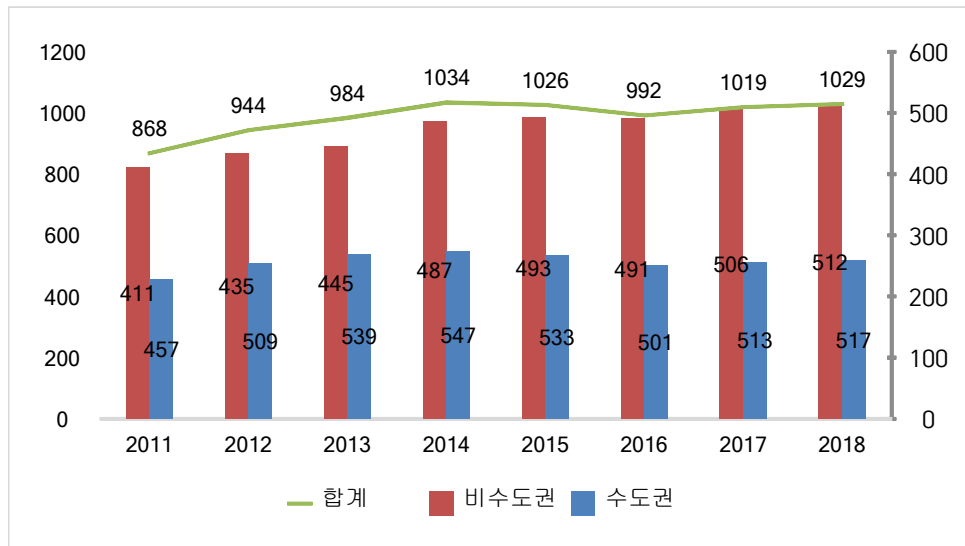
출처: 국토연구원(2014) 보고서에서 발췌, 변형

2. 공연 시설 현황

<문화예술진흥법>에서는 문화기반시설을 ‘공연, 전시, 문화보급 및 전수 등 문화 예술 활동에 지속적으로 이용되는 시설’이라고 정의하고 있다. 이 때 공연이라 함은 ‘음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 곡예 등 예술적 관람물을 실연에 의하여 공중에게 관람하도록 하는 행위’를 말하며, 이와 같은 법적 정의에 따라, ‘공연 시설’은 공연 활동에 지속적으로 이용되는 시설을 의미함을 알 수 있다.

1) 공연 시설

<그림 1> 공연시설 수 수도권/비수도권 현황 (개)

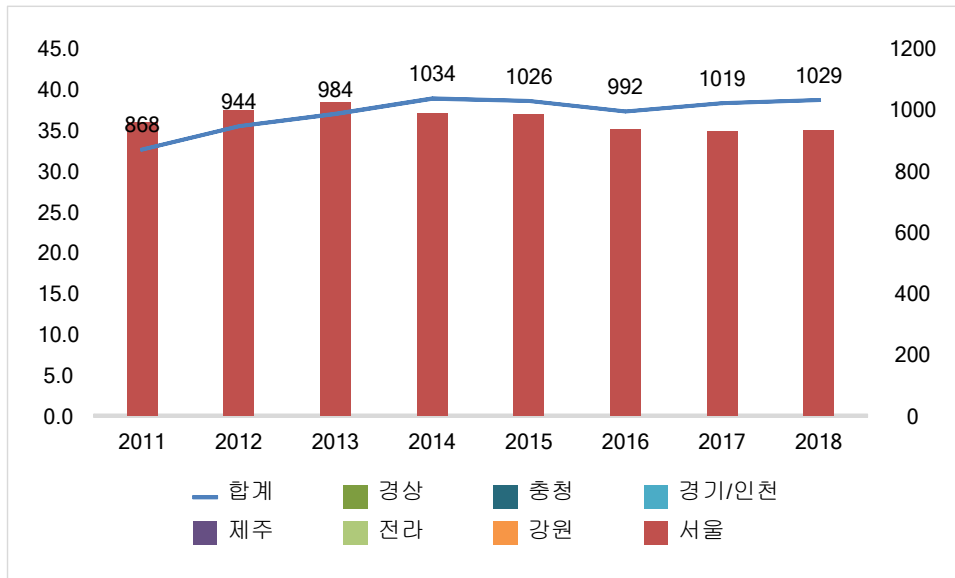


공연 시설은 전국 기준 2011년 868개에서 2018년 1,029개로 꾸준히 증가했다. 공연 시설의 소재지에 따라 수도권(서울, 인천, 경기)과 비수도권으로 구분하여 살펴보면, 2018년 기준 수도권 3개 시, 도에 공연 시설의 50.2%가 분포하고 있다. 2018년 공연 시설의 증가율은 2011년 대비 수도권이 13.1%, 비수도권이 24.6%로 비수도권의 공연 시설이 더욱 확충되고 있는 추세이다. 종합적으로 공연 시설의 수도권 집중화 현상은 2011년 52.6% 였던 것에 비해 다소 완화되었으나, 여전히 높은 수치를 보인다는 것을 알 수 있다.

<표 3> 공연시설 지역별 개수 및 비중 현황 (개, %)

구분	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
서울	312	35.9	352	37.3	377	38.3	383	37.0	378	36.8	347	35.0	355	34.8	359	34.9
경기/인천	145	16.7	157	16.6	162	16.5	164	15.9	155	15.1	154	15.5	158	15.5	158	15.4
강원	41	4.7	41	4.3	42	4.3	42	4.1	40	3.9	39	3.9	42	4.1	42	4.1
충청	79	9.1	83	8.8	84	8.5	87	8.4	89	8.7	92	9.3	101	9.9	98	9.5
전라	84	9.6	93	9.9	97	9.9	105	10.2	113	11.0	109	11.0	109	10.7	115	11.2
경상	181	20.8	192	20.3	196	19.9	217	21.0	220	21.4	220	22.2	224	22.0	229	22.3
제주	26	3	26	2.8	26	2.6	36	3.5	31	3.0	31	3.1	30	2.9	28	2.7

<그림 2> 공연시설 지역별 개수 및 비중 현황 (개, %)



공연시설 소재지를 지역 별로 살펴보면, 2018년 기준 서울이 359개(전체 공연시설의 34.9%)로 가장 많고, 경상이 229개(22.3%), 경기/인천이 158개(15.4%)로 비교적 높은 비중을 차지한다. 지역 별 공연시설 수 비중 및 순서는 2011년부터 2018년까지 큰 변동 없이 유지되고 있으며, 2011년 대비 증가율은 전라(36.9%), 경상(26.5%), 충청(24.1%) 순으로, 타 지역 대비 전라 지역의 공연 인프라 확충 정도가 높다는 것을 알 수 있다.

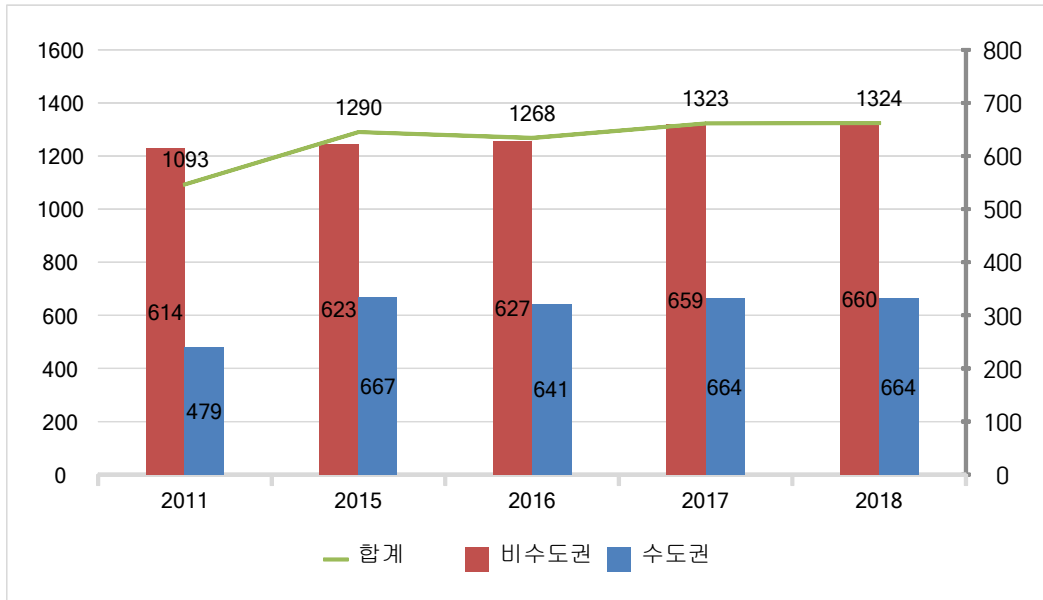
2) 공연장

공연 시설 중 공연장은 <공연법>에 의해 규정된 시설로서 '공연을 주된 목적으로 설치하여 운영하는 시설'을 의미한다(이 때 영화 상영관은 제외됨). 전체 공연장의 개수는 <그림 3>에서 알 수 있듯, 2011년 1,093개에서 2018년 1,324개로 지속적으로 증가하는 추세이다.

한편 공연장의 소재지에 따라 수도권과 비수도권으로 구분하여 살펴보면, 2018년 기준 수도권에 공연장의 50.2%가 분포되어 있는 상황이다. 공연장의 수도권 집중화 현상은 2011년 기준 43.9%에서 오히려 강화되고 있는 추세인데, 이와 관련해서는 공연장 규모 별 공연장 수 증가에 대해 살펴 볼 필요가 있다. <문화예술진흥법> 시행령에 따르면 공연장은 좌석 수에 따라 대규모 공연장(1,000석 이상), 중규모 공연장(300석 이상 1,000석 미만), 소공연장(300석 미만)으로 구분되는데, <표 4>에서 알 수 있듯 2018년 기준 전국적으로 소공연장이 727개로 전체 공연장의 54.9%를 차지하며, 중공연장이 485개(36.7%), 대공연장이 112개(8.5%)를 차지한다. 수도권/비수도권 별로 권역 내 공연장 비중을 살펴보면, 2018년 기준 수도권의 대공연장 비중은 7.7%로 전국 기준 8.5%에 비해 낮으며, 소극장의 비중이 59.6%로 높다는 것을 알 수 있다. 소극장의 경우 2011년 298개에서 2018년 396개로 약 32.9% 증가하였으며 이는 비수도권의 소극장이 26.3% 증가한 것에 비해 높은 수치임을 알 수 있다. 중공연장의 경우도 비수도권의 경우에는 오히려 272개에서 268개로 -1.5% 감소한 것에 비해, 수도권의 경우는 144개에서 217개로 50.7% 증가했다는 것을 확인하였다. 이를 통해 수도권의 경우 대공연장의 비중을 약 8%대에서 안정적으로 유지하고 있는 것과 함께, 중/소공연장의 인프라를 확충하여 문화다양성 측면에서

대형 규모의 공연뿐만 아니라 소규모 자본의 공연들 역시 대중들에게 더 자주 선보일 수 있는 기반이 함께 마련되어 가고 있는 것이라는 판단이 가능하다. 비수도권의 경우는 전술 했 듯, 중/소공연장의 증가율이 수도권에 비해 높지 않으며, 대공연장의 경우는 오히려 2011년 대비 감소한 것으로 나타났다.

