

2023 아트코리아랩 관객개발 중점과제
공연시장 마니아 관객 성향조사

2023.12



(주)케이스탯컨설팅

제 출 문

(재)예술경영지원센터 귀하

본 보고서를 “2023 아트코리아랩 관객개발 중점과제 공연시장 마니아 관객 성향조사”의 최종 결과보고서로 제출합니다.

2023. 12.

과제 수행기관 : (주)케이스탯컨설팅

■ 연구 책임자	김유미 수석연구원((주)케이스탯컨설팅)
■ 참여 연구원	이경호 홍익대학교 공연예술대학원 겸임교수
	박홍주 (주) 프렐루드스튜디오 대표이사
	민경현 선임연구원((주)케이스탯컨설팅)
	송민정 연구원((주)케이스탯컨설팅)
	최하영 홍익대학교 공연예술대학원 석사과정



제1장 과업개요	1
1. 과업 목적	1
2. 과업 추진 절차	2
3. 마니아 관객 성향 조사 개요	3
가. 국내외 공연 마니아 관객 관련 선행 연구	3
나. 공연 분야 전문가 의견 수집	3
다. 공연 관람객 정량조사 및 FGI 진행 개요	4
제2장 국내외 공연 마니아 관객 관련 선행연구	6
1. 개요	6
2. 공연 마니아 관객 중점 연구	6
가. 한국 뮤지컬 마니아 관객의 문화매개자적 특성 연구	6
나. 한국무용공연의 대중화를 위한 관객연구	7
다. 온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관극 문화에 관한 고찰	8
라. 뮤지컬 회전문객의 미시사회학적 분석	9
마. 한국 뮤지컬 마니아 관객 활동의 문화 정치적 함의	10
3. 공연 관객개발 연구의 마니아 관객 분석	13
가. 공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구	13
나. 뮤지컬 관객의 관람 후 행동에 관한 연구	14
다. ABA 관객 설문조사 분포 자료(Overall ABA Audience Survey Distribution Data)	17
라. 브로드웨이 관객의 인구통계학적 특성(The Demographics of the Broadway Audience) ·	18
마. 감상 행동에 관한 설문조사(연극)(鑑賞行動に関するアンケート調査(演劇))	20



바. 전국 클래식 음악 관객 2014~2016년 클래식 음악 행사에 대한 ‘Audience Finder’ 총수입 자료 분석(National Classical Music Audiences An analysis of Audience Finder box office data for classical music events 2014-2016)	22
사. 전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구	24
아. 공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구	26
4. 공연 마니아 관객의 특성과 정의	28
가. 공연 마니아 관객의 특성	28
나. 공연 마니아 관객의 정의	30
제3장 공연 분야 전문가 의견 수집	35
1. 전문가 의견 수집 개요	35
2. 의견 수집 결과	35
가. 마니아 관객의 정의와 특성	35
나. 마니아 관객 유치와 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 유인전략	39
제4장 공연 관람객 조사 결과	41
1. 조사 개요	41
가. 조사설계	41
나. 조사 내용	42
다. 응답자 현황	45
2. 마니아 관객에 대한 정량적 선정 결과	49
가. 관람 빈도 및 횟수 기준	49
나. 마니아 관객 관련 성향 질문 기준	55
다. 마니아 관객 최종 선정 결과 및 특징	75



3. 마니아 관객의 공연 관람 및 태도 특성	91
가. 관람 전 확인 정보	91
나. 공연 작품 선택 요인	92
다. 부가 상품 구매 경험	95
라. 공연 관람 전·후 작품에 대한 리뷰 게시 행태	97
마. 팬덤/팬클럽 활동 행태	100
바. 회원 활동 여부	103
사. 공연예술 관련 교육 경험	104
아. 해외 공연 관람 행태	106
자. 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부	108
4. 공연 마니아의 장르별 관람 행태 비교	109
가. 장르별 반복 관람 여부 및 빈도	109
나. 입장권 구매 및 부가 상품 구매 비용	110
다. 입장권 구매처 및 구매 시기	116
라. 장르별 공연 선택 요인	117
마. 국악 공연 관람의 비율	122
바. 무용가의 오프라인 행사 참여 여부	123
5. 공연 마니아 관객의 특징 요약	124
가. 마니아 관객 vs 비 마니아 관객 마니아 판별을 위한 특성 항목 비교	124
나. 공연 선택 시 주요 고려 요인	126
다. 확인하는 공연 관람 정보의 내용 및 정보 확인의 적극성 비교	127
라. 공연 관련 부가 상품 구매 및 리뷰 작성 행태	128
마. 공연 관련 기부/단체(기관) 회원/팬클럽·동호회 활동 경험	129
바. 문화예술 활동 경험의 특성	131
사. 마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략	133



제5장 공연 마니아 관객 양성을 위한 전략 및 제언	137
1. 개요	137
2. 공연 마니아 관객 양성 전략	138
가. 공연 마니아 관객의 특성 항목에 따른 전략	138
나. 공연 마니아 관객의 온라인 리뷰 또는 게시글 자료 활용 전략	151
다. 공연 마니아 관객의 관심 단계에 따른 전략	152
라. 전문가 및 공연 마니아 관객 FGI의 결과를 반영한 전략	154
3. 소결	155
부록1. FGI 주요 내용	157
부록2. 설문조사 결과 통계표	184
부록3. 설문조사표	276

표 목 차



[표 1-1] 공연예술 관람 횟수 및 관람 장르 개수별 문화예술행사 평균 관람 횟수	1
[표 1-2] 의견 수집을 위한 전문가 구성	3
[표 2-1] 온라인에서 활동하는 뮤지컬 마니아 관객의 특성	7
[표 2-2] 무용 마니아 관객의 특성	8
[표 2-3] Benzecry의 미시사회학적 4가지 지표에 따른 회전문 관객의 특성	10
[표 2-4] 온라인 커뮤니티 활동 뮤지컬 마니아 관객의 특성	12
[표 2-5] 적극적인 관객층과 참여형 관객층 주요 결과	14
[표 2-6] 측정 항목(5점 리커트 척도)	15
[표 2-7] 마니아 관객집단과 일반 관객집단의 결과 비교	16
[표 2-8] 예술에 열정적인 집단과 품질 추구자 주요 결과	18
[표 2-9] 설문조사와 입장권 구매 데이터 비교분석 주요 결과	18
[표 2-10] 연극 관객의 특성 주요 결과	20
[표 2-11] 클래식 음악 관객 분석 주요 결과	22
[표 2-12] 고빈도 관람 고관심형과 고빈도 관람 저관심형 주요 결과	25
[표 2-13] 공연 마니아형과 공연 슈퍼 마니아형 주요 결과	26
[표 3-1] 의견 수집을 위한 전문가 구성	35
[표 4-1] 마니아 관객 FGI 참석자 현황	47
[표 4-2] 공연 관람 장르 간 교차를 통한 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험(복수응답) 비교	50
[표 4-3] 성별, 연령별 공연 관람 장르 개수에 대한 평균 비교 결과	51
[표 4-4] 성별, 연령별 공연 관람 빈도에 대한 차이 검정 결과	54
[표 4-5] 성별, 연령별 공연 관람 장르 개수에 대한 평균 비교 결과	58
[표 4-6] 응답자 특성별 마니아 관객에 대한 인식(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	70
[표 4-7] 마니아 관객 판별을 위한 항목과 스스로 마니아라고 인식하는 관람자의 비율 차이 비교	72
[표 4-8] 마니아 판별 항목을 활용한 군집분석 결과 최종 군집 중심	78
[표 4-9] 마니아 판별 항목의 ANOVA	78
[표 4-10] 마니아 관객 여부와 마니아 특성 항목 간 상관관계 분석 결과	80
[표 4-11] 마니아 특성 항목 간 교차 결과 구성비 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	82

표 목 차



[표 4-12] 마니아 특성 항목 간 교차 결과 사례 수 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	83
[표 4-13] 성별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	85
[표 4-14] 연령별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	86
[표 4-15] 월 평균 공연 관람 비용 별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	87
[표 4-16] 월 평균 유료 공연 관람 횟수별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	88
[표 4-17] 마니아 관객 기준에 대한 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	89
[표 4-18] 스스로 마니아 관객으로 인식하는지 여부에 따른 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	90
[표 4-19] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	92
[표 4-20] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	93
[표 4-21] 다차원 척도 분석 결과 모델 적합도	93
[표 4-22] 부가 상품 구매 종류간 교차(복수응답)-마니아 관객	96
[표 4-23] 부가 상품 구매 종류간 교차(복수응답)-비 마니아 관객	97
[표 4-24] 리뷰 게시 내용-리뷰 작성 관람객	98
[표 4-25] 마니아 관객 중 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자	103
[표 4-26] 입장권 구매처 및 구매시기-각 공연 관람자	116
[표 4-27] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 각 공연 관람자	118
[표 4-28] 음악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 음악 공연 관람자 ..	119
[표 4-29] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 무용 공연 관람자	120
[표 4-30] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 국악 공연 관람자	121
[표 4-31] 국악 공연 관람의 비율-국악 공연 관람자	123
[표 4-32] 마니아 관객 vs 비 마니아 관객 특성 항목 비교 결과-연 4회 이상 유료 공연 관람자	125
[표 4-33] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	126
[표 4-34] 장르별 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-각 장르별 관람자	126
[표 4-35] 공연 관람 전 확인하는 정보의 내용(복수응답)	127