<그림 3> 공연장 수 수도권/비수도권 현황 (개)



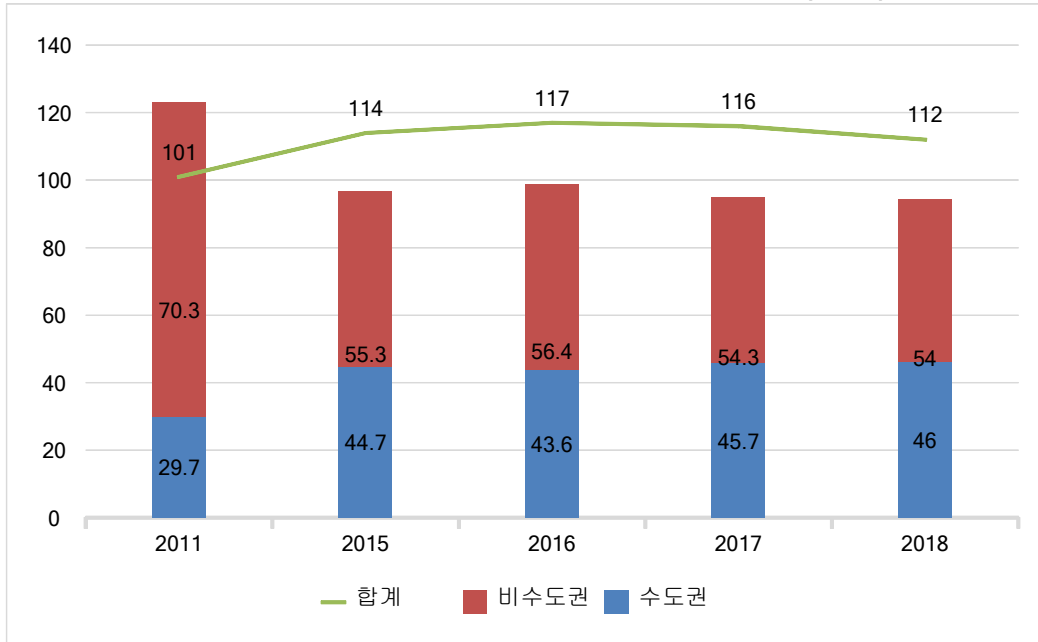
<표 4> 공연장 규모 별 수도권/비수도권 현황(개, %)

구분	2011 년			2015 년			2016 년			2017 년			2018 년		
	대공연장	중극장	소극장	대공연장	중극장	소극장	대공연장	중극장	소극장	대공연장	중극장	소극장	대공연장	중극장	소극장
수도권	30 (6.3)	144 (30.1)	298 (62.2)	51 (7.6)	214 (32.1)	402 (60.3)	51 (8)	212 (33.1)	378 (59)	53 (8)	217 (32.7)	394 (59.3)	51 (7.7)	217 (32.7)	396 (59.6)
비수도권	71 (11.6)	272 (44.3)	262 (42.7)	63 (10.1)	260 (41.7)	300 (48.2)	66 (10.5)	256 (40.8)	305 (48.6)	63 (10)	266 (40)	330 (50.1)	61 (9.2)	268 (41)	331 (50.2)
합계	101 (9.2)	416 (38)	560 (51.2)	114 (8.8)	474 (36.8)	702 (54.4)	117 (9.2)	468 (36.9)	683 (53.9)	116 (8.8)	483 (36.5)	724 (54.7)	112 (8.5)	485 (36.7)	727 (54.9)

*참고 : 2012년-2014년에 해당하는 데이터가 누락되어, 해당 기간은 분석에서 제외하였다, 또한 2011년의 경우, 응답상의 오류로 규모에 따른 공연장 구분이 이루어지지 않은 데이터가 존재하며, 이로 인해 전체 공연장 수와 규모 별 공연장 수의 합산 값이 일치하지 않는다.

한편 지역 별 대규모 공연장 여건은 지역 별 공연 가능한 콘텐츠의 종류에도 영향을 미친다는 점에서 분석에 의의가 있다. 뮤지컬을 예로 들면, ‘라이온 킹’, ‘오페라의 유령’ 등과 같은 미국 브로드웨이와 영국 웨스트엔드의 대표작, 즉 킬러콘텐츠를 유지하기 위해서 대형공연장이 필수라고 할 수 있다. 때문에 앞선 분석이 각 권역 별로 공연장의 규모 비중이 어떻게 다른 지를 보여주는 것이었다면, 본 분석은 대규모 공연장이 수도권에 특히 집중되어 있음을 보여줌으로써, 내한하는 유명 공연 등과 같은 상대적으로 특수한 문화적 기회를 얻기 위해서는 비수도권 지역 거주민들이 많은 시간과 비용을 할애해야만 하는 상황을 보여주는 것이라 할 수 있다.

<그림 4> 대규모 공연장 수 수도권/비수도권 현황 (개, %)

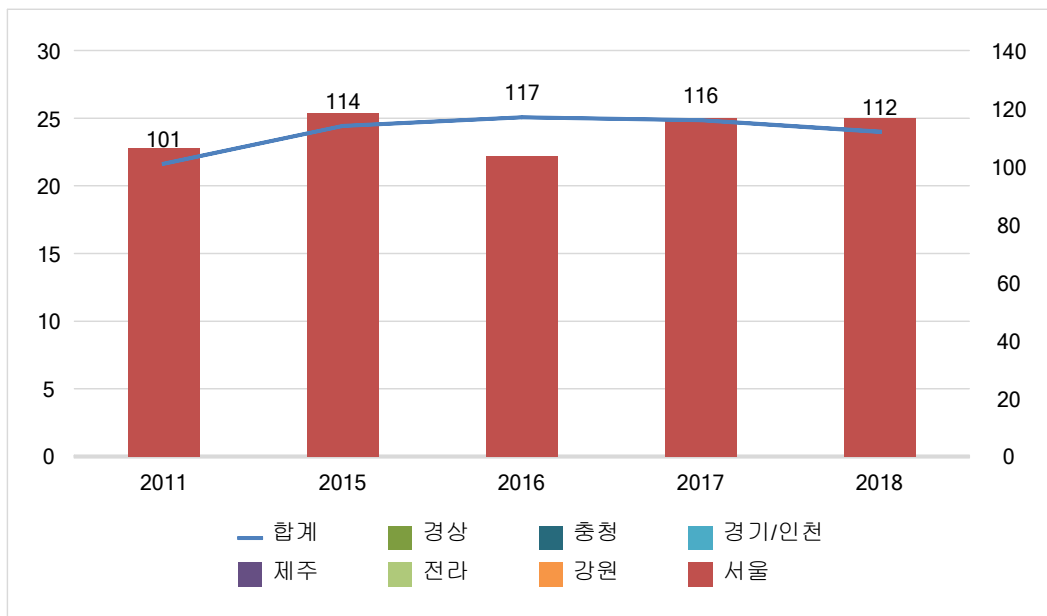


<그림 4>에서 보이듯 전국적으로 대규모 공연장은 2011년 101개에서 2017년 116개로 매년 증가 추세였으나, 2018년은 2017년 대비 소폭 감소하였다. 대규모 공연장의 소재지에 따라 수도권과 비수도권으로 구분하여 살펴보면, 2018년 기준 수도권에 대규모 공연장의 46%가 분포하고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 대규모 공연장의 수도권 집중화 현상은 2011년 29.7%에서 2018년 46%로 지속적으로 강화되고 있는 추세이다.

<표 5> 대규모 공연장 지역별 현황 (개, %)

구 분	2011		2015		2016		2017		2018	
서울	23	22.8	29	25.4	26	22.2	29	25	28	25
경기/인천	7	6.9	22	19.3	25	21.4	24	20.7	23	20.5
강원	3	3	4	3.5	5	4.3	4	3.4	5	4.5
충청	41	40.6	14	12.3	16	13.7	16	13.8	14	12.5
전라	7	6.9	14	12.3	12	10.3	12	10.3	12	10.7
경상	20	19.8	22	19.3	24	21	22	19	23	20.5
제주	0	0	9	7.9	9	7.7	9	7.8	7	6.3

<그림 5> 대규모 공연장 지역별 현황 (개, %)



<표 5>와 <그림 5>를 통해 대규모 공연장 소재지를 지역 별로 살펴보면, 2018년 기준 서울이 28개(전체 대규모 공연장의 25%)로 가장 많고, 경기/인천, 경상이 동일하게 23개(20.5%)로 상대적으로 높은 비중을 차지하여, 충청이 14개(12.5%)로 그 뒤를 잇고 있다. 증가율의 경우 2011년 대비 경기/인천, 제주에서 100% 이상 증가하였으며, 타시도에 비해 경상, 서울은 증가율이 낮고, 충청은 오히려 감소하였다는 것을 알 수 있다.

1) 공연장 객석수

지역별 공연장 객석수가 많다고 해서 반드시 공연 인프라가 잘 갖춰졌다고 말할 수는 없을 것이다. 수요를 감안해야 하기 때문인데, 가장 단순한 방법은 인구 당 객석수를 분석하는 것이다. 공연장 객석수는 2011년 51만 7천 개에서 2018년 55만 개로 꾸준히 증가하는 추세이며, 인구 1천명당 객석수는 2011년 9.6개에서 2012년 10.4개가 된 후, 2018년까지 지속적으로 10개 이상을 유지하고 있다. 2018년 기준으로 인구 1천명당 객석수는 제주(27.4명), 강원(19.0명), 서울(16.3명) 지역이 상대적으로 많고, 경기/인천(6.3명), 충청(10.1명) 지역이 상대적으로 낮음을 알 수 있다. 제주와 강원 지역의 객석수가 높은 것은 관광지라는 지역적 특성이 작용한 것으로 보인다. 2011년 대비 인구 1천명당 객석 수가 많이 증가한 지역은 전라(25.2%), 경상(24.4%)이며, 경기/인천은 인구 수는 증가하였으나, 객석수가 감소하여 1천명당 객석수가 오히려 감소하였다(-12.5%).

<표 6> 인구 1천명 당 객석 수 지역별 현황 (개)

구 분	2011		2015		2016		2017		2018	
	객석수	1천명당 객석수	객석수	1천명당 객석수	객석수	1천명당 객석수	객석수	1천명당 객석수	객석수	1천명당 객석수
서울	137,425	13.4	160,046	16	149,496	15.1	161,483	16.4	159,391	16.3
경기/인천	106,765	7.2	92,234	6	97,761	6.2	100,711	6.4	100,210	6.3
강원	27,004	17.6	25,835	16.7	27,401	17.7	28,983	18.7	29,257	19
충청	52,307	10.1	54,904	10.2	59,240	10.9	60,642	11	55,970	10.1
전라	53,887	10.3	68,006	13	65,297	12.5	65,523	12.6	66,780	12.9
경상	120,980	8.2	143,585	9.7	142,739	9.7	148,558	10.1	149,008	10.2
제주	18,814	32.7	22,840	36.6	21,883	34.1	20,119	30.6	18,294	27.4
합계	517,182	9.6	541,615	10.5	536,416	10.4	557,036	10.8	549,653	10.6

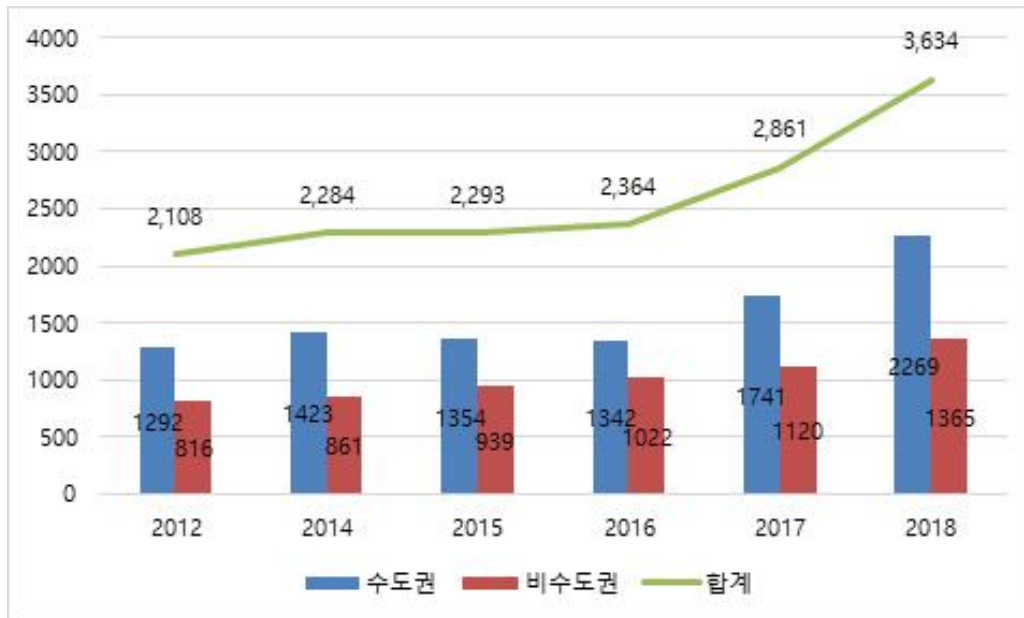
3. 공연단체 현황

공연시설 및 공연장이 공연 예술의 유통 부문에 해당한다면, 공연단체는 창작(제작) 부문에 해당하는 영역이다. 공연단체는 운영 주체에 따라 국립(중앙정부), 공립(지자체), 민간(민간 운영)으로 구분되며, 주요 활동 장르에 따라서도 구분할 수 있다. 먼저 단체 특성별로는 2018년 기준으로 국립단체 14개(0.4%), 공립단체 335개(9.2%), 민간단체가 3,285(90.4%)로 조사되었다. 주요 활동 장르 별로는 양악⁵⁾이 1,192개(32.8%)로 가장 많았으며, 그 다음이 연극 1,151개(31.7%), 국악 689개(19.0%), 무용 454개(12.5%), 복합 148개(4.1%) 순이었다.

<그림 6>에서 알 수 있듯 공연 단체는 매년 증가하는 추세이며 2017년 이후 증가폭이 커졌다. 공연 단체의 소재지에 따라 수도권과 비수도권으로 구분하여 살펴보면, 2018년 기준 수도권에 공연 단체의 62.4%가 분포하고 있다. 공연 단체의 수도권 집중화 현상은 2012년 61.3%와 비교하여 여전히 높은 수치를 보임을 알 수 있다. 공연 단체의 증가율은 2018년 기준 2012년 대비 수도권이 75.6%, 비수도권이 67.3%로 수도권의 증가율이 더욱 돋보이는 추세이다.

5) 문화체육관광부의 공연장르 구분 기준에 따라 서양고전음악(오페라, 클래식 등), 서양현대음악(재즈 등)을 양악이라 지칭.

<그림 6> 공연단체 수 수도권/비수도권 현황 (개)



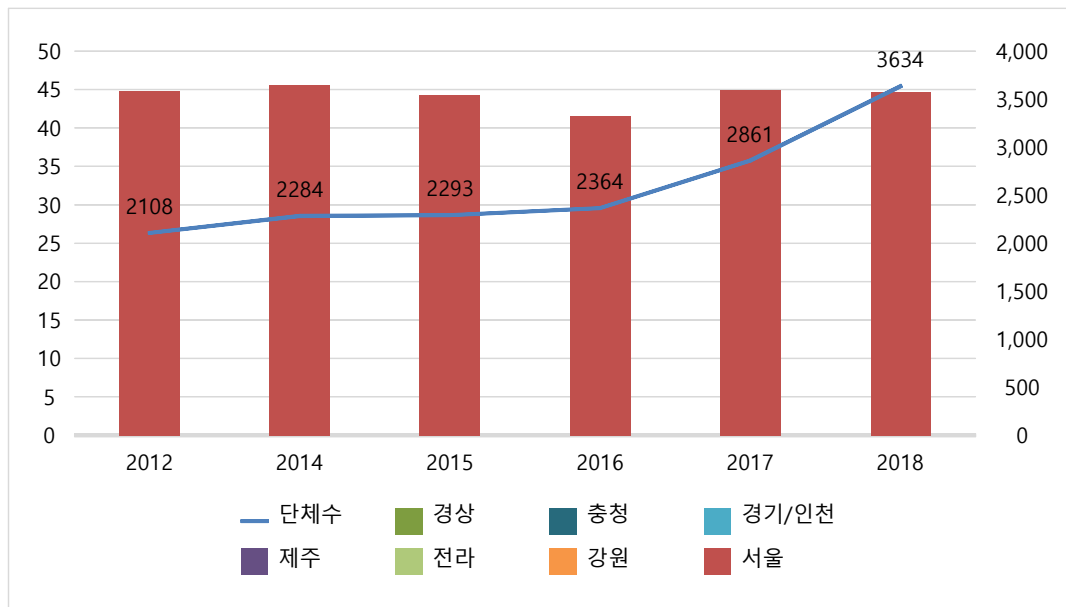
* 참고 : 공연단체의 경우 2014년까지는 2년 단위로 조사가 이루어졌기 때문에, 2011년도의 데이터는 누락되어 있다.

<표 7> 공연단체 지역별 현황 (개, %)

구 분	2012		2014		2015		2016		2017		2018	
서울	944	44.8	1,041	45.6	1,016	44.3	981	41.5	1,286	44.9	1,626	44.7
경기/인천	348	17	382	17	338	15	361	15	455	16	643	18
강원	76	3.6	81	3.5	94	4.1	99	4.2	105	3.7	120	3.3
충청	136	7	146	6	158	7	164	7	186	7	246	7
전라	177	9	182	8	201	9	219	9	238	8	290	8
경상	403	19	427	19	465	20	516	22	566	20	677	19
제주	24	1.1	25	1.1	21	0.9	24	1	25	0.9	32	0.9

<표 7>과 <그림 7>을 통해 공연단체 소재지를 지역 별로 살펴보면, 2018년 기준 서울이 1,626개(전체 공연단체의 44.7%)로 가장 많고, 경상 677개(19%), 경기/인천 643개(18%) 순이다. 이는 공연시설의 지역 별 비중과도 일치하는 것으로, 이를 통해 공연시설 및 공연단체의 지역 별 분포가 서로 상관관계가 있다는 것을 알 수 있다. 지역 별 공연시설 수의 비중 순서는 2012년부터 2018년까지 큰 변동 없이 유지되고 있으며, 증가율은 2012년 대비 경기/인천(84.8%), 충청(80.9%), 서울(72.2%) 순이다.

<그림 7> 공연단체 지역별 현황 (개, %)



4. 요약 및 제언

공연시설 및 공연단체의 지역별 분포를 시계열 데이터로 분석한 결과 공연예술의 주요 인프라가 수도권 지역에 밀집되어 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 2018년 기준 공연시설의 수도권 비중은 50.2%로 2011년의 52.6%와 비교하여 다소 낮아졌으나 여전히 높은 것으로 밝혀졌다. 공연장의 경우는 수도권 집중화 현상이 오히려 강화되고 있는 추세인데 2011년 43.9%에서 2018년 50.2%로 높아졌다. 공연장의 규모에 따라 살펴보면, 공연 가능한 콘텐츠의 종류와 질에 영향을 미치게 되는 1,000석 이상 대규모 공연장의 46%가 수도권에 분포하고 있을 뿐 아니라 (2011년 29.7%), 중/소 공연장의 증가율도 비수도권에 비해 압도적으로 높았다.

인구 1천명당 객석수는 관광지라는 지역적 특성상 2018년 기준 제주와 강원이 각각 27.4명, 19.0명으로 전국 평균 10.6명보다 높은 수치를 보였으며, 2011년 대비 객석수가 가장 많이 증가한 지역은 전라(25.2%), 경상(24.4%) 순이었다. 공연 단체의 경우에는 더욱 심각한데, 수도권 집중도가 62.4%로 공연 시설 대비 더 높은 집중도를 보였으며, 2012년 61.3%와 비교하여 오히려 증가한 모습을 보였다. 공연단체 수의 증가율 측면에서도 2012년 대비 수도권이 75.6%, 비수도권이 67.3%로 수도권의 증가율이 더욱 돋보이는 추세인데 특히 경기/인천은 2012년 대비 84.8% 증가했다.

과거 7년간 공연 인프라가 개선된 지역을 살펴보면 다음과 같다. 공연시설의 경우 2011년 대비 7년간 증가율은 전라 36.9%, 경상 26.5%, 충청 24.1%로 이 지역의 공연 인프라가 수도권(13.1% 증가)에 비해 다소 빠른 속도로 확대되고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 공연장의 경우 전술한 바와 같이 수도권이 성장을 주도하고 있으나, 대규모 공연장의 경우 경기/인천과 경상도가 상대적으로 높은 비중(각각 21%)을 차지하고 있고, 증가율은 경기/인천과 제주가 높았다. 인구

천명당 객석 수가 증가한 지역은 전라(25.2%), 경상(24.4%)로 나타났다. 공연단체의 경우는 수도권 증가율이 높았는데 비수도권 중에서는 충청(80.9%) 지역의 증가율이 가장 높았다. 이와 같은 분석 결과는 수도권 및 특정 지역에 집중되어 있는 공연시설 및 공연단체의 분포와 추세를 보여줌으로써 문화 인프라 격차의 현실을 진단하고 공연문화의 지역 격차 문제를 해소하기 위한 정책수립의 근거를 제공하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

하지만 본 연구는 지역 간 문화격차를 ‘공급’ 측면에서만 다룸으로써, 지역별 ‘수요’에 대한 측면을 간과하였다는 점에서 한계를 가지고 있다. 향후 지역별 선호하는 공연 콘텐츠에 대한 파악 및 거주민들의 시설 만족도 조사 등을 통해 수요 차원의 분석이 함께 이루어진다면, 보다 심층적인 지역간 문화격차 분석과 보다 실질적인 정책적 제안이 가능할 것으로 생각된다.

또한 공연문화는 무대, 장치 등의 하드웨어적 요소뿐만 아니라 영상, 음악, 특수효과, 아티스트 등 소프트웨어와 콘텐츠 측면이 함께 어우러지는 복합예술이기 때문에, 하드웨어적 측면만이 아닌 다른 제반 요소의 지역 인프라 수준도 함께 진단하고 발전시켜 나가야 한다.

장기적인 국가 경쟁력 차원에서 공연문화를 육성하기 위해서는 자체 공연을 육성해내는 데 필요한 스토리텔링, 기획, 연출력 등을 갖춘 공연 전문가를 배양하는 것 또한 중요한 문제이다. 물론 공연 유통의 핵심인 공연시설과 공연장을 구축하는 것이 기본이겠지만, 공연문화의 지역 격차 문제를 다양한 차원에서 진단할 수 있는 보다 세밀한 하위 항목들을 개발하고, 관리하는 한편 이를 기반으로 한 체계적인 공연문화 정책이 뒷받침되어야 할 것이다.

참고 문헌

- 박용치(2003), “문화격차와 문화산업의 육성,” 법률행정논집, 10, pp.120~147.
- 국토연구원(2014), “지역 간 문화격차 해소방안 연구” 보고서.
- 문화체육관광부, 예술경영지원센터(2019), “공연예술실태조사” 보고서.
- 서울시정개발연구원(2004), “서울시민의 문화격차:실태와 정책과제” 보고서.

공연시설과 공연기획사의 성장 과정 비교

글: 세종대학교 경영학부 조교수 이지수

1. 서론

코로나 19로 인해 어려움을 겪지 않은 분야를 찾기 어려울 정도로 코로나 사태는 우리 사회 전반에 영향을 미치고 있다. 그 중에서도 공연예술 산업은 사상 최악 수준의 혹한기를 맞았다. 코로나 감염우려로 관객들의 예매 취소가 잇따르고 사회적 거리두기 강화로 인해 취소, 연기되는 공연이 많아지고 여기에 공연시설의 휴관까지 길어지면서 그야말로 공연예술산업에 코로나 직격탄이 날아든 것이다. 코로나 사태 직전까지의 공연예술시장은 지난 10년간 그 어느 분야보다 눈부신 성장세를 보여왔다는 점에서 지금의 위기가 더욱 안타깝기만 하다. 과거에는 공연예술이 일부의 중산층만이 향유하는 문화라는 인식이 있었으나 대중성 있는 뮤지컬 장르를 중심으로 공연예술에 대한 관객들의 관심이 점점 높아지면서 공연예술산업은 지속적인 성장을 이어왔다. 공연예술시장은 2017년 처음으로 8천억 원대에 진입하였고, 2018년에는 8,232억 원 규모의 거대한 시장이 되었다. 비록 지금은 예기치 못한 외부적 요인으로 성장에 제동이 걸렸지만, 지금이야말로 잠시 숨을 고르고 ‘성장 공연’의 제 2막을 준비할 때라는 생각이 든다.

본고는 공연예술시장의 중요한 두 축을 담당하고 있는 공연시설과 공연기획사의 성장 추이를 비교함으로써 공연예술시장의 성장 과정을 되짚어 보기 위한 목적에서 작성되었다. 공연예술산업은 콘텐츠 창작, 유통, 소비의 가치사슬(value chain)로 구성되어 있다. 이 중 공연기획사와 공연시설은 각각 창작 주체와 유통 주체에 해당한다. 공연기획사는 주로 공연시설을 대관하여 공연을 기획하거나 자체적으로 공연을 제작하는 역할을 하며, 공연시설은 공연예술단체가 공연을 하는 장소의 역할을 한다. 공연기획사와 공연시설 모두 공연의 홍보, 마케팅 등의 다양한 역할을 동시에 수행하고 있는데, 이 두 주체의 협력을 통해 최종적으로 관객이 향유할 수 있는 형태로 공연이 전달된다. 소규모 공연기획사가 주를 이루었던 과거와 달리 최근에는 대형 기획사가 등장하고 있으며, 비관객의 관심을 끌만한 흥행 공연도 많아졌다. 본고에서는 최근 들어 공연기획사의 활약세가 두드러지게 나타난다는 점에 착안하여 공연시설과 공연기획사와 관련한 지난 수년간의 데이터를 비교함으로써 공연예술산업이 겪어 온 구조적 변화에 대해서도 점검하고자 하였다.

이를 위해 구체적으로, 본고에서는 예술경영지원센터의 공연예술실태조사 결과를 활용하여 공연시설과 공연기획사의 규모와 매출액, 재정현황에 대한 시계열 분석을 실시하였다. 공연예술실태조사는 2005년 이래 매년 진행해 오고 있는 조사로, 구조화된 설문지를 통해 공연시설과 공연단체의 운영현황에 대한 조사통계를 발표하고 있다. 동 조사에서는 ‘공연시설’을 복합시설 전체로 정의하고, 그 하위 유형으로 문화체육관광부에서 건립기금과 운영자금을 보조하는 중앙정부 공연시설, 문화체육관광부에서 건립비를 지원받은 공공 공연시설인 문예회관, 기타 공공 공연시설과 민간 공연시설 등을 포함하였다. 또한 ‘공연단체’의 하위 유형에는 국가가 설립한 국립 공연단체, 광역 지자체에서 설립한 공립(광역) 공연단체, 기초 지자체에서 설립한

공립(기초) 공연단체, 민간공연단체, 민간기획사를 포함하였다. 본고에서의 ‘공연시설’은 공연예술실태조사 상의 용어와 동일하며, ‘공연기획사’는 공연단체의 하위 분류인 ‘민간기획사’에 해당하는, 즉 공연을 기획하고 제작하는 기획사를 의미한다. 아쉽게도, 2011년 조사에서는 공연단체와 민간기획사의 구분 없이 민간단체로 조사되었으며, 2012년과 2014년에는 공연시설에 대한 조사만 실시되어 민간기획사 자료가 부재하다. 다행히 2015년 조사(2014년 기준)부터는 공연단체 내 ‘민간 기획사(이하 공연기획사)’ 세부 분류를 추가하여 공연기획사에 대한 통계 자료를 제공하고 있다. 따라서 본고에서는 공연시설과 공연기획사 간의 성장 과정 비교를 위해 양측에 대한 통계가 있는 2015년 조사(2014년 기준)부터 2019년 조사(2018년 기준)까지 5년간의 자료를 활용하였다. 본고의 모든 분석결과는 기준년도를 중심으로 기술하였다. 본고의 내용이 공연시설과 공연기획사를 중심으로 공연예술시장이 지난 5년간 성장해 온 과정을 이해하고 향후 제도약 방안을 마련하기 위한 기초 통계로 활용되기를 기대한다.