표 목 차



[표 4-36] 관람하지 않는 공연에 관한 정보를 찾아보는지 여부 -출연진, 연출자, 극단/단체, 공연작품에 대한 정보 확인자	127
[표 4-37] 부가 상품 구매 여부 및 구매 종류-연 4회 이상 유료 공연 관람자	128
[표 4-38] 공연 작품에 대한 리뷰/공유 경로(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	128
[표 4-39] 공연 작품에 대한 리뷰 작성 내용-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자	129
[표 4-40] 공연 작품에 대한 리뷰 작성 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자	129
[표 4-41] 팬덤/팬카페 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	129
[표 4-42] 오프라인 팬덤/팬카페 활동 내용(복수응답)-오프라인 팬덤/팬카페 활동자	130
[표 4-43] 공연장, 기획사, 극단/공연 단체 등에 회원가입 활동 여부(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자	130
[표 4-44] 공연예술 관련 교육 경험-연 4회 이상 유료 공연 관람자	131
[표 4-45] 해외 공연 관람 경험의 차이 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	132
[표 5-1] 특성 항목별 정성적 판단 기준	139
[표 5-2] 마니아 관객 여부 및 리뷰 작성 항목간 회귀분석 모형 요약	139
[표 5-3] 마니아 관객 여부 및 리뷰 작성 항목간 회귀계수	140
[표 5-4] 마니아 관객 여부 및 부가 상품 구매 항목간 회귀분석 모형 요약	141
[표 5-5] 마니아 관객 여부 및 부가 상품 구매 항목간 회귀계수	141
[표 5-6] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과 -연극 공연 관람자	142
[표 5-7] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과 -뮤지컬 공연 관람자	142
[표 5-8] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과 -음악 공연 관람자	143
[표 5-9] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과 -무용 공연 관람자	143
[표 5-10] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과 -국악 공연 관람자	144
[표 5-11] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과 -연극 공연 관람자	145
[표 5-12] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과 -뮤지컬 공연 관람자	145

표 목 차



[표 5-13] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과 -음악 공연 관람자	146
[표 5-14] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과 -무용 공연 관람자	147
[표 5-15] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과 -국악 공연 관람자	147
[표 5-16] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과 -연극 공연 관람자	148
[표 5-17] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과 -뮤지컬 공연 관람자	149
[표 5-18] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과 -음악 공연 관람자	149
[표 5-19] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과 -무용 공연 관람자	150
[표 5-20] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과 -국악 공연 관람자	150
[표 5-21] 특성 항목별 실행 방법	151
[표 5-22] 혁신에 관한 관심의 단계와 공연 관람에 관한 관심의 단계 비교표	153

그림 목 차



[그림 1-1] 공연예술 관람 횟수 및 관람 장르 개수별 금전기부 경험 비율 비교	1
[그림 1-2] 과업 수행 목적	2
[그림 1-3] 과업 추진 절차	2
[그림 1-4] 선행연구 추진 개요	3
[그림 1-5] 정량조사 개요	4
[그림 1-6] 마니아 관객 FGI 진행 개요	4
[그림 2-1] 연속 관람자들의 시즌제 뮤지컬 관람 방식	9
[그림 4-1] 2022년 국민문화예술활동조사 결과 장르별 직접 관람 횟수별 비율 비교	43
[그림 4-2] 마니아 판별 절차	43
[그림 4-3] 응답자의 성별, 연령별 현황	45
[그림 4-4] 연 4회 이상 유료 공연 관람자의 성별, 연령별 현황	45
[그림 4-5] 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험(복수응답)	46
[그림 4-6] 2022년 1월~12월 장르별 KOPIS 입장권 판매 수	46
[그림 4-7] 국민문화예술활동조사 결과 문화예술 행사 관람 비율(복수응답)	47
[그림 4-8] 성별, 연령별 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험 비율	49
[그림 4-9] 관람 공연 장르별 타 장르 관람 개수 구성비 비교	50
[그림 4-10] 최근 1년 이내 유료 공연 관람 빈도	52
[그림 4-11] 장르별 최근 1년 이내 유료 공연 관람 빈도-각 장르별 유료 공연 관람자	52
[그림 4-12] 2022년 1월~2023년 10월까지 장르별 공연의 상연 횟수 비교(KOPIS)	53
[그림 4-13] 2022년 1월~2023년 10월까지 무용과 국악 공연 상연 횟수 비교(KOPIS)	53
[그림 4-14] 입장권 구매 형태-연 4회 이상 유료 공연 관람자	55
[그림 4-15] 성별, 연령별 입장권 구매 형태 비교(1회차 구매 vs 여러 회차 구매) -연 4회 이상 유료 공연 관람자	56
[그림 4-16] 공연 관람 정보 확인 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	57
[그림 4-17] 공연 관람 전·후 공연에 대한 리뷰 또는 인증 글 게시 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	58
[그림 4-18] 2022년 인터넷이용실태조사 결과 연령별 인터넷 이용목적 비교(복수응답)	59
[그림 4-19] 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	61

그림 목 차



[그림 4-20] 월평균 공연 관람 횟수별 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	61
[그림 4-21] 성별, 연령별 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	61
[그림 4-22] 동아리, 동호회 등 모임 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	63
[그림 4-23] 월 평균 공연 관람 비용 지출 규모별, 공연 관람 횟수별 동아리, 동호회 등 모임 활동 비율 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	63
[그림 4-24] 동아리, 동호회 등 모임 활동 비율 비교(본 조사 결과 vs 2022 국민문화예술활동조사)	64
[그림 4-25] 타인에 공연 추천 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	66
[그림 4-26] 월평균 공연 관람 횟수별, 공연 관람 장르 개수별 타인에 공연 추천 여부 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	67
[그림 4-27] 마니아 관객에 대한 인식(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	68
[그림 4-28] 스스로 마니아 관객이라고 인식하는 비율-연 4회 이상 유료 공연 관람자	71
[그림 4-29] 마니아 관객이 된 계기-자신을 마니아 관객이라고 인식한 응답자	73
[그림 4-30] 마니아 관객 선정 결과-연 4회 이상 유료 공연 관람자	75
[그림 4-31] 마니아 판별 문항 개수별 공연 입장권 1회차만 구매 vs 여러 회차 구매 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	75
[그림 4-32] 마니아 판별 문항 개수별 공연 정보 사전 확인 vs 확인 없이 관람 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	76
[그림 4-33] 마니아 판별 문항 개수별 공연 관람 리뷰 작성 vs 리뷰를 작성하지 않음 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	76
[그림 4-34] 마니아 판별 문항 개수별 부가 상품 구매 vs 부가 상품 구매하지 않음 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	77
[그림 4-35] 마니아 판별 문항 개수별 동호회 등 모임 활동하고 있음 vs 모임 활동하지 않음 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	77
[그림 4-36] 마니아 판별 문항 개수별 타인에 공연 추천 vs 추천하지 않음 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	77
[그림 4-37] 비 마니아 집단 vs 마니아 집단의 마니아 특성 항목 해당 개수 비교 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	79
[그림 4-38] 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	84
[그림 4-39] 마니아 관객의 자기 마니아 관객 인식 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자	88

그림 목 차



[그림 4-40] 공연 관람 전 확인하는 정보(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	91
[그림 4-41] 공연을 관람하지 않더라도 공연 정보를 습득하는지 여부 -출연진, 연출자, 극단, 작품에 대한 정보 수집 관람자	92
[그림 4-42] 공연 선택 요인의 유사성 분석 결과-마니아 관객	94
[그림 4-43] 공연 선택 요인의 유사성 분석 결과-비 마니아 관객	94
[그림 4-44] 부가 상품 구매 종류(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	95
[그림 4-45] 부가 상품 구매 종류 간 교차 비교 결과(복수응답)-마니아 관객	96
[그림 4-46] 공연 관람 전 · 후 작품에 대한 리뷰 게시 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	97
[그림 4-47] 공연 관람 전 · 후 리뷰 게시 사이트 개수-연 4회 이상 유료 공연 관람자	98
[그림 4-48] 공연 관람 전 · 후 리뷰 게시 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자	99
[그림 4-49] 연령대별 공연 관람 전 · 후 리뷰 게시 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자	99
[그림 4-50] 팬덤/팬클럽 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	100
[그림 4-51] 성별 월 평균 공연 관람 횟수별 팬덤/팬클럽 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	100
[그림 4-52] 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 횟수-팬덤/팬클럽 활동자	101
[그림 4-53] 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 내용(복수응답)-연 1회 이상 오프라인 모임 활동자	102
[그림 4-54] 활동 횟수별 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 내용(복수응답) -마니아 관객 중 연 1회 이상 오프라인 모임 활동자	102
[그림 4-55] 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	103
[그림 4-56] 공연 관람 비용별, 공연 관람 횟수별, 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	104
[그림 4-57] 공연예술 관련 교육 경험-연 4회 이상 유료 공연 관람자	105
[그림 4-58] 공연예술 관련 교육 경험여부 별 공연예술 관람 비율(2022년 국민문화예술활동조사)	105
[그림 4-59] 해외 공연 관람 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	106
[그림 4-60] 해외 공연 관람을 위한 해외 방문 경험-해외 공연 관람자	107
[그림 4-61] 해외 공연 관람을 위한 해외 방문 경험 -마니아 관객 중 팬클럽 활동자 & 해외 공연 관람자 ..	107
[그림 4-62] 좋아하는 예술가의 공연을 관람하기 위해 해외 공연장 방문 경험-해외 공연 관람자	107
[그림 4-63] 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	108
[그림 4-64] 성별, 연령별 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자	108

그림 목 차



[그림 4-65] 장르별 반복 관람 여부 및 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자	109
[그림 4-66] 마니아 관객 여부별 반복 관람 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자	110
[그림 4-67] 입장권 구매 비용 분포-연극 공연 관람자	110
[그림 4-68] 부가 상품 구매비용 분포-연극 공연 관람자	111
[그림 4-69] 입장권 구매 비용 분포-뮤지컬 공연 관람자	111
[그림 4-70] 부가 상품 구매비용 분포-뮤지컬 공연 관람자	112
[그림 4-71] 입장권 구매 비용 분포-음악 공연 관람자	112
[그림 4-72] 부가 상품 구매비용 분포-음악 공연 관람자	113
[그림 4-73] 입장권 구매 비용 분포-무용 공연 관람자	113
[그림 4-74] 부가 상품 구매비용 분포-무용 공연 관람자	114
[그림 4-75] 입장권 구매 비용 분포-국악 공연 관람자	114
[그림 4-76] 부가 상품 구매비용 분포-국악 공연 관람자	115
[그림 4-77] 연극 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 연극 공연 관람자	117
[그림 4-78] 뮤지컬 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 뮤지컬 공연 관람자	118
[그림 4-79] 음악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 음악 공연 관람자	119
[그림 4-80] 무용 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 무용 공연 관람자	120
[그림 4-81] 국악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답) -연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 국악 공연 관람자	121
[그림 4-82] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 각 공연 관람자	122
[그림 4-83] 무용가의 오프라인 행사 참여 여부-무용 공연 관람자	123
[그림 4-84] 공연예술 관련 교육 경험여부 별 공연예술 관람 횟수(2022년 국민문화예술활동조사)	131
[그림 5-1] 비 마니아 집단 vs 마니아 집단의 마니아 특성 항목 해당 개수 비교 -연 4회 이상 유료 공연 관람자	138



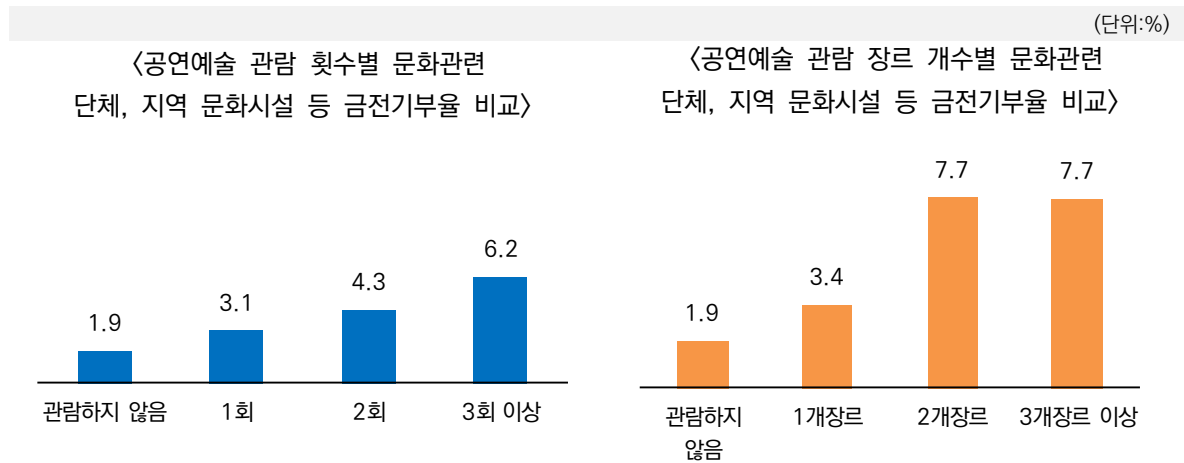
과업개요

제1장 과업개요

1. 과업 목적

- 회전문 관객, 인기 예술가 팬덤, 콘텐츠 선호 등 한국 공연시장의 마니아 관객은 비 마니아 관객에 비해 공연기획·제작·유통·소비에 미치는 영향이 증가하고 있음
- 2022년 국민문화예술활동실태조사 결과, 최근 1년 이내 공연예술(서양음악, 전통예술, 연극, 뮤지컬, 무용)을 관람한 횟수가 많을수록, 다양한 장르의 공연예술을 관람할수록 문화관련 단체나 문화시설에 금전을 기부한 비율이 높았음
- 또한 공연예술 관람 횟수가 많을수록, 다양한 장르의 공연을 관람할수록 다른 문화예술행사도 더 많이 관람하는 것으로 확인됨

[그림 1-1] 공연예술 관람 횟수 및 관람 장르 개수별 금전기부 경험 비율 비교



[표 1-2] 공연예술 관람 횟수 및 관람 장르 개수별 문화예술행사 평균 관람 횟수

		문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악/연예
관람 횟수	관람하지 않음	0.0	0.1	-	-	-	-	-	1.4	0.1
	1회	0.1	0.3	0.1	0.3	0.3	0.3	0.0	2.2	0.1
	2회	0.1	0.4	0.2	0.2	1.0	0.6	0.1	3.3	0.2
	3회 이상	0.4	0.6	0.7	0.5	1.5	1.6	0.2	5.0	0.3
유의확률		0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
관람 장르	관람하지 않음	0.0	0.1	-	-	-	-	-	1.4	0.1
	1개장르	0.1	0.3	0.2	0.3	0.6	0.5	0.0	2.8	0.1
	2개장르	0.1	0.4	0.4	0.3	1.2	1.3	0.1	4.3	0.3
	3개장르 이상	0.8	1.5	1.8	0.9	2.1	2.3	0.9	6.6	0.4
유의확률		0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**

*p<0.05, ** p<0.001

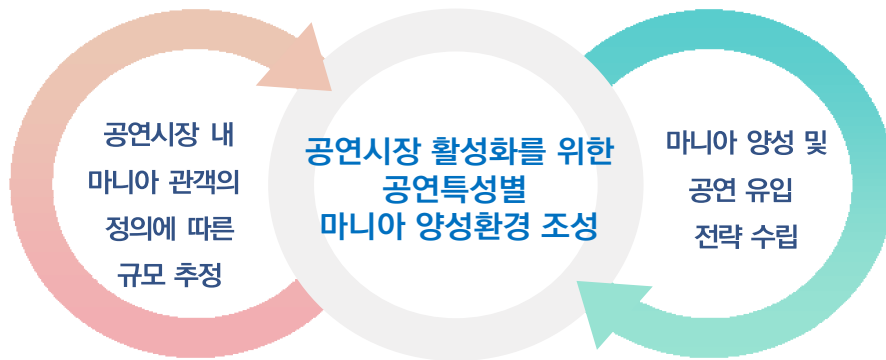
※ 2022년 국민문화예술활동조사(문화체육관광부)의 원데이터를 재집계한 결과임

- COVID-19의 영향으로 공연시장이 한동안 침체되었으나, 2021년 이후에는 예년의 공연 건수와 비슷한 규모로 공연이 상연되고 있는 만큼, 공연시장 내 마니아 관객의 규모와 관객성향을 조사하여 공연시장 활성화를 위한 공연특성별 마니아 양성 환경 조성하는데 활용하고자 함

[그림 1-2] 과업 수행 목적

공연시장내 마니아 관객의양성과마니아의긍정적산업 영향 확대

- ① 공연 예매처(또는 시설) 협력 데이터 기반 마니아 관객 규모 및 특성 분석
- ② 마니아 관객 분포가 높은 공연단체, 기획제작사와 협력하여 공연 마니아의 관람 성향 및 소비 유형을 조사하고, 장르·특성별 마니아 양성 및 공연 유입 전략 수립