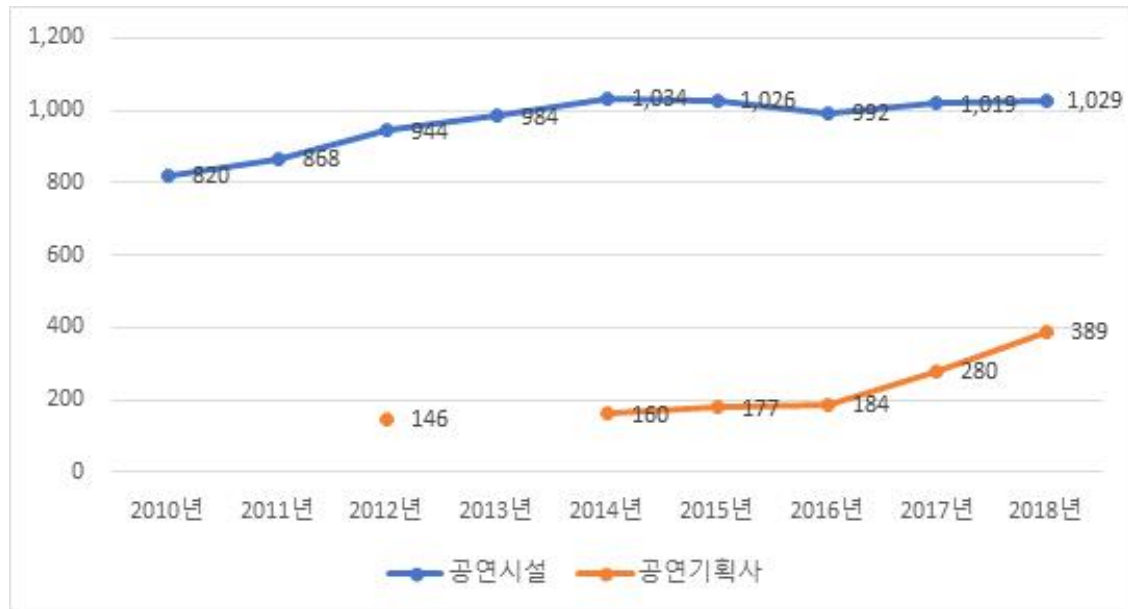
2. 분석 결과

2.1. 최근 5년간 공연시설 vs. 공연기획사의 업체 수 변화

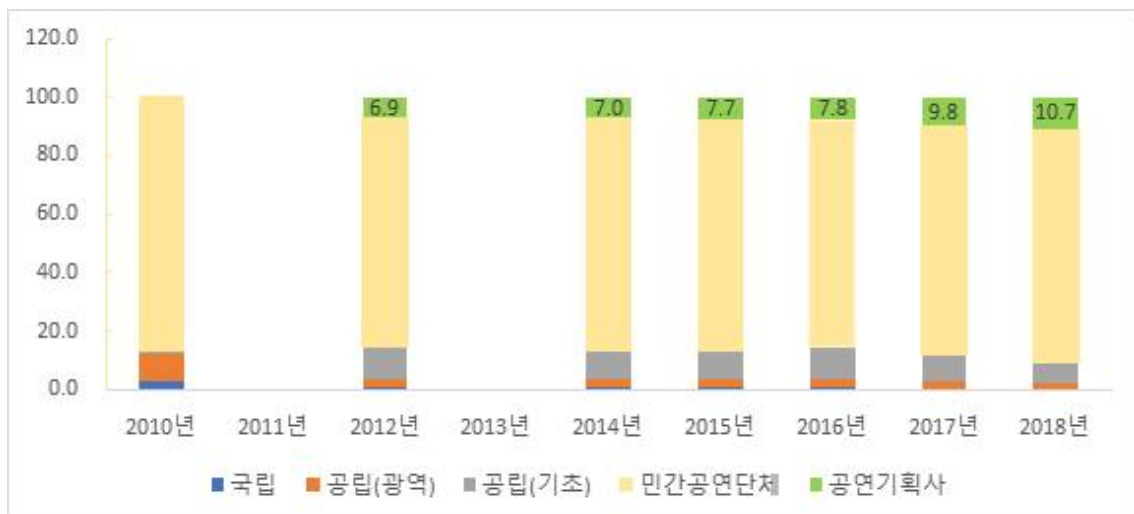
“최근 5년 간 공연시설의 수는 감소한 반면, 공연기획사의 수는 143%나 증가”

먼저 공연시설과 공연기획사의 업체 수 변화를 살펴보자. <그림 1>에 따르면 2010년에서 2014년 사이에 공연시설의 수는 820개에서 1,034개로 26%가량 증가했으나, 2014년에서 2018년에는 오히려 일부 감소하여 2018년 기준 1,029개의 공연시설이 운영 중이다. 반면에, 공연기획사의 수는 최근 5년간 꾸준히 증가해 왔는데, 2014년 160개에서 2018년 389개로 143%나 증가한 것을 확인할 수 있다. 특히 2016년부터 2018년 사이에 공연기획사의 수가 2배 이상 증가하였는데(2016년 184개, 2018년 389개), 이는 뮤지컬 장르에 대한 관객의 관심과 소비가 확대된 영향이 작용한 것으로 보인다. 공연기획사가 많아지면서 공연단체 내에서 공연기획사가 차지하는 비중도 높아졌다.

<그림 1> 공연시설 vs, 공연기획사 업체 수 (단위: 개)

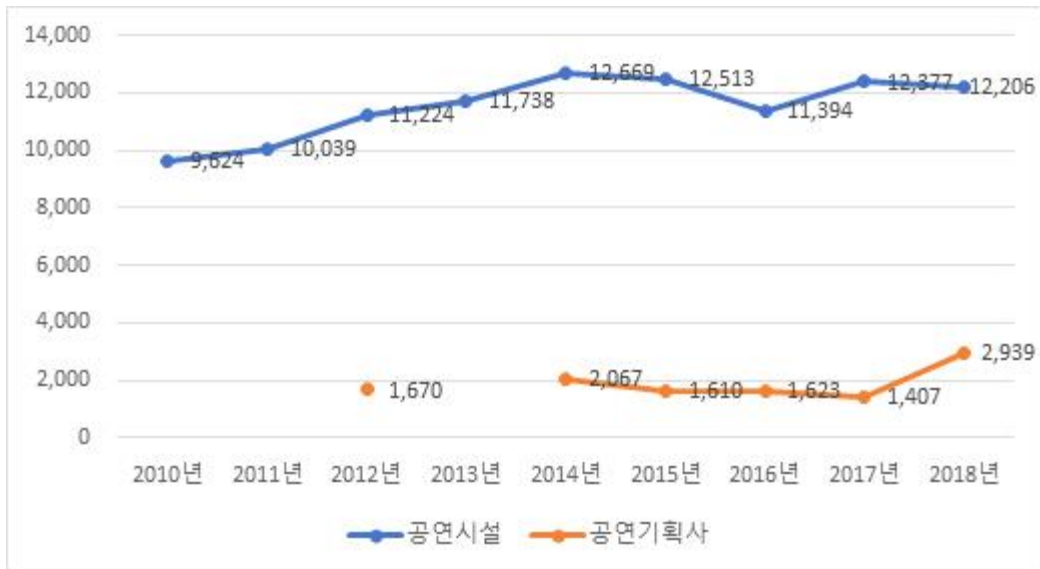


<그림 2> 공연단체 내 공연기획사의 비중 (단위: %)

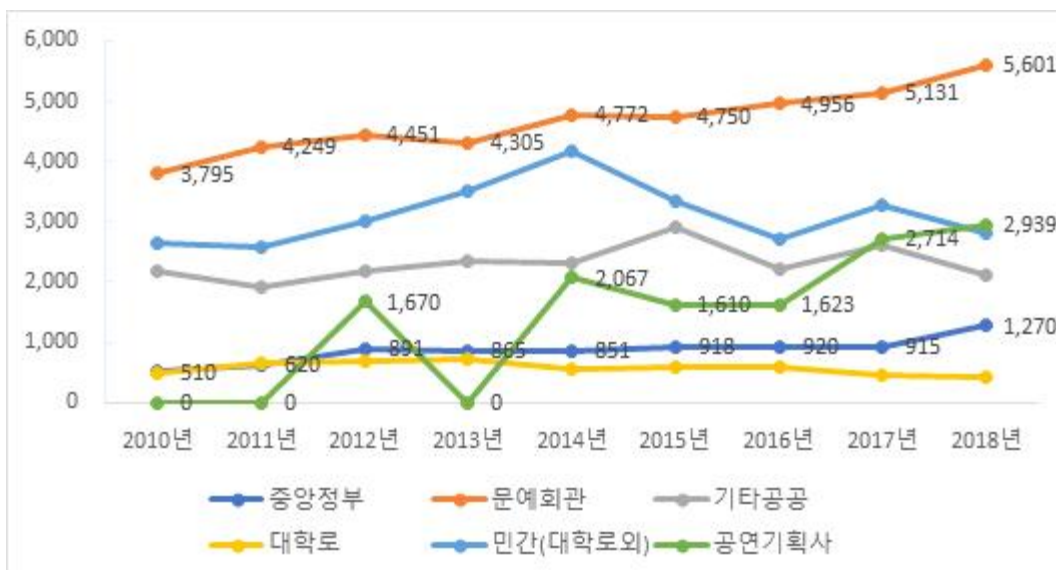


<그림 2>에 따르면, 공연 단체(국공립 공연단체, 민간 공연단체, 공연기획사) 내 공연기획사가 차지하는 비중은 2014년 7%, 2015년 7.7%, 2016년 7.8%, 2017년 9.8%, 2018년 10.7%로 최근 5년간 꾸준히 증가한 것을 볼 수 있다. 공연기획사 종사자 수 역시 2014년 2,067명, 2015년 1,610명, 2016년 1,623명, 2017년 1,407명에서 2018년 들어 그 수가 2,939명으로 급격히 증가하였다. 반면에, 공연시설의 경우, 2014년부터 2018년까지 종사자 수에 큰 변화가 없었다, 공연시설의 유형별로 나누어보았을 때 중앙정부 공연시설과 문예회관 유형에서 종사자 수가 유일하게 소폭 증가한 것을 확인할 수 있다(<그림 3>, <그림 4>).

<그림 3> 공연시설 vs. 공연기획사 종사자 수 (단위: 명)



<그림 4> 공연시설(유형별) vs. 공연기획사 종사자 수 (단위: 명)



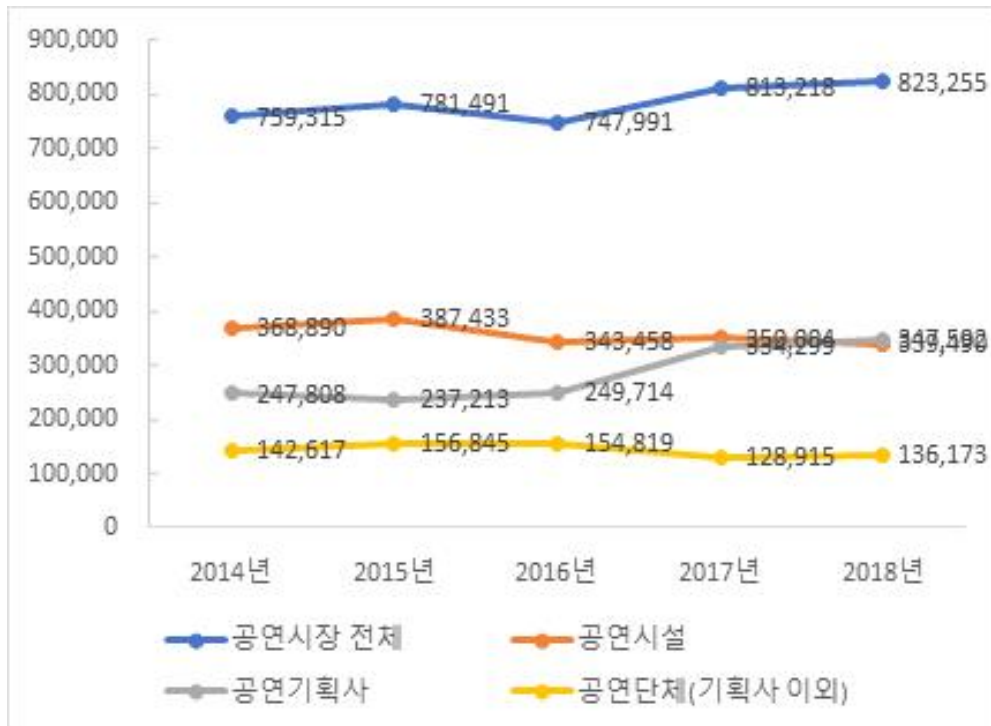
2.. 최근 5년간 공연시설 vs. 공연기획사 매출액 변화

“공연기획사 매출액 증가가 지난 5년간 공연예술시장의 성장을 주도”

공연예술시장 매출액은 2016년 일시적 침체를 겪었던 것을 제외하고는 2014년 7,593억 원에서 2018년 8,232억 원 규모에 이르기까지 꾸준한 성장세를 보여왔다. 이러한 성장에는 공연기획사의 역할이 매우 크다 할 수 있다. 최근 대형기획사를 중심으로 스타마케팅을 실시하고 검증된 흥행작이 나타나면서 공연소비가 활성화 되었다. 지난 5년간 공연시설의 매출액은 2014년 3,688억 원에서 2018년 3,394억 원으로 소폭 낮아진 반면에, 공연기획사의 매출액은 2014년 2,478억 원에서 2018년 3,475억 원으로 1천억 원 가까이 증가했다. 공연기획사를 제외한 공연

단체의 매출액은 공연시설과 마찬가지로 최근 2년간 감소세를 보였다는 점에서도 공연기획사가 공연예술시장의 성장을 주도한 주인공임을 확인할 수 있다(<그림 5>).