2. 과업 추진 절차

- 과업은 2023년 9월부터 2024년 1월까지 진행되었으며, 구체적인 추진절차는 다음과 같음

[그림 1-3] 과업 추진 절차

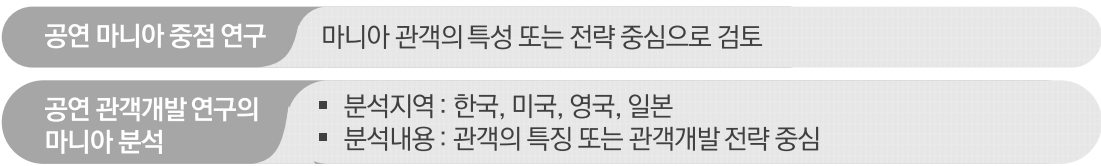


3. 마니아 관객 성향 조사 개요

가. 국내외 공연 마니아 관객 관련 선행 연구

- 국내외 공연시장 마니아 관객 연구는 공연 분야 마니아 관객을 중점적으로 연구한 사례보다 공연 분야 관객개발 목적의 연구가 주를 이루고 있음
- 이에 국내외 공연시장 마니아 관객 선행연구 검토는 공연 마니아 관객 중점 연구와 공연 관객개발 연구의 마니아 분석 선행연구를 선별하여 검토하였음

[그림 1-4] 선행연구 추진 개요



공연 마니아 관객의 특성을 요약

공연 분야와 공연 이외 분야 마니아의 정의나 특성을 통해 공연 마니아 관객에 대해 재 정의 시도

나. 공연 분야 전문가 의견 수집

- 선행연구 검토를 기반으로 구성된 안건으로 장르별 마니아 관객의 특성을 검증하고 설문 조사표 문항의 적절성 여부 검토
- 2023년 10월 4일 ~ 2023년 10월 17일, 서면 질의서에 대한 검토 및 회신

[표 1-3] 의견 수집을 위한 전문가 구성

참여장르	참여자 소속 및 지위
연극	국립극단 홍보마케팅팀 팀장
뮤지컬	공연 칼럼니스트
음악	부천아트센터 공연사업팀팀장
국악	국립국악원 장악과 관객개발팀팀장
무용	댄스포럼편집장
공연장	세종문화회관 공연DX팀 팀장

다. 공연 관람객 정량조사 및 FGI 진행 개요

- 공연 관람객에 대한 조사는 세종문화회관과 인터파크 홈페이지 이용자 및 회원들을 대상으로 진행되었으며, 마니아 관객에 대한 심층분석을 진행하기 위해 설문조사 응답자 중 마니아 관객 총 22명을 대상으로 FGI를 실시하였음

[그림 1-5] 정량조사 개요

조사목적	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공연 관람객중 마니아 관객의 기본적인 성향을 파악하기 위한 정량데이터의 수집과 분석
조사시기	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2023년 11월 17일~12월 8일
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 인터파크와 세종문화회관 홈페이지 접속자 중 온라인 조사 배너를 통해 접속한 이용자 4,840명
유효표본수	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 세종문화회관 홈페이지 이용자 3,454명 ▪ 인터파크 홈페이지 이용자 1,388명
조사내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 최근 1년 이내 유료 공연 관람 여부 및 관람 빈도 2. 마니아 특성 항목(공연 입장권 구매 행동, 공연 정보 확인, 공연 리뷰 또는 관람 인증 여부, 부가상품 구매, 공연 관련 모임/동호회 활동 여부, 타인 공연 추천) 3. 마니아 관객의 공연 관람 특성(정보수집의 적극성, 관람빈도, 팬덤/팬클럽 활동, 리뷰게시여부, 예술 관련 교육경험, 해외공연 관람 여부, 공연 선택 요인 등) 4. 응답자 특성(성별, 연령, 거주지역, 직업 연관성, 가구소득, 월평균 공연 관람 비용, 자녀 구성 형태, 결혼여부 등)

[그림 1-6] 마니아 관객 FGI 진행 개요

조사목적	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공연 마니아 관객에 대한 특성 등 심층 의견 자료 수집
조사시기	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2023년 12월 18일~19일
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정량조사 응답자 중 각 장르별 유료공연 관람 경험자
유효표본수	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 연극 분야 5명, 국악/무용 분야 6명, 뮤지컬 분야 6명, 음악 분야 5명 총 22명
조사내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 응답자 일반 현황 2. 공연 관람 장르와 관람 빈도 3. 공연 관람 행태 및 행동 특성 4. 공연 관련 기부/단체(기관) 회원/팬클럽·동호회 활동 경험 5. 문화예술 활동 경험 6. 마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등



02

|

국내외 공연 마니아 관객 선행연구

제2장 국내외 공연 마니아 관객 관련 선행연구

1. 개요

- 국내외 공연시장 마니아 관객 연구는 공연 분야 마니아 관객을 중점적으로 연구한 사례보다 공연 분야 관객개발 목적의 연구가 주를 이루고 있음
 - 국내 연구는 공연 마니아 관객 연구와 공연 관객개발 연구가 동시에 이루어지고 있지만, 국외 연구는 공연 관객개발 연구로 한정되고 있음
 - 특히 국내에서 마니아 관객 중점 연구는 대부분 뮤지컬 장르의 마니아 관객을 분석하거나 일부 무용과 클래식 장르의 마니아 관객을 분석한 질적 연구로 한정됨
- 이에 국내외 공연시장 마니아 관객 선행연구 검토는 공연 마니아 관객 중점 연구와 공연 관객개발 연구의 마니아 분석 선행연구를 선별하여 검토하였음
 - 공연 마니아 관객 중점 연구는 마니아 관객의 특성이나 전략 위주로 검토함
 - 공연 관객개발 연구의 마니아 분석은 한국, 미국, 영국, 일본의 공연 마니아 관객의 특성이나 관객개발 전략을 검토하였으며, 일부 일반 관객(마니아 관객의 하위 단계로 연구마다 명칭은 다름)에 대한 전략도 검토함
- 또한, 선행연구 검토 결과를 기반으로 공연 마니아 관객의 특성을 요약하고 공연 분야와 공연 이외 분야 마니아의 정의나 특성들을 살펴봄으로써 공연 마니아 관객에 대해 재정의함

2. 공연 마니아 관객 중점 연구

가. 한국 뮤지컬 마니아 관객의 문화매개자적 특성 연구¹⁾

(1) 연구 내용

- 연구 목적과 연구 범위
 - 온라인 공간에서 이루어지는 뮤지컬 마니아 관객들의 상호작용으로 이들의 문화매개자적 특성 확인
 - 선행연구 검토와 2020년 8월 17일 20시 네이버 TV와 VLIVE에서 중계된 온택트 뮤지컬 <마리 퀴리>의 온라인 '라이브 TALK' 채팅 대화 분석

1) 강주영(2021), 「한국 뮤지컬 마니아 관객의 문화매개자적 특성 연구: 뮤지컬 <마리 퀴리> 라이브 TALK 채팅을 중심으로」, 한국콘텐츠학회논문지, 21권 12호. 요약.

○ 연구 방법과 내용

- 뮤지컬 마니아 관객의 특성을 검토하고 네이버 TV와 VLIVE에서 중계한 뮤지컬 <마리 퀴리> '라이브 TALK' 채팅 대화 13,873개의 댓글을 모두 검토하여 18개의 대화명을 선발 후 분석 영역을 소유 자본의 특성, 언어적 특성, 수용자와의 관계로 구분하고 마니아 관객의 문화매개자적 특성과 채팅의 주요 내용분석

(2) 연구 결과

- 온라인에서 활동하는 뮤지컬 마니아 관객은 ①경험으로 축적된 문화자본, ②집단 내부의 언어 표현 사용, ③양 방향적이고 즉각적인 소통 과정의 세 가지 특성으로 분류할 수 있음

[표 2-1] 온라인에서 활동하는 뮤지컬 마니아 관객의 특성

영역	특성
경험으로 축적된 문화자본	- 다양한 작품 관람으로 축적된 지식과 경험을 바탕으로 비교적 높은 문화자본 소유 - 작품 이해를 위한 도서 추천 - 다른 뮤지컬 작품 소개
집단 내부의 언어 표현 사용	- 평소 자주 이용하는 언어적 표현을 채팅에서 자주 사용 - 이해를 돕기 위해 은어의 표현을 자세하게 설명하여 일반 관객(채팅 관객)에게 설명함
양 방향적이고 즉각적인 소통 과정	- 질문에 즉각적인 응답과 실시간 상호교류 시도 - 양방향 소통으로 서로의 견해 또는 감정을 나누며 정서적 교류 시도

나. 한국무용공연의 대중화를 위한 관객연구²⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 한국무용공연의 관람률을 높이고 대중화를 이루기 위해 공연 마니아 집단의 특성과 공연예술 및 무용공연에 대한 인식 규명
- 선행연구 검토와 공연 마니아의 특성 및 한국무용공연 마니아 관객 인식 분석

○ 연구 방법과 내용

- 공연 마니아 관객 4인 심층 면접을 시행하며, 자료의 진실성을 위해 다각도 분석, 동료 간 협의, 구성원 간 검토 과정 진행하고 연구의 윤리성을 위해 연구 참여자에 대한 동의, 기밀 유지, 상호 호혜성, 해석과 표현에 있어서 해체적 반성을 고려했으며, 연구자의 주관적

2) 최준명(2020), 「한국무용공연의 대중화를 위한 관객연구: 공연 마니아들의 특성을 중심으로」, 한국무용학회지, 제19권 제4호. 요약

개입을 배제하기 위해 원자료를 그대로 사용하여 연구

(2) 연구 결과

- 마니아 관객들은 한국무용 공연이 무엇을 전달하고자 하는지 이해하기 어렵고, 관객과의 공감대를 형성하지 않는다고 지적함
- 또한, 한국무용공연의 대중화를 위해 공연의 구조를 작품 중심에서 관객 위주로 전환할 필요성 제기. 모든 관객의 눈높이와 요구를 적극적으로 수용하면서 시대의 상황에 맞게 전통성과 민속성을 함께 드러내는 작업 필요성 제기
 - 위와 같은 심층 면접 결과 공연 마니아는 ①발품 파는 재미, ②음미하는 즐거움, ③동참하는 짜릿함, ④진한 감동 맛보기와 같은 4가지 특성을 발견할 수 있었음

[표 2-2] 무용 마니아 관객의 특성

영역	특성
발품 파는 재미	- 관심 있는 공연 작품에 관해 홍보 수단을 통해 사전정보를 얻어 공연장을 찾거나 공연장을 직접 방문해 정보를 얻음 - 대중적 특성을 가진 관객 증가
음미하는 즐거움	- 작품의 완성도, 예술적 가치뿐만 아니라 주제와 내용에도 관심 - 비슷한 예술적 취향과 감상적 욕구를 가진 사람들이 모여 예술 정보를 공유
동참하는 짜릿함	- 대극장 공연보다 행위자와 관객이 가까운 거리에서 소통하며 호흡할 수 있는 소극장 공연을 선호
진한 감동 맛보기	- 공연 감상으로 직접적 감동을 경험하고 예술적 관심이나 욕구를 충족시키는 것을 원함 - 새로운 공연 문화를 만들어 공유 - 역사적이거나 문화적 가치가 있는 작품 내용에 관심

다. 온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관극 문화에 관한 고찰³⁾

(1) 연구 내용

- 연구 목적과 연구 범위
 - 뮤지컬 <프랑켄슈타인>의 반복 관람객 특유의 행동 양상 검토
 - 이론적 배경을 기반으로 뮤지컬 <프랑켄슈타인>(2017/2015) 반복 관람객 대상 오프라인과 온라인 자료 분석
- 연구 방법과 내용
 - 뮤지컬 <프랑켄슈타인>을 기반으로 오프라인 라이브니스(오프라인 관극 경험)에서 ①즉흥성,

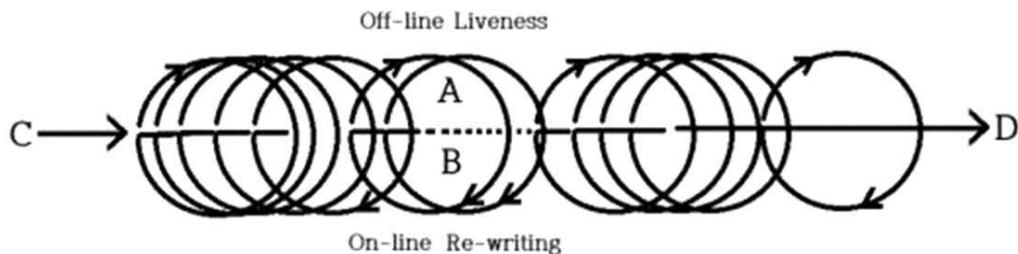
3) 이민희(2019), 「온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관극 문화에 관한 고찰: 뮤지컬 <프랑켄슈타인>(2014/2015)을 중심으로」, 한국극예술연구, 63호. 요약.

②보는 행위, ③비에 3가지 관점의 분석과 온라인 다시쓰기(인터넷 공간의 텍스트 생산)에서 ①공동의 기억 복원, ②즉흥적인 요소의 텍스트화 및 이에 대한 해석, ③주변적인 인물 다시쓰기, ④시즌 전체에 대한 다시쓰기 4가지 관점의 분석을 연극학자 ‘Richard Schechner’의 퍼포먼스 개념에 접목해 분석

(2) 연구 결과

- 오프라인의 라이브니스 체험과 온라인 다시쓰기는 완전히 다른 시공간에서 이뤄지지만, 라이브니스의 극대화가 다시쓰기로 이어지면서 구체적인 형태를 획득하고 이러한 상호작용을 통해 연쇄적으로 수행되는 새로운 관극 문화가 만들어짐. 이를 ‘Richard Schechner’ 모델을 적용하면 아래와 같은 모형으로 표현할 수 있음

[그림 2-1] 연속 관람자들의 시즌제 뮤지컬 관람 방식



- 오프라인 라이브니스는 A, 온라인 다시쓰기는 B로 관객들은 A와 B를 순환적으로 경험하며 C의 지점에서 D로 나아감
- 회전문 관객의 연쇄적 또는 반복 관람은 단순 재구매가 아닌 라이브니스와 온라인 다시쓰기의 상호작용으로 라이브니스를 느낄 수 있는 감각이 확장되며, 관극의 즐거움이 점차 증가함
- 오프라인 라이브니스와 온라인 다시쓰기는 뮤지컬 작품을 연쇄 관극하는 집단의 퍼포먼스로 정의할 수 있음

라. 뮤지컬 회전문관광객의 미시사회학적 분석⁴⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 뮤지컬 회전문 관객의 행동 특성을 분석하여 시장을 이해하고 향후 실무에 적용할 수 있는 기반을 마련

4) 임찬묵(2017), 「뮤지컬 회전문관광객의 미시사회학적 분석: 뮤지컬 〈헤드워〉의 관객들과 Colon 오페라하우스의 Opera Fanatic의 비교를 중심으로」, 문화산업연구, 17권 2호. 요약.

- 선행연구 검토와 뮤지컬 〈헤드윅〉의 회전문 관객에 대한 미시사회학적 분석 시행

○ 연구 방법과 내용

- 미시사회학적 분석 방법에 사용된 지표를 토대로 뮤지컬 〈헤드윅〉의 회전문 관객을 분석. 연구자 Benzecry는 Teatro Colón 극장에서 오페라에 광적인 애정을 가지고 반복 관람하는 Opera Fanatic을 대상으로 연구를 시작해 2014년 “The High of Cultural Experience : Toward a Micro-sociology of Cultural Consumption” 연구에서 미시사회학적 분석 틀인 ①극단적인 상호작용 의례를 만드는 신체적 자기 몰두, ②집합적 열광, ③공개적 자아 표현, ④음악적 감식안이나 외부 주제들에 대한 담론 4가지 지표를 도출
- 이와 같은 Opera Fanatic 대상 연구에서 추출한 미시사회학적 4가지 지표를 기반으로 뮤지컬 〈헤드윅〉 회전문 관객 분석 시행

(2) 연구 결과 및 시사점

- 뮤지컬 〈헤드윅〉의 회전문 관객은 Teatro Colón 극장의 Opera Fanatic과 거의 유사한 특성을 보이지만 다음과 같은 몇 가지 차이점이 있음
 - 회전문 관객은 비싼 입장권도 구매하는 등 경제적 부담을 고려하지 않는 관람 형태 지향과 공개적 자아 표현에 대해 무관심함
 - 회전문 관객은 특정 뮤지컬 작품을 두드러지게 반복 관람하며 대극장보다는 소극장 뮤지컬 반복 관람 횟수가 많음

[표 2-3] Benzecry의 미시사회학적 4가지 지표에 따른 회전문 관객의 특성

지표 구분	뮤지컬 〈헤드윅〉 회전문 관객의 특성
극단적인 상호작용 의례를 만드는 신체적 자기 몰두	- 소극장 특성상 관객을 보는 자아와 극을 보는 관객이라는 사회 사이의 상호작용을 통해 정서적 에너지가 상승하는 경험을 보여줌
집합적 열광	- 작품 내내 암묵적인 규칙 이행은 반복 관람으로 인한 자연스러운 학습 결과이며, 다양한 캐스팅에 고르게 나타나는 출연진에 대한 선물은 결속력이 강한 집단의 특징을 보여줌
공개적 자아 표현	- 배우를 더 가까이 잘 볼 수 있는 비싼 입장권도 구매하는 등 경제적 부담을 고려하지 않는 관람 형태 지향 - 작품 그 자체에 몰입하는 것이 중요하여 공개적 자아 표현은 무관심함
외부 주제들에 대한 담론	- 작품 리뷰나 감상평을 온라인에 게시할 때 캐스팅마다 다양한 즉흥 연기 등을 자세하게 밝혀내거나 입장권 가격의 액수, 관람을 위해 노력한 일 등 다양한 담론을 통한 대화

마. 한국 뮤지컬 마니아 관객 활동의 문화 정치적 함의⁵⁾

5) 박혜성(2017), 「한국 뮤지컬 마니아 관객 활동의 문화 정치적 함의: 온라인 커뮤니티 활동을 중심으로」, 언론과 사회, 25권 1호. 요약.