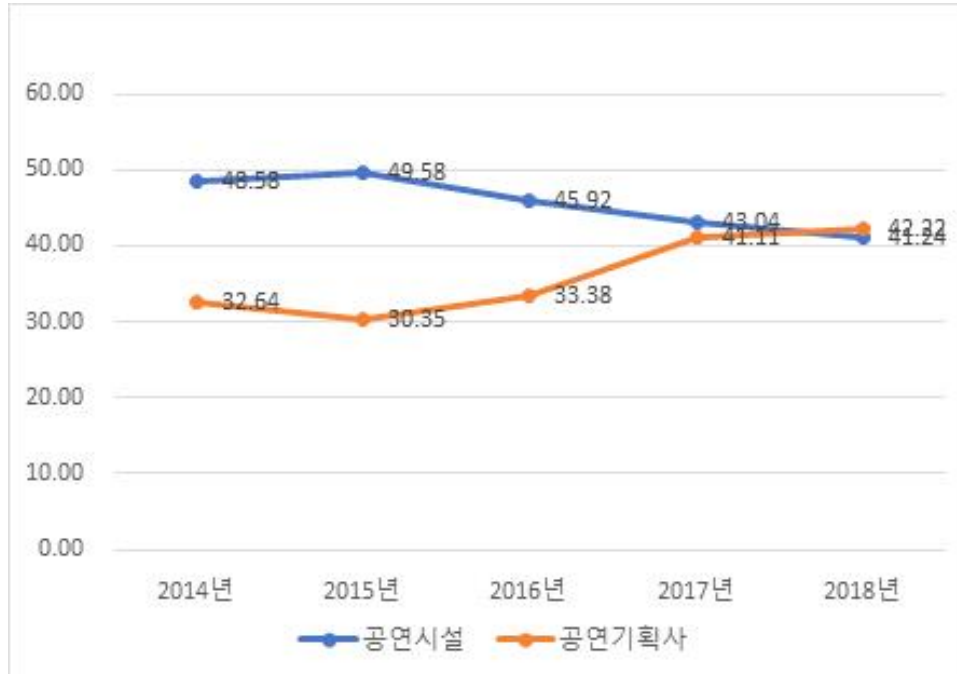
<그림 5> 공연시장 전체 및 공연시설, 공연기획사, 공연단체(기획사 이외) 매출액 (단위: 백만 원)



“공연예술시장의 판도가 공연기획사를 중심으로 재편되는 중”

2018년에는 처음으로 공연기획사의 매출액(3,476억원)이 공연시설의 매출액(3,395억원)을 넘어 서며, 공연기획사가 전체 공연시장 매출액의 42.2%를 차지하기에 이르렀다. 업체 수 면에서 공연단체의 7%~10%에 불과한 공연기획사가 공연예술시장 전체 매출액의 42.2%를 차지한다는 것은 실로 놀라운 성적표라 할 수 있다. 지난 5년간 공연예술시장 내 매출액 비중 추이를 보더라도 공연기획사 매출의 비중은 증가한 반면, 공연시설의 매출의 비중은 감소한 것을 확인할 수 있다(<그림 6>). 구체적으로, 공연기획사가 공연예술시장 전체의 매출에서 차지하는 비중은 2014년 32.6%, 2015년 30.3%, 2016년 33.3%, 2017년 41.1%, 2018년 42.2%로 2015년 이후 매년 증가한 반면, 공연시설이 공연예술시장 전체의 매출에서 차지하는 비중은 2014년 48.5%, 2015년 49.5%, 2016년 45.9%, 2017년 43.0%, 2018년 41.2%로 2015년 이후 감소하는 추세에 있다. 이는 공연예술시장의 주도권이 공연시설에서 공연기획사로 옮겨가고 있음을 의미한다.

<그림 6> 공연시장 내 공연시설, 공연기획사의 매출액 비중 (단위: %)



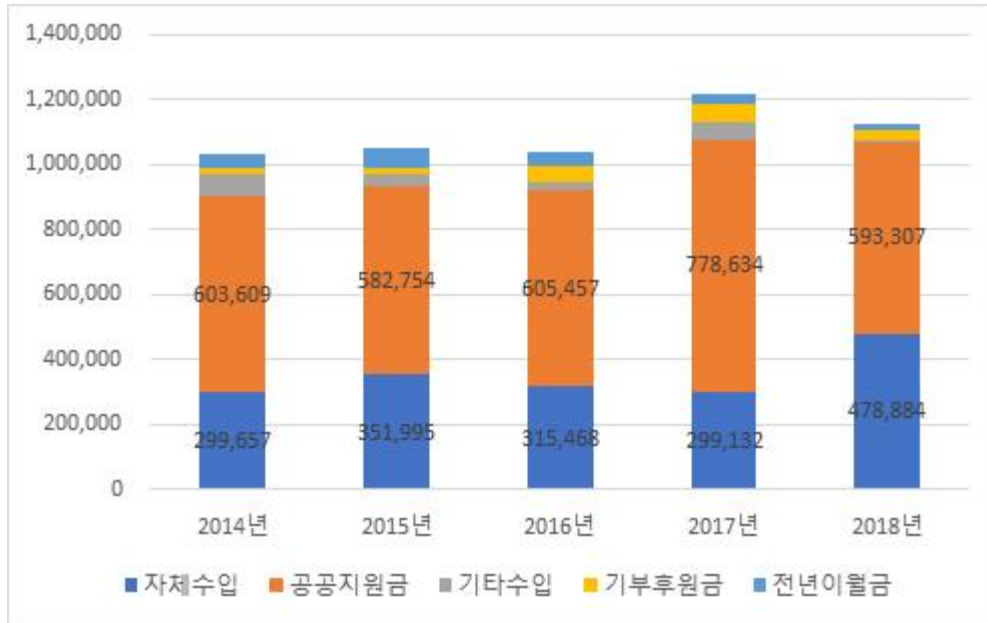
2.3. 최근 5년간 공연시설 vs. 공연기획사 재정 현황

“최근 5년간 공연시설의 자체수입의존도가 증가했으나 공연기획사에 비해서는 아직 현저히 낮은 수준”

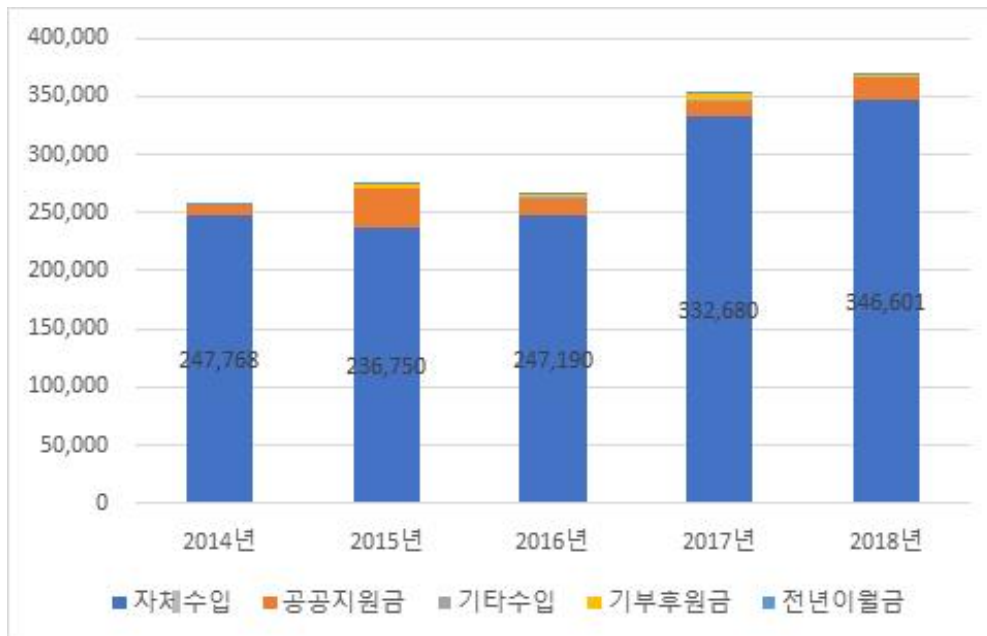
다음으로, 공연시설과 공연기획사의 재정 현황을 비교해보자. 먼저 두 주체의 수입 구조를 비교한 결과, 전반적으로 공연시설이 공공지원금에 대한 의존도가 높은 것과 달리, 공연기획사는 자체수입의 비중이 절대적으로 높게 나타났다(<그림 7>, <그림 8>).

최근 5년간 공연시설의 연간 총 수입액 중 자체수입이 차지하는 비중은 2014년 29.03%에서 2018년 42.69%까지 높아졌으나 자체 수입 비중이 90%를 웃도는 공연기획사와 비교했을 때 아직은 매우 낮은 수준이라 할 수 있다. 반면, 공연기획사의 경우 자체수입 비중이 2014년 96.5%에서 2018년 93.7%로 소폭 낮아지기는 하였지만 그럼에도 불구하고 공연기획사의 연간 총 수입액에서 자체수입의 비중은 전반적으로 높은 편이다.

<그림 7> 공연시설의 수입구조 (단위: 백만 원)



<그림 8> 공연기획사의 수입구조 (단위: 백만 원)



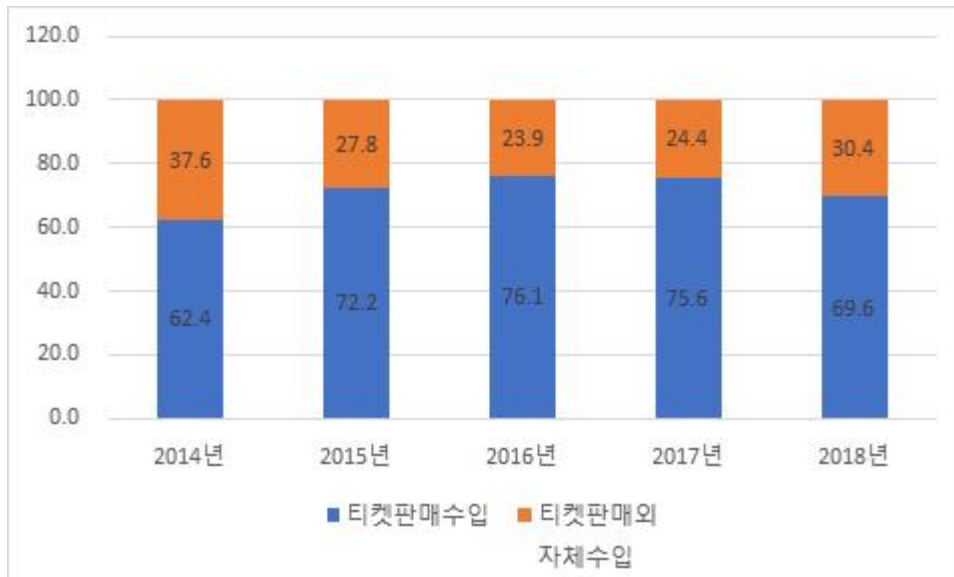
“티켓 판매 수입 비중은 공연기획사가 공연시설에 비해 현저히 높아”

“최근 5년간 공연기획사의 티켓판매 수입금액은 56% 증가, 공연시설의 티켓판매 수입 금액은 15.6% 증가”

자체수입 중 티켓판매에 의한 수입금액은 소비 측면에서의 공연예술 수요 확대에 의한 수입으로, 공연시장의 장기적인 성장을 위해 필히 눈여겨 보아야 할 지표다. 최근 5년간 수입 구조

를 분석한 결과, 공연시설에 비해 공연기획사의 티켓판매 수입 비중이 현저히 높았다. 공연시설의 수입 중 티켓판매 수입이 차지하는 비중은 2014년 31.9%, 2015년 41.3%, 2016년 40.3%, 2017년 36.5%, 2018년 38.6%로 나타났으며, 공연기획사의 수입 중 티켓판매 수입이 차지하는 비중은 2014년 62.3%, 2015년 72.2%, 2016년 76.0%, 2017년 75.6%, 2018년 69.6%로 나타났다(<그림9>).