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 뮤지컬 마니아 관객들의 소통과 연대 과정을 검토하여 마니아 활동의 문화 정치적 함의를 파악
- 이론적 배경과 뮤지컬 마니아 관객의 온라인 커뮤니티 내용분석 및 관련 기사 검토

○ 연구 방법과 내용

- 뮤지컬 마니아 관객의 특성을 검토하고 뮤지컬 마니아 커뮤니티 ‘디시인사이드 연극 뮤지컬 갤러리’와 인터넷 ‘에스노그래피’ 내의 상호작용을 관찰한 후 커뮤니티 내부 논의와 신문 기사를 수집하여 분석

(2) 연구 결과 및 시사점

- 뮤지컬 마니아 관객의 온라인 커뮤니티 활동의 의미는 ①대화 공동체를 통한 개인 팬덤 역량의 유지와 발전, ②취향 공동체의 결속을 통한 공연 산업의 견제, ③사회적 관계에서 자유로운 정서 공동체의 창출 3가지 특성으로 분류할 수 있음

[표 2-4] 온라인 커뮤니티 활동 뮤지컬 마니아 관객의 특성

영역	특성
대화 공동체를 통한 개인 팬덤 역량의 유지와 발전	<ul style="list-style-type: none"> - 뮤지컬 이전 다른 분야 마니아가 다수이며, 팬덤을 경험한 이들은 생애주기에 걸쳐 대상을 변경하여 몰입의 경험을 즐김 - 공연 관람 중심 관람 비용 총당, 시간 확보, 연애 등 사생활 관리, 체력 유지 등 고충을 소통하며, 논쟁보다 취향 존중 방식 대화를 유지하고 일부는 뮤지컬 이외 장르의 마니아 온라인 커뮤니티 활동 병행 - 자신의 팬 생산물을 온라인 커뮤니티에 전시 및 공유하고 공동체 내의 언어를 사용하면서 지속적인 창작을 독려받음 - 내부인과 달리 외부인에게는 공격적이고 배타적 모습을 보이는데 이는 금전 거래(공연 입장권의 양도, 양수)가 활발히 이루어지는 상호 간 신뢰 관계로 인해 외부인을 경계하는 풍토가 조성된 것으로 추정
취향 공동체의 결속을 통한 공연 산업의 견제	<ul style="list-style-type: none"> - 공연에 관계된 내용적 지식이 풍부하며, 기대치에 못 미치는 공연에는 비판하고, 시체 관극(조용한 관람)을 방해하는 관크(관람 방해 요소)에 대해 비난하는 문화도 있음 - 커뮤니티에 게시하는 뮤지컬 마니아 관객의 비판을 공연 생산자들이 수용하지 못할 시 비상대책위원회를 결성하고 다양한 오프라인 활동으로 이어지기도 하며, 그 결과 제작사는 관객의 취향을 통일하려 노력하기도 함 - 즉, 뮤지컬 마니아 관객의 커뮤니티 활동은 취향 공동체 결속과 뮤지컬 공연의 입지 강화가 주된 목적이기도 함
사회적 관계에서 자유로운 정서 공동체의 창출	<ul style="list-style-type: none"> - 동일 공연 반복 관람이 대부분이고 온라인 커뮤니티 내에서 교류 이외 오프라인 교류는 관계적 피로감 때문에 다소 부정적 - 팬 아트, 엽서, 공연 사진, 액세서리, 간식 등 익명으로 조건 없이 나누는 행위를 통한 감정 교류 진행

3. 공연 관객개발 연구의 마니아 관객 분석

가. 공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구⁶⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 공연예술 향유 양상과 의향을 분석하여 향후 관객개발 전략 수립과 사업 개발·개선을 위한 근거 마련
- 관객개발 연구 동향 조사, 관객 인식 조사, 연구의 시사점 및 관객 개발 전략 제안

○ 연구 방법과 내용

- 연극/뮤지컬/음악/전통예술/무용/다원·장르 혼합 관객 대상 관람한 공연 선택 요인 및 만족도, 문화예술관람 및 참여 형태, 관람 성향 및 인식, 공연예술관람의 장애요인, 응답자 특성 변수를 반영한 설문조사 시행하여 총 1,038부의 설문지를 회수·분석하고 관객 유형 구분 후 유형별 특성 분석과 시사점 및 관객 개발 전략 제안

(2) 연구 결과

- 연구 결과는 조사 결과를 군집 1부터 군집 6까지 총 6개의 군집으로 분류한 후 ①1단계 비수용(무관심층: 군집 없음), ②2단계 수용(단순 관람 관객층 군집 1, 관심 관객층 군집 2), ③3단계 참여(적극적인 관객층 군집 4, 참여형 관객층 군집 5, 6)로 유형을 분류함
- 유형별 특성을 검토한 결과 마니아 관객은 3단계 참여에 해당하는 적극적인 관객층과 참여형 관객층으로 볼 수 있음
 - 마니아 관객으로 볼 수 있는 3단계 참여 유형에서 첫 번째 적극적인 관객층은 연 4회 이하의 공연을 관람하며 두 번째 참여형 관객층은 월 4회 이하의 공연을 관람하는 것으로 나타남

6) 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연·채혜은·고동진(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회, 요약.

[표 2-5] 적극적인 관객층과 참여형 관객층 주요 결과

항목	적극적인 관객층	참여형 관객층
성별	여성 74.1%, 남성 25.9%	여성 76.6%, 남성 23.4%
학력	대학교 졸업(77.0%) ▶ 대학원 졸업(13.7%) ▶ 고등학교 졸업(9.4%) 순서	대학교 졸업(75.6%) ▶ 대학원 졸업(18.4%) ▶ 고등학교 졸업(5.9%) 순서
공연 관람 경험 비율	뮤지컬(60.4%) ▶ 연극(53.2%) ▶ 음악(48.2%) ▶ 전통예술(17.3%) ▶ 다원/장르 혼합(21.6%) ▶ 무용(15.1%) 순서	뮤지컬(77.5%) ▶ 연극(70.1%) ▶ 음악(58.1%) ▶ 전통예술(49.2%) ▶ 다원/장르 혼합(27.3%) ▶ 무용(25.3%) 순서
사전정보 확인	56.8%	67.15%
정기/비정기 후원	5.4%	8.9%
공연 후기 작성	25.7%	22%
관련 콘텐츠 제작/ 공유	18.9%	22.6%
문화예술 활동 경험	61.2%	81.0%
공연 입장권 구매를 위해 필요한 지원	문화의 날 공연 입장권 가격 할인 제도 확대(32.4%) ▶ 적절한 상연 시간 확보(22.3%) ▶ 재관람 공연 할인 확대(20.1%) ▶ 포인트 적립제도(15.1%) ▶ 공연장까지 접근성/대중교통 확보(10.1%) 순서	문화의 날 공연 입장권 가격 할인 제도 확대(31.3%) ▶ 적절한 상연 시간 확보(22.8%) ▶ 재관람 공연 할인 확대(20.1%) ▶ 포인트 적립제도(15.4%) ▶ 공연장까지 접근성/대중교통 확보(10.95%) 순서
공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보	공연 작품에 대한 정보(56.1%) ▶ 입장권 구매 관련 할인제도(55.4%) ▶ 출연진 정보(41.0%) ▶ 공연장까지 접근성(28.1%) ▶ 연출자/스태프 정보(21.6%) ▶ 공연장 내 편의시설(17.3%) 순서	공연 작품에 대한 정보(63.7%) ▶ 입장권 구매 관련 할인제도(44.3%) ▶ 출연진 정보(34.3%) ▶ 공연장까지 접근성(28.4%) ▶ 공연장 내 편의시설(23.9%) ▶ 연출자/스태프 정보(20.4%) 순서

- 마니아 관객이 아닌 유형은(1단계 비수용 무관심층, 2단계 수용 단순 관람 관객층/관심 관객층) 장기적 관점의 공연예술 홍보전략, 공연예술 관람 흥미 유도 전략, 다양한 공연예술 향유 방법 제공 전략이 필요함
- 마니아 관객 유형은 참여형 소비자 유인전략과 질 높은 공연예술 혜택 및 다양한 정책 참여 전략이 필요함

나. 뮤지컬 관객의 관람 후 행동에 관한 연구)

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 향후 뮤지컬 관객 창출과 유지의 극대화를 가져오기 위해 관객의 소비 행동을 예측하기 위한 확장된 계획적 행동이론을 토대로 뮤지컬 작품 요인이 지각된 가치와 몰입, 관객의 관람 후

7) 김설화(2021), 「뮤지컬 관객의 관람 후 행동에 관한 연구: 일반 관객과 마니아 관객 비교를 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문, 요약.