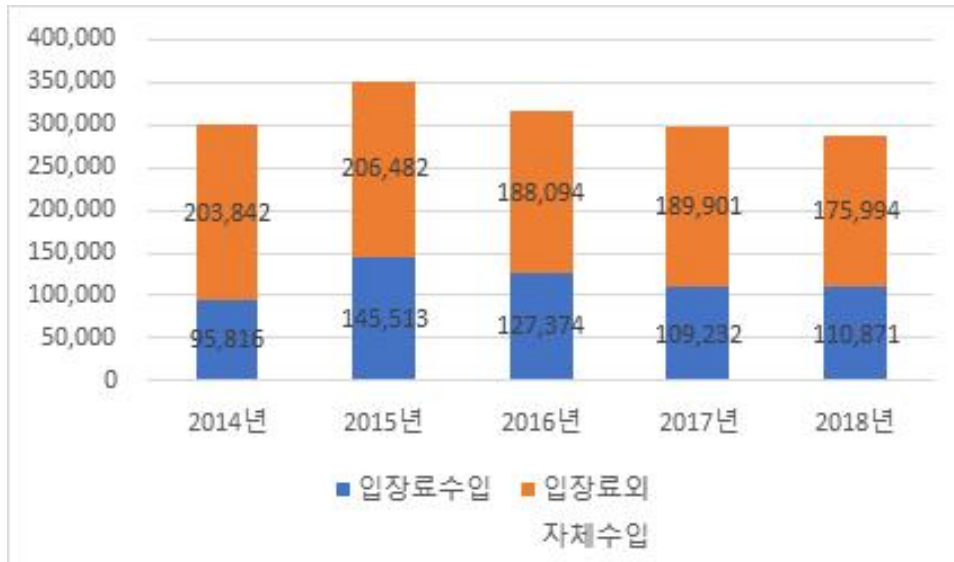
<그림 9> 공연기획사의 티켓판매수입 비중 (단위: %)



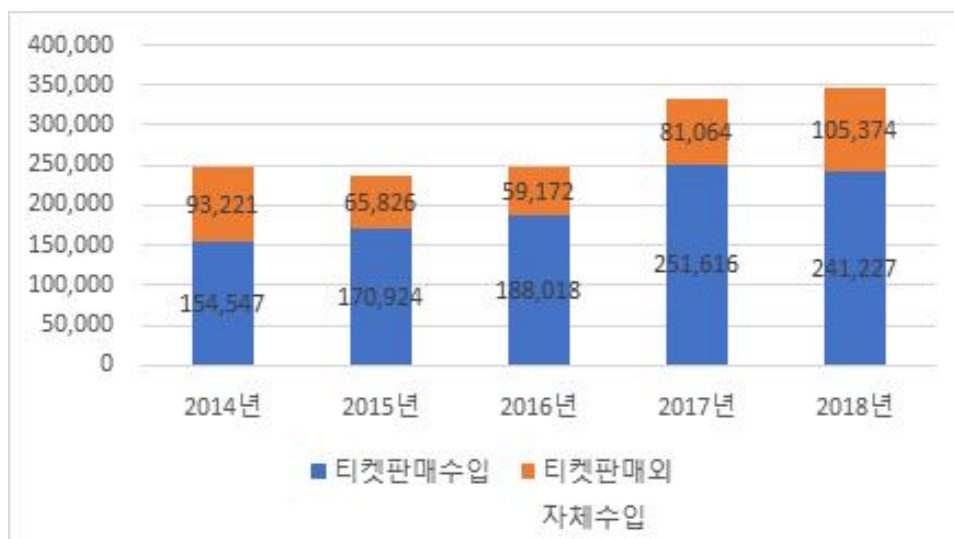
특히 공연기획사의 2016년 티켓판매수입 비중은 76.06%로 최근 5년 사이에 가장 높았다. 공연기획사의 티켓판매 수입금액 규모 역시 2014년 1,545억원, 2015년 1,709억원, 2016년 1,880억원, 2017년 2,516억원, 2018년 2,412억원으로 5년간 56%나 증가한 것을 확인할 수 있다. 공연시설의 경우, 티켓판매 수입금액이 2014년 958억원, 2015년 1,455억원, 2016년 1,273억원, 2017년 1,092억원, 2018년 1,108억원으로 5년간 15.6% 증가했으나 그 증가폭이 공연기획사에는 못 미쳤다(<그림 10>, <그림 11>).

다음으로 공연 장르별로 티켓판매수입 규모를 조사한 결과, 공연시설에 비해 공연기획사의 뮤지컬 장르 편중도가 더욱 높은 것으로 나타났다(<그림 12>, <그림 13>). 2015년부터 2018년 사이 공연시설의 장르별 티켓판매수입 비중은 연극(27.0%~31.3%)과 뮤지컬(30.1%~36.5%) 두 장르가 과반수를 차지하며 그 수준이 유지되고 있다. 반면에, 2015년부터 2018년 사이 공연기획사의 장르별 티켓판매수입 비중은 뮤지컬에 주로 편중되어 있으며(71.9%~81.9%) 뮤지컬 외 장르와의 격차가 매우 크게 나타났다.

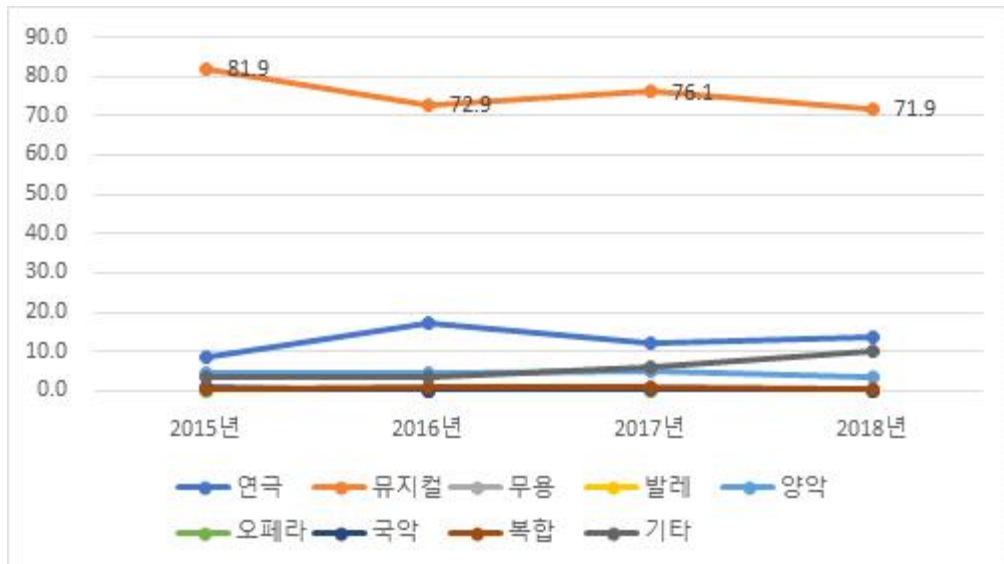
<그림 10> 공연시설의 티켓판매 수입금액 (단위: 백만 원)



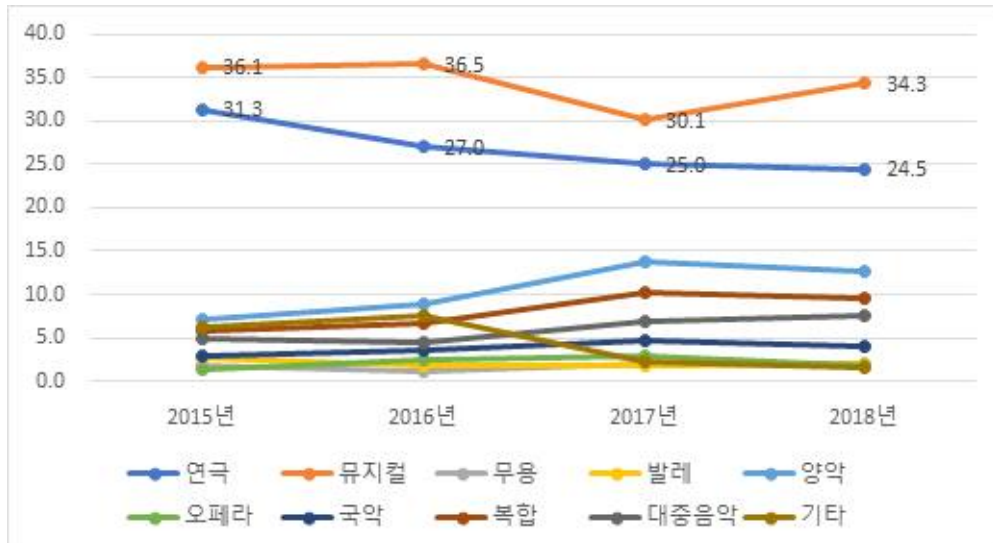
<그림 11> 공연기획사의 티켓판매 수입금액 (단위: 백만 원)



<그림 12> 공연시설의 공연 장르별 티켓판매 수입 비중 (단위: %)



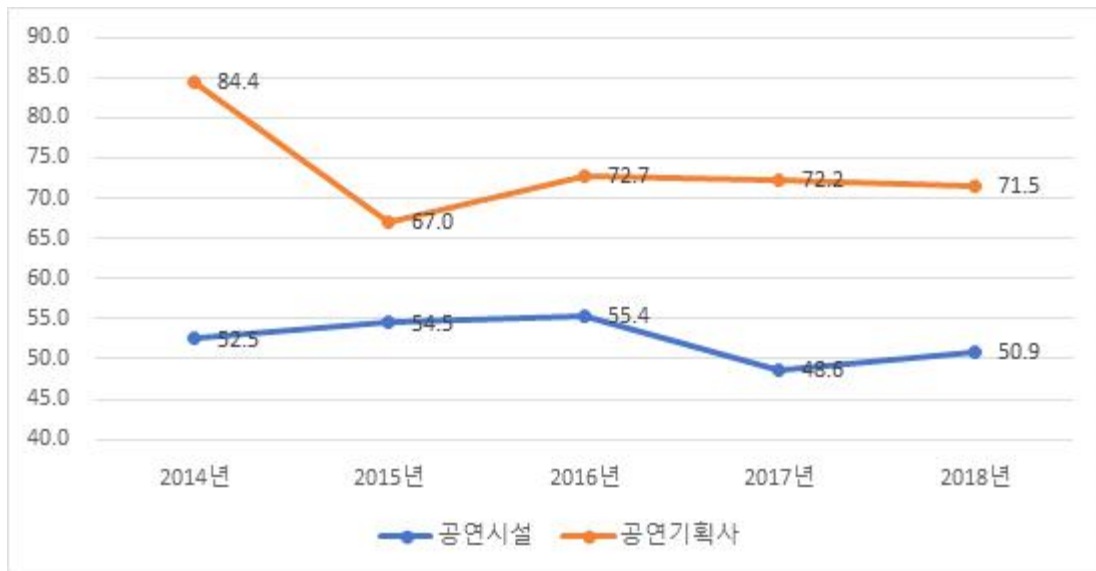
<그림 13> 공연기획사의 공연 장르별 티켓판매 수입 비중 (단위: %)



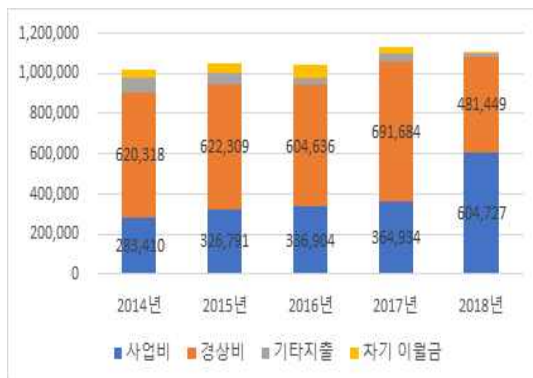
“공연기획사가 공연시설에 비해 높은 수준의 재정자립도 유지”

총 지출에서 매출액(자체수입)이 차지하는 비중인 재정자립도를 중심으로 공연시설과 공연기획사를 비교해보면, 지난 5년간 공연기획사의 재정자립도가 공연시설보다 높았다(<그림 14>). 공연기획사의 경우, 지난 5년간 재정자립도가 84.4%, 67.7%, 72.7%, 72.2%, 71.5%로 70% 부근의 수준으로 유지되는 추세이며, 공연시설의 재정자립도는 지난 5년간 52.5%, 54.5%, 55.4%, 48.6%, 50.9%로, 50% 부근의 수준으로 유지되는 추세에 있다. 마지막으로 지출 항목을 검토한 결과, 공연시설의 경우 전체 지출 내 경상비의 비중이 가장 높은 반면, 공연기획사의 경우 사업비의 비중이 가장 높았다. 특히 공연기획사의 5년간 사업비 지출금액은 1,993억 원(79.0%), 2,119억 원(72.1%), 1,873억 원(71.6%), 2,668억 원(78.1%), 2,844억 원(79.9%) 으로 그 규모가 계속 증가하는 추세에 있다(<그림 15>, <그림 16>).

<그림 14> 공연시설 vs. 공연기획사 재정자립도 (단위:%)



<그림 15> 공연시설의 지출 구조
(단위: 백만 원)



<그림 16> 공연기획사의 지출 구조
(단위: 백만 원)



3. 결론 및 시사점

공연예술산업의 지속적인 성장을 위해서는 공연예술생태계의 가치사슬을 구성하는 콘텐츠 창작, 유통, 소비 각 주체의 균형 있는 발전과 상호 협력이 중요하다. 지난 수년간 공연예술산업은 눈부신 성장을 이루었으며 그 배경에서 공연시설, 공연단체의 자체적인 노력과 정부 차원의 지원이 있어왔다. 본고에서 공연예술실태조사 자료를 바탕으로 지난 5년간 공연시설과 공연기획사의 성장 추이를 비교한 결과, 공연기획사가 공연예술시장의 성장을 주도한 것을 확인할 수 있었다. 공연시설에 비해 공연기획사의 업체 수가 빠르게 증가했으며 매출액 규모와 공연예술시장 내 매출액 비중이 대폭 증가했다. 이제는 공연기획사의 매출액이 공연시설 매출액을 넘어서는 수준이 되면서, 과거의 유통 및 인프라(공연시설) 중심에서 창작 및 콘텐츠(공연기획사) 중심으로 공연예술시장의 구조가 변화했다. 공연기획사는 최근 5년간 매출액이 급증했을 뿐 아

나라 티켓판매 수입비중 및 재정자립도, 자체수입의존도에서 모두 공연시설보다 높은 성적을 보였다. 그러나 공연기획사와 공연시설의 성장은 절대 제로섬 게임이 아니라는 점을 명심할 필요가 있다. 양질의 콘텐츠를 제작해(창작) 좋은 환경의 공연 시설에서 선보이고(유통) 더 많은 관객의 관심을 끄는 것(소비)은 모두 하나의 고리처럼 얹여있다. 한 영역에서 창출된 부가가치는 다른 영역의 가치 창출로 이어지며 결과적으로 공연예술시장 전체의 성장을 함께 견인하는 역할을 한다.

한편, 공연기획사의 티켓 판매 수입 금액이 증가하고 그 비중이 높은 수준을 유지하는 것은 공연예술시장의 장기적 성장에 긍정적인 신호라 할 수 있다. 그러나 이는 동시에, 티켓판매수입에 절대적으로 의존하던 공연기획사들이 코로나 19로 인한 잇따른 공연 취소로 인해 절체절명의 운영난을 겪고 있음을 의미하기도 한다. 코로나 19로 인한 공연예술시장 침체를 극복하고 최근 5년간의 성장세를 앞으로도 이어가기 위해서는 공연시설과 공연기획사에 대한 정부 차원의 지원책 마련이 시급하며, 공연기획사와 공연시설 자체적으로도 온라인 공연의 형태로 창작과 유통의 범위를 다각화하는 노력이 필요해 보인다. 공연예술은 삶과 동떨어져 있지 않으며 위기에 처한 개인의 정서를 위로하고 가치있는 삶을 누릴 수 있도록 돕는 역할을 한다. 지난 수년간 구축해온 공연예술 생태계가 무너지지 않도록 어느 때보다 정부와 민간 차원의 관심이 필요한 때이다. 공연예술계가 지난 성장 동력을 바탕으로 작금의 위기를 현명하게 극복해 나가기를 기원한다.

주요국가 공연예술통계조사 분석을 통한 공연예술통계 비교

글: 경희대학교 경영대학원 공연예술경영MBA 주임교수 지혜원

시장 동향의 가늠자 공연예술 통계조사

문화예술 산업을 이해하는 데 있어서 통계자료는 시장의 가치를 분석하는 가장 기본적인 가늠자인 동시에 산업구조의 세부 맥락을 읽어낼 수 있는 중요한 근거자료가 된다. 특히 폭넓게 수용되는 TV, 영화 등의 영상미디어와 달리 규모의 경제(economy of scale)가 적용되지 않는 라이브 공연예술은 공연장 시설이나 시장의 규모 등에 의해 지역 간 공급과 수요의 격차 또는 관객 향유의 불균형이 발생할 가능성이 높다. 따라서 티켓판매를 집계한 매출자료만이 아니라 공연 제작과 유통의 현황을 파악할 수 있고, 관객층의 구성 및 특성 등 수용자 부문의 자료와 장르별 공연의 세부 운영실태를 파악할 수 있는 기초 통계자료 등은 산업의 흐름과 구조, 공연 예술의 사회·경제적 가치를 읽어내는 것은 물론 관객동향을 연구하고 해석하는 데 있어 중요한 단초를 제공한다.

국내 공연계에서는 문화체육관광부와 (재)예술경영지원센터에서 조사를 수행하여 발행하는 「공연예술조사(구.공연예술실태조사)」가 대표적이다. 2005년 한국문화관광연구원 주관으로 처음 시행된 이후, 2007년 이후로는 (재)예술경영지원센터로 이관된 「공연예술조사」는 공연시설과 공연단체의 연간 운영실태와 공공지원 현황을 집계·분석하여 제공하고 있다. 전국을 범위로 공연예술산업의 동향을 파악하는 데 가장 기초적인 자료인 이 보고서는 공공 공연시설과 공연단체, 공연행정기관 등은 전수조사를 통해서, 민간 공연시설과 공연단체는 표본조사를 통해서 자료를 수집한다. 또한 (재)예술경영지원센터는 시장에 보다 손쉽고 즉각적으로 정보를 제공하기 위해 분산된 공연 입장권 정보를 집계하여 정확한 공연 통계를 제공하는 공연예술통합전산망(Korea Performing Arts Box Office Information System: KOPIS) 서비스도 운영 중이다. 2014년 부터 시범운영된 본 서비스는 2019년 6월부터 공연법 제4조에 의거해 의무 시행되고 있다. 공연예술통합전산망을 통해 수집된 기초 데이터는 공연산업의 중장기적 발전 기반 구축을 목적으로 활용되며, 2020년 9월 한국콘텐츠진흥원과 업무협약을 통해 공연콘텐츠 가치평가와 연계한 협력체계를 구축함으로써 향후 공연시장의 민간투자를 활성화할 기반을 모색하고 있기도 하다. 공연예술통합전산망의 원천 자료를 활용해 공연의 가치 평가 모형을 만들고, 이를 금융 시스템으로 연계하는 방안이다. 공연예술의 생산 측면을 아우르고 있는 두 통계에 비해, 수용자 부문의 보고서로는 문화체육관광부와 한국문화관광연구원에서 발행하는 「국민문화예술 활동조사(구. 문화향수실태조사)」가 공연예술을 포함한 문화향유 경로와 방식에 대한 기초 정보를 제공한다. 「국민문화예술 활동조사」는 2019년부터 조사주기가 2년에서 1년으로 단축되어 운영됨으로써 빠르게 변화하는 문화예술 환경의 수요를 보다 기민하게 반영할 전망이다.

국내 공연예술 관련 통계자료가 점차 시장 내 효용과 활용성을 고려해 실용적인 체계를 구축하는 것은 고무적인 일이다. 하지만, 공연예술의 세부장르가 증가하고 규모와 양식이 점차 다각화되는 점을 고려하여 조사의 범위와 방법에서 보완되어야 할 과제는 여전히 남아있다. 또한 미디어 환경의 변화로 인해 인접 문화예술 부문과의 상호작용이 더욱 활발해지는 공연예술의 특성을 감안할 때, 생산자 측면의 자료를 주로 수집하는 「공연예술조사」와 수용자를 조사하는 「국민문화예술활동조사」의 범주와 세부항목을 현장 환경을 반영해 조정할 필요도 있다. 특히 2020년 코로나19 위기로 인해 공연의 영상화와 미디어 플랫폼으로의 전이가 본격적으로 확대되는 점을 고려하면, 공연예술의 통계조사도 온라인 미디어를 포함한 영역으로 확대되어 제작과 유통 및 소비 조사의 폭을 넓히고 단순한 통계결과의 나열이 아닌 시장의 맥락적 흐름과 의미를 이해할 수 있는 깊이 있는 해석이 필요할 것이다.

국내 공연예술 제작-유통-소비 통계조사 현황

앞서 언급한대로 문화체육관광부와 (재)예술경영지원센터에서 조사하는 「공연예술조사」는 국내 공연예술의 전 분야를 폭넓게 아우르는 유일한 통계자료를 제공한다. 공연예술의 시장구조를 “창작(제작) - 유통(매개) - 소비(향유)” 주체와 공연예술 지원주체가 상호 연계되는 구조로 상정하였을 때 「공연예술조사」는 창작(제작) 부문인 공연단체, 유통(매개) 부문으로서의 공연시설(공연장), 그리고 공공지원을 담당하고 있는 행정기관(정부 및 지방자치단체)를 대상으로 조사를 실시하고 있다.

「공연예술조사」는 국내 공공(국공립)과 민간의 공연단체와 공연시설을 대상으로 운영현황을 파악하기 위해 기본현황, 일반현황, 인력현황, 재정현황, 공연장 규모 및 가동현황, 공연실적현황 등을 조사하며, 연극·뮤지컬·무용·발레·양악·오페라·국악·복합·기타 등으로 세부 장르를 구분하여 시행한다. 본 보고서는 국내 공연예술 제작과 유통의 전반을 아우른다는 점에서 기초적인 자료를 획득하는 데 유용하다. 하지만, 국공립 기관과 달리 민간단체의 경우 전수조사를 시행하기 어려운데다 각 단체와 시설의 정확한 전산 데이터를 집계하는 방식이 아니기 때문에 통계의 타당도를 확보하는 부분에 한계가 있다. 또한 세부 장르별 시장의 특수성을 파악하기에 조사의 항목이 적합하지 않거나, 충분하지 않지 않은 부분도 보완할 필요가 있다. 가령, 비영리를 기반으로 공공의 의존도가 높은 오페라, 양악, 국악 등과 민간 영역에서의 상업 공연 형태 비중이 높은 연극, 뮤지컬 등의 장르의 특수성이 해석되지 않은 상태에서 단순히 장르별 통계의 나열에 그치는 것은 오히려 자료 오독의 소지가 있다. 숫자 그 자체만이 아닌 행간의 의미를 해석하여 전체 공연예술시장 안에서 각 세부장르의 생산 및 유통의 흐름과 특성을 파악할 수 있도록 세밀한 분석이 추가될 필요가 있다.

또한 공연예술의 소비 부문을 파악하기 위해 별도 조사되는 「국민문화예술 활동조사」의 경우 전국 17개 시·도에서 만 15세 이상 남녀 10,000여 명을 대상으로 문화예술 관람 및 참여행태, 문화예술교육 활동, 문화 관련 활동 등을 분석을 통해 국민의 문화향유 진흥을 도모하고 향후 정책 수립에 유용한 정보를 제공하기 위해 시행된다. 매체를 통한 예술향유의 비중이 점차 증대되고 있는 만큼 문화예술관람 및 참여로는 직접관람과 매체이용 관람 실태를 함께 살

펴보며, 문화예술 참여 실태, 관련 지출 및 문화예술 교육과 그외 문화 관련 활동의 현황을 폭넓게 조사한다. 문화예술활동의 범주 중 공연예술은 서양음악·전통예술·연극·뮤지컬·무용 등으로 장르가 구분되며 공연 외에도 문학행사, 미술전시회 영화, 대중음악(콘서트)/연예(방송 프로그램) 부문의 문화활동을 함께 아우른다. 국민의 폭넓은 문화예술 소비를 조망할 수 있는 유일한 통계조사인 만큼 추가 조사 및 학술연구 등에 활용될 가치가 높지만 세부 활동 분야별 구체적인 소비패턴을 파악하는 데에는 한계가 있다.