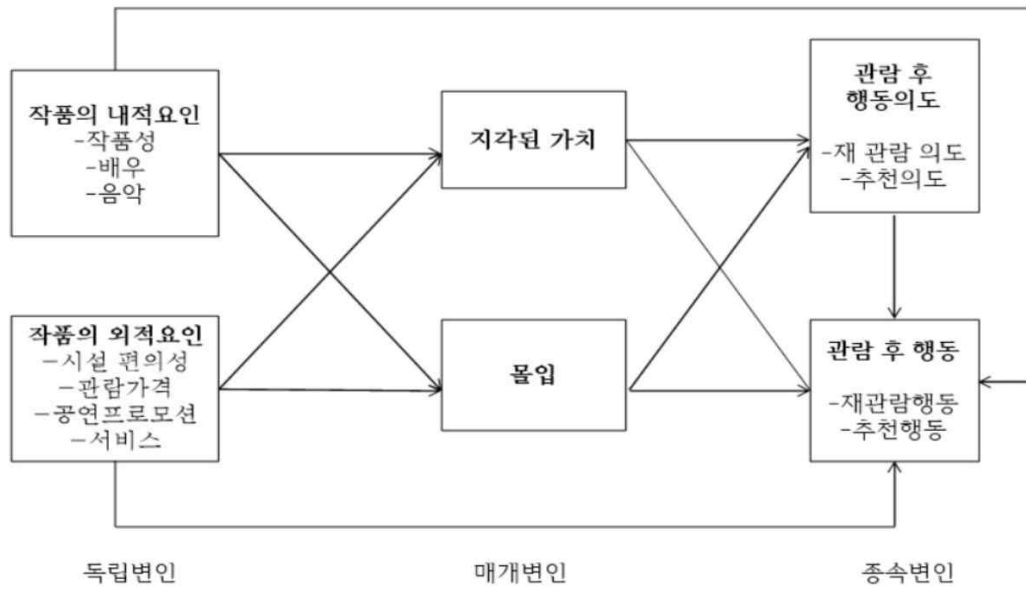
행동 의도와 행동에 미치는 영향 관계 검토

- 선행연구 검토와 관객들의 몰입경험이 향후 소비에 어떠한 영향을 미치는지 뮤지컬 일반 관객과 마니아 관객 인식 분석

○ 연구 방법과 내용

- 연구 모형, 연구가설 설정 및 측정 항목 구성을 통한 가설 검증과 이를 통해 마니아 관객집단과 일반 관객집단에 영향을 끼치는 유의수준 결과 도출

[그림 2-2] 연구 모형



[표 2-6] 측정 항목(5점 리커트 척도)

측정변수		설문 내용	문항 수
작품 요인	작품성	작품의 완성도, 연출자 무대감독 등 인지도, 무대디자인 및 장치, 작품의 인지도, 작품의 스토리 구성	5
	배우	배우의 연기력과 가창력, 배우의 인지도, 배우에 대한 선호도	3
	음악	음악의 친숙성, 음악과 스토리의 조화, 음향과 음질	3
	공연시설 편의성	공연장 좌석의 편의성, 교통시설 접근성, 공연장 무대 시설, 편의시설 등	4
	관람 요금	입장권 가격의 적정성, 다양한 할인 혜택, 프로그램 북 등 MD의 가격, 기타 관람 비용 적정성 등	4
	공연 프로모션	방송매체와 신문 매체의 광고, 관람 후기, 온라인 평가 등	3
	서비스 과정	공연장 직원들의 친절성, 교육성, 안내 태도 등	3

(계속→)

측정변수	설문 내용	문항 수
지각된 가치	사회 내에서 일반 관객이나 전문가들에게 호의적인 평가와 인정을 받는 혹은 관람 트렌드를 일으키고 있는 뮤지컬 작품	7
	뮤지컬 작품의 관람에서 얻는 재미나 감동, 즐거움과 같은 정서적 변화 또는 스트레스 해소나 기분 전환	
	공연된 뮤지컬 작품의 높은 예술적 그리고 기술적 완성도	
	뮤지컬 작품의 질과 감정적 편익 대비 비용 또는 관람 환경과 시설 및 서비스 편익 대비 비용에서 기인한 경제성	
몰입	공연의 감정적 애착도, 공연에 빠져드는 정도, 배우들의 연기의 몰입 정도	5
관람 후 행동 의도	관람 작품 재관람 의도 가능성, 출연 배우의 작품 재관람 의도 가능성, 타인에게 관람을 권유 및 추천할 의도	6
관람 후 행동	관람 작품 재관람 가능성, 출연 배우의 작품 재관람 가능성, 타인에게 관람을 권유 및 추천할 행동	6

(2) 연구 결과

○ 마니아 관객집단과 일반 관객집단을 비교하는 6가지 영향에 대한 가설 검정 결과는 아래와 같음

[표 2-7] 마니아 관객집단과 일반 관객집단의 결과 비교

영향 요인	내용
첫째, 작품 요인이 지각된 가치에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 마니아 관객집단은 작품 요인은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미침. 작품성, 배우, 음악 순으로 지각된 가치에 영향을 미침 - 일반 관객집단은 작품 요인이 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났음
둘째, 작품 외적이 관람 후 행동에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 통계적으로 두 집단 모두에 유의하게 나타났음 - 마니아 관객집단은 작품 외적 요인 중 관람 요금과 프로모션이 지각된 가치에 가장 영향을 미치고, 일반 관객집단은 공연시설 편의성, 서비스 과정이 지각된 가치에 가장 영향을 미침 - 마니아 관객집단은 관람기준에 대한 지각된 가치가 성숙 단계에 있으며, 단순한 캐스팅에 의한 관람이 아닌 작품성과 서비스를 종합적으로 판단함 - 위와 같은 두 집단의 차이가 존재하므로 향후 일반 관객 활성화와 마니아 관객층에 대한 유지에 있어 뮤지컬 작품을 통한 관객들의 지각된 가치에 대한 차이점에 대해 고민해야 하며 서로 상호보완적인 관계를 형성해야 함
셋째, 작품 요인이 몰입에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 마니아 관객집단은 작품 요인은 몰입에 정(+)의 영향을 미침. 배우, 음악, 작품성의 순으로 영향을 미침 - 일반 관객집단은 작품 요인은 몰입에 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났음
넷째, 외적 요인이 몰입에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 마니아 관객집단은 시설 편의성, 관람 요인, 공연 프로모션, 서비스 과정 등 외적 요인은 몰입에 정(+)의 영향을 미침 - 일반 관객집단은 외적 요인의 영향이 유의하지 않음
다섯째, 작품 요인과 관람 후 행동 의도 및 행동의 관계	<ul style="list-style-type: none"> - 마니아 관객집단은 작품의 내적 요인과 외적 요인은 관람 후 행동에 통계적으로 정(+)의 영향을 미쳤지만, 일반 관객집단은 작품의 요인은 관람 후 행동에 부분적으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타남 - 일반 관객집단은 작품 외적 요인은 관람 후 행동 의도 중 재관람 의도에는 유의한 영향을 미쳤지만, 추천 의도에는 정적 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
여섯째, 관람 후 행동 의도 및 행동의 관계	<ul style="list-style-type: none"> - 마니아 관객집단은 경우 관람 후 행동 의도는 관람 후 행동에 영향을 미치는 것으로 나타남 - 일반 관객집단은 관람 후 행동 의도는 행동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타남

- 뮤지컬 마니아 관객의 관람 후 행동에 영향을 주는 동인은 배우와 작품성이 상호작용하고 있으며, 마니아 관객의 관람 후 행동에 영향을 주는 가장 중요한 요인임을 확인
- 현재 마니아 관객들은 배우의 이름값(Ticket Power)이나 외적인 면에 이끌려 관람을 결정하지 않으며, 그보다는 작품성, 완성도, 배우의 연기력을 정확하게 판단하여 작품에 대한 가치를 총체적으로 종합한 후 결정하려 함
 - 이에 따라 뮤지컬 시장에서는 주요한 역할을 하는 마니아 관객개발을 위해 차별화된 관람 혜택 및 마케팅 전략 수립이 필요하며, 결국 이를 통해 마니아 관객들의 관람 후 행동을 유지하고 확대해 나갈 수 있음

다. ABA 관객 설문조사 분포 자료(Overall ABA Audience Survey Distribution Data)⁸⁾

(1) 연구 내용

- 연구 목적과 연구 범위
 - 공연에 대한 관객의 동기부여와 충성심의 동인 파악
 - 동기부여에 따른 관객 유형화 도출과 조직 충성도 관련 설문조사 시행 및 분석
- 연구 방법과 내용
 - 9개의 ABA(Advisory Board for the Arts) 회원의 무용/오페라/오케스트라/실내악/연극 등 공연 관객 대상 충성도, 성과, 조직 관련, 동기부여, 기타 요인, 인구통계학 및 배경 변수를 반영한 설문조사를 시행하여 총 4,600부 설문지를 분석하고 관객 유형 구분 및 유형별 특성 분석

(2) 연구 결과 및 시사점

- 설문조사 분석 결과 관객 유형을 ①상냥한 추종자(Willing Companions, Culture Surfers), ②지역사회 감시자(Civic Stewards, Social Samplers), ③개인 개발자(Mastery Builder, Conversational Challengers), ④예술애호가(Arts Passionates, Quality Seeker) 총 4개로 분류할 수 있고 8개의 세부 유형으로도 분류할 수 있음
 - 유형별 특성을 검토한 결과 마니아 관객집단은 예술애호가로 볼 수 있으며, 예술애호가의 세부적인 분류로는 예술에 열정적인 집단(Arts Passionates)과 품질 추구자(Quality Seeker)로 구분할 수 있음

8) ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Overall ABA Audience Survey Distribution Data」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS., ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Coming Back Stronger Summit 2020: Audience Survey Data - The Eight Motivational Segments in the Arts」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS.