한편, 2019년 6월 공연법 제4조의 시행 이후 법적 근거를 확보해 의무 운영 중인 공연예술통합전산망은 누구나 손쉽게 지역별, 시설별, 장르별 규모별 공연예술의 매출정보를 확인할 수 있는 서비스이며, 기초자료에의 접근성을 높여 공연 시장의 투명성을 제고한다는 차원에서 의미가 있다. 또한 공연예술통합전산망 데이터를 기반으로 (재)예술경영지원센터가 매월 발행하는 “월별리포트”는 통계자료의 의미를 해석하는 것은 물론 이에 기반한 사례연구를 제공해 소비트렌트 분석에 유용한 정보를 제공하고 있다. 하지만 공연예술통합전산망은 구조적으로 공연티켓을 위탁판매하는 판매처와 예매처를 통해 또는 자체판매로 운영하는 공연단체로부터 정보를 제공받는다는 점에서 정확한 집계라고 신뢰하기 어렵다. 예컨대, 제작사가 직접 판매하는 단체관람 또는 기업 판매 티켓, 현장에서 수기작성으로 판매되는 티켓 등의 매출액은 정확하게 포함되기 어렵기 때문이다. 또한 사이트 내 시설특성 항목이 제작단체로는 접근할 수 없고 공연시설로 한정되어 유통시장 중심으로 포커스가 맞춰져 있는 한계가 있으며, 장르별 시장의 특성이 충분히 반영되지 않은 지표도 문제점으로 지적된다.

주요 해외 공연예술 통계 조사 사례

공연예술 시장의 구조가 점차 확대되고 다각화되면서 통계조사의 중요성이 강조되고 있는 만큼 국내 공연예술 통계조사의 더욱 발전적인 방향을 제시하기 위하여 해외 주요 공연시장의 통계분석 동향을 비교하여 살펴보는 것은 의미있는 작업일 것이다. 미국과 영국을 포함해 주요 공연시장의 통계조사 현황은 다음과 같은 몇 가지 특성으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

첫째, 해외 공연예술 시장에서 생산과 유통 부문을 조사한 국가기관의 통합적 보고서의 주요 사례를 다음과 같이 살펴볼 수 있다. 지난 2016년 영국 예술위원회(Arts Council England)가 발행한 보고서 *Analysis of Theatre in England*는 단순한 통계조사가 아닌 영리와 비영리를 포함한 공연예술산업의 현황과 15년 간의 변화를 심도 깊은 조사와 분석을 시행한 결과물이다. 공연 작품의 제작과 유통, 관객조사를 두루 다루어 영국 공연계를 통합적으로 분석한 이 보고서의 질문은 크게 세 가지다. ① 최근 공연예술은 어디에서 어떻게 제작되고 공연되는가? ② 최근 공연예술을 어디에서 어떻게 소비되는가? ③ 공연예술의 제작과 유통, 소비는 지난 10-15년 간 어떻게 변화해왔는가? 이와 같은 연구문제에 대한 해답을 얻고자 양적연구와 질적연구를 병행하여 심도 깊게 접근한 이 보고서는 10년 간의 문헌자료 분석, 심층인터뷰와 라운드테이블, 온라인 토의 등을 통한 관계자 조사, 예술위원회 및 다수의 협회와 전문 리서치기관에서 발간된 공연예술 관련 통계자료의 분석 등이 포함된다. 수년 간 여러 기관에서 분산되어 발행된 공연예술의 생산과 유통, 수용에 대한 자료를 통합하고 구체적인 산업 내 조사를 추가하며,

시계열적 분석을 통해 영국 공연예술산업의 총체적 동향을 파악할 수 있는 유용한 보고서로 평가된다. 또 다른 사례는 캐나다 연방통계청(Statistics Canada)에서 발행하는 *Survey of Service Industries: Performing Arts*로 연계 산업군과의 비교가 가능하도록 설계된 통합 보고서이며 격년으로 조사하여 발행된다. 정부 또는 지역의 경제 정책과 사업 개선에 필요한 공연예술단체의 회계와 운영에 대한 기초자료를 제공한다. 30개 이상의 서비스 관련 산업에 대한 통계조사의 일부분으로서 공연예술산업의 발전현황을 모니터하고 다른 통계조사와 비교하여 시장에 대한 이해를 증진하는 목적으로 발행되는 이 보고서는 200여 개의 개별 비즈니스 서베이를 하나의 프로그램으로 통합하여 조사하는 Integrated Business Statistics Program(IBSP)의 일환으로 시행된다. 공연산업의 수입내역(e-commerce 포함) 및 인건비를 포함한 지출내역, 지원 및 후원내역, 캐나다 내외의 유통현황은 물론 공연산업의 특성을 파악할 수 있는 상세 자료를 포함한다. *Survey of Service Industries: Performing Arts*는 빠르게 변화하는 공연예술산업의 현황을 파악하고 발전을 모색하는 데 유용한 자료를 제공하는 것만이 아니라 인접 산업군과의 비교를 통해 정부와 지역의 지원과 정책에 대한 근거를 마련하는 데 폭넓게 활용되고 있다.

둘째, 공연예술을 포함한 문화예술의 수용을 조사한 사례로는 미국 국립예술기금(National Endowment of the Arts)에서 발행하는 *Survey of Public Participation in the Arts(SPPA)*를 살펴볼 수 있다. 국내의 「국민문화예술 활동조사」와 유사한 성격의 연간 보고서로 수용자들의 문화예술 활동을 조사해 기획자와 정책입안자, 행정가는 물론 관련 정보가 필요한 일반인들에게도 널리 활용될 수 있는 상세한 정보를 제공한다. 공연, 시각예술, 문학 관련 관람 및 활동 참여를 조사하며 미디어 환경 변화를 반영해 디지털 미디어를 통한 문화예술 소비에 대해서도 별도 항목으로 조사한다. 「국민문화예술 활동조사」가 영화와 방송 등 대중문화 부문까지 확장해 조사하고 있는 것에 비해 SPPA는 공연예술과 시각예술, 문학 관련 활동에 집중하여 조사를 시행한다는 점에서 차이가 있다.

셋째, 단순히 현황과 동향에 대한 조사가 아닌 공연예술 시장의 경제적 기여도와 영향력에 대한 분석을 시행하는 보고서도 발행되는데, 이는 산업의 가치와 당위성을 설명하는 데 중요한 근거를 마련한다. 대표적으로 영국 예술위원회에서 발행하는 *Contribution of the Arts and Culture Industry to the UK Economy*는 영국 통계청의 자료를 토대로 문화예술이 미치는 직·간접적 가치와 일자리 현황 등을 분석한다. 문화예술에 의해 직접적으로 창출되는 가치와 직업만이 아니라 문화예술 기업에 공급되는 간접적인 산업 영역 물론 문화예술 산업으로 발생한 수입이 다시 소비되는 직·간접적인 부문도 거시적 시각에서 함께 다루고 있다. 공연예술은 직접참여 부문(performing arts)과 지원 부문(support activities to performing arts)로 나뉘어 조사되며, 출판, 음악, 창작, 공연장 운영 등의 부문도 함께 다루어지고 있다. 이와 유사하게 프랑스의 문화부(Ministère de la Culture)에서 문화의 경제적 가치를 분석하는 연간보고서 *Le poids économique direct de la culture*를 발행하고 있다.

이외에 국가기관이 아닌 공연예술 관련 협회에서 장르별로 세분화하여 전문적인 보고서를 발행하는 경우도 있다. 연극과 뮤지컬에 국한되어 발행되기는 하나 브로드웨이의 프로듀서와 공연장 소유주의 협회이자 브로드웨이의 매출자료를 집계하여 공개하는 The Broadway League(이하 더 리그)는 이를 활용한 다양한 연간 리서치 보고서를 발행한다. *Broadway's*

*Economic Contribution to New York City*는 브로드웨이 공연계가 뉴욕시의 경제 부문에 폭넓게 기여하는 바를 분석해 산업의 미치는 영향력을 제시하며, *The Demographics of the Broadway Audience*는 변화하는 브로드웨이 관객의 양상을 자세하게 분석해 제공함으로써 마케팅 자료로 유용하게 사용된다. 이 외에도 더 리그에서는 투어 공연에 대한 별도 보고서로 *The Audience for Touring Broadway*, *The Economic Impact of Touring Broadway*등도 제공한다. 또한 영국의 공연협회인 UK Theatre와 런던 프로듀서와 공연장 소유주 협회인 Society of London Theatre에서도 공연예술 매출보고서를 발행해 제공한다.

[표 1] 국내외 공연예술 통계조사 사례

발행기관	조사범위	해외	국내
국가기관	제작·유통·수용	Analysis of Theatre in England (영국)	공연예술조사
	제작·유통	Survey of Service Industries: Performing Arts (캐나다)	
	소비	Survey of Public Participation in the Arts (미국)	
	경제적 기여	Contribution of the Arts and Culture Industry to the UK Economy (영국)	국민문화예술 활동조사
		The Direct Economic Impact of Culture (프랑스)	
협회	경제적 기여	Broadway's Economic Contribution to New York City (미국)	
		The Economic Impact of Touring Broadway (미국)	
	소비	The Demographics of the Broadway Audience (미국)	
		The Audience for Touring Broadway (미국)	
	매출	Sales Data Report (영국)	

국내 공연예술 통계조사의 발전적 방향을 위한 제언

앞서 살펴본 해외 주요 공연예술 시장의 통계조사와 비교할 때, 국내 통계조사의 보다 발전적인 방향을 위해 몇 가지 보완할 점들을 지적할 수 있다.

첫째, 전체 공연예술 산업의 생산 및 유통 부문과 소비 부문의 통계자료를 통합적으로 분석하는 연구가 필요하다. 조사대상을 국내에서 운영 중인 공연시설 또는 공연단체에 그칠 것이 아니라 시장 환경의 변화와 공연예술 소비 동향, 해외 유통(투어 및 라이선스 공연) 현황 등을 함께 분석할 수 있는 통합적 보고서가 주기적으로 발행된다면, 국내외 공연산업의 흐름을 읽어

내고 향후 지원 정책을 모색하는 데 많은 도움이 되리라 기대한다. 그리고 이러한 분석을 시행하기 위해서는 현재 운영되는 「공연예술조사」의 범주와 항목을 보완해 세부장르와 단체의 운영형태, 공연작품의 분류(제작방식, 투자구조 등) 등에 따라 보다 구체적인 자료를 수집할 필요가 있다.

둘째, 공연예술산업의 경제적 가치와 사회문화적 의미 분석에 대한 깊이 있는 접근이 요구된다. ‘규모의 경제’로 움직이지 않는 공연예술의 가치는 단순히 매출 자료로만 측정되는 것이 아니라 사회 안에서 파생되는 영향력의 범위가 넓고 다양하다. 따라서 해외 통계조사를 참고해 국내에서도 이미 조사된 통계자료를 바탕으로 공연예술의 직·간접적 경제적 기여를 분석하고 이를 사회문화적 맥락에서 해석할 필요가 있다. 또한 이러한 분석을 위해서는 「공연예술조사」 내 특히 공연예술 인력현황에 대한 자료가 더욱 구체적인 항목으로 조사될 필요가 있다.

마지막으로 국가기관이 공연예술 산업에 대한 총체적 통계조사를 시행하고 분석한 자료를 바탕으로 각 세부 장르의 협회와 기관 등에서 개별 시장의 특성을 감안하여 보다 심층적인 연구를 시행할 것을 제언한다. 공연예술의 범주가 방대한 만큼 개별 산업군에서는 관련된 통계자료를 종합적으로 분석하여 제공한다면, 기획과 제작, 마케팅 등 현장인력에게 즉각적으로 도움이 되는 구체적인 정보를 제시할 수 있을 것이다. 현재 시행되고 있는 국내 공연예술 통계조사가 그 동안 산업을 이해하고 전망하는 데 유용한 자료를 꾸준히 제공해 온 만큼 빠르게 변화하는 시장 환경에 거시적·미시적으로 접근하고 보다 심층적인 분석을 수행하기 위해 더욱 체계적인 조사의 기틀을 마련하기를 기대한다.

통계로 읽는 공연예술 10년

주관 (재)예술경영지원센터

총괄 김도일 예술경영지원센터 대표
홍사웅 예술경영지원센터 공연사업본부 본부장
김현진 예술경영지원센터 공연사업본부 공연정보지원팀 팀장
김종현 예술경영지원센터 공연사업본부 공연정보지원팀 차장

집필진 이유석 명지대학교 경영학부 조교수
김상훈 서울대학교 경영학부 부학장
이지수 세종대학교 경영학부 조교수
지혜원 경희대학교 경영대학원 공연예술경영MBA 주임교수

통계 데이터 가공 및 제공 닐슨코리아 신상욱 이사

발행일 2021년 1월

발행처 (재)예술경영지원센터

주소 서울시 종로구 대학로 57 (연건동) 홍익대학교 대학로 캠퍼스 교육동 12층

문의 02-708-2256

본 보고서의 저작권은 (재)예술경영지원센터에 있으며 (재)예술경영지원센터 승인 없이 상업적인 목적으로 사용하거나 판매할 수 없습니다. 무단복제나 도용은 저작권법(제7조 5항)에 의해 금지되어 있습니다.

Copyright[c] 2021 by Ministry Culture, Sports and Tourism & Korea Arts Management Service.
All contents can not be copied without permission.