[표 2-8] 예술에 열정적인 집단과 품질 추구자 주요 결과

예술애호가 구분	평균 나이	인종	남녀 비율	지난해 1년간 평균 공연 관람 횟수	동기	추구 가치	전체 관객 대비 비율
예술에 열정적인 집단	64세	백인 89%	남성 43% 여성 57%	2.58회	열정 추구	연민, 열정, 창의성	14%
품질 추구자	64세	백인 83%	남성 47% 여성 53%	2.52회	최고 품질의 예술작품 감상	우수성, 균형	19%

라. 브로드웨이 관객의 인구통계학적 특성(The Demographics of the Broadway Audience)⁹⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 연간 브로드웨이 공연 관객 설문조사 및 유료 입장권 구매 자료를 이용해 관객 특성 분석과 마케팅 전략에 필요한 자료 마련
- 설문조사와 입장권 구매 자료 분석 및 전략 제언

○ 연구 방법과 내용

- 2018년 6월부터 2019년 5월까지 브로드웨이에서 49개의 공연 작품을 대상으로 총 98회차의 공연에 걸쳐 관객 대상 설문조사 시행. 설문 조사표는 인구통계학, 사회 경제학, 공연 실태, 공연 인식 변수를 반영했으며, 회수한 설문조사지와 유료 입장권 구매 자료를 기반으로 가중치를 부여하여 비교분석 후 결과 도출

(2) 연구 결과 및 시사점

- 비 백인 인종 그룹의 관객 수가 점차 증가세에 있지만, 관객 대다수가 여전히 백인이 우위를 차지하므로 인종별 다양성 지원이 필요
- 극장과 거리가 멀수록 더 많은 돈을 지출하는 경향이 있으므로 ‘국제 위원회’를 통해 방문객이 뉴욕에 도착하기 전과 후에 공연 정보를 접할 수 있는 효과적 마케팅 방법을 마련하고 있다고 밝힘

9) KAREN HAUSER(2019), 「The Demographics of the Broadway Audience 2018-2019」, The Broadway League.

[표 2-9] 설문조사와 입장권 구매 데이터 비교분석 주요 결과

항목	내용
거주지	- 브로드웨이의 2018-2019년 시즌은 역대 최다 1,480만 명의 관객이 관람했고 20%는 뉴욕시 출신이며, 16%는 주변 교외 지역 출신이고 46%는 미국 다른 지역이며, 19%는 국외에서 방문 - 이전 조사 자료와 비교했을 때 해외 방문 관광객의 공연 관람 건수는 총 280만 명으로 역대 최고치를 경신함
성별	- 브로드웨이 관객 68.3%는 여성, 31.2%는 남성
나이	- 관객의 평균 나이는 42.3세이며, 이 평균 나이는 지난 20년 동안 40~45세 사이로 나타났음 - 국외 관객의 평균 나이는 36.8세로 미국 관객 평균 나이보다 젊음 - 뮤지컬 관객의 평균 나이는 41.2세, 연극 관객의 평균 나이는 47.2세로 뮤지컬 관객이 더 젊음
인종	- 관객 대다수는 여전히 백인이 많고 전체 관객 증가와 백인이 아닌 다른 인종의 관객은 330만 명으로 역대 최고치를 기록함
학력	- 25세 이상의 관객 중 81%가 대학을 졸업했고 41%는 대학원 학위를 취득함 - 연극 관객은 91%가 대학 학위가 있고 51%는 대학원을 졸업했는데 이는 뮤지컬 관객보다 더 높은 수준의 교육을 받은 것으로 나타남
연간 가구소득	- 관객의 연간 수입 평균은 261,200달러로 일반 미국인보다 더 부유하며, 연극 관객은 뮤지컬 관객보다 더 부유한 것으로 나타남
관람 빈도	- 관객의 1년간 평균 공연 관람 빈도는 4.4회이며, 15회 이상 공연을 관람한 열성 관객집단은 전체 관객의 5%이지만, 전체 입장권 수의 28%를 차지 - 연극 관객의 1년간 평균 공연 관람 빈도는 6.8회, 뮤지컬 관객은 3.9회로 뮤지컬 관객보다 연극 관객이 더 자주 공연을 관람 - 관람 빈도가 높을수록 나이가 많고 교육 수준이 높으며 부유함 - 뉴욕 시민들은 1년간 평균 7.5회 브로드웨이 공연을 관람했고 극장과 가까울수록 공연을 자주 관람함
구매 결정	- 브로드웨이 입장권 구매에서 평균적인 의사 결정자는 43.8세의 여성인데 이들은 교육 수준이 높고 백인이며 정기적으로 극장을 방문
입장권 구매	- 입장권 가격은 평균 145.60달러를 지급하며, 관객의 59%는 입장권을 온라인으로 구매하고 평균 47일 전 구매함 - 교외 지역 사람들 및 국내 관광객은 47일보다 훨씬 앞서 계획을 세우며, 국외 관광객은 공연 당일이나 며칠 전에 구매할 가능성이 높음
극장 정보 출처	- 공연과 극장에 관한 정보는 Google, Ticket master와 Broadway.com 등 인터넷을 중심으로 얻으며, 인쇄 매체 중에서는 New York Times가 가장 인기 있고 22%는 주로 아는 사람들의 입소문에 의존함
동반인	- 관객 대부분은 2인 1조 또는 가족이나 친구들 같은 소그룹을 만들어 관람하며, 여성 관객은 남성보다 친구와 함께 관람할 가능성이 높고 젊은 관객들은 가족이나 학교 그룹과 함께 관람할 가능성이 높음
어린 시절 연극 경험	- 현재 공연 관객 대다수는 어린 시절 연극 경험이 어느 정도 형성되어 있음

마. 감상 행동에 관한 설문조사(연극)(鑑賞行動に関するアンケート調査(演劇))¹⁰⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 일본예술문화진흥회의 공적 지원을 받은 연극단체 관객 설문조사를 통해 관객의 감상 행동 현황을 조사하고 분석하여 연극 분야 관객 증가와 성장 등의 과제에 대해 검증
- 연극 관객의 인구통계학적 특성과 연극 관객의 감상 행동 분석

○ 연구 방법과 내용

- 2016년도 「공연예술창작활동활성화사업」(문화예술진흥비 보조금 지원)과 「무대예술 등 창작보급활동」(예술문화진흥기금에 의한 조성)에 채택된 연극 분야 단체 80건의 공연 관객 대상(홋카이도·도호쿠/간토·관동/중부·긴키/규슈·오키나와) 인구통계학적 특성(속성)과 감상 행동 변수를 반영한 설문조사를 시행하여 총 24,893부의 설문지를 회수·분석함

(2) 연구 결과

○ 인구통계학적 특성(속성)과 감상 행동에 따른 조사 결과는 아래와 같음

[표 2-10] 연극 관객의 특성 주요 결과

항목		내용
인구통계학적 특성(속성)	성별	- 남:여:무응답=31%:49%:20%=3:5:2로 여성의 비율이 높음 - 장르별로 아동극과 인형극에서 여성의 비율이 높음 - 공연장 지역별로 홋카이도·도호쿠 지역과 규슈·오키나와 지역에서 여성의 비율이 높음
	나이	- 전체적으로 40대, 50대 순으로 관객이 많았으며, 지역별로 두 연령대의 순서가 상이한 모습을 보임 - 2015년도 조사보다 10대와 20대가 증가했으나, 여전히 10대는 아동극에 편중된 모습을 보임
	소속(직업)	- 무응답이 29%로 가장 높았고, '회사원/임원'이 27%로 뒤를 이음 - 지난 조사에서 무응답을 제외하고 두 번째로 높은 비율을 보였던 '전업주부'의 비율이 10%에서 4%로 하락하는 모습을 보임 - 두 번째 비중을 차지하게 된 '학생' 항목은 초등학교생부터 대학생까지를 포괄하고 있으며, 보호자의 관리 비중 등의 변수로 감상 행태를 판단하기 어려움

(계속→)

10) 独立行政法人日本芸術文化振興会(2018), 「鑑賞行動に関するアンケート調査(演劇)」, 独立行政法人日本芸術文化振興会.

항목	내용	
감상 행동	동반인	- 전체의 37%가 혼자서 관람했으며, 연극 공연은 개인적인 취미로 관람하는 경향이 높다는 것을 의미 - '친구·지인'은 전체에서 24%를 차지하였으며 특히 타 장르에서도 일정하게 높은 수치를 기록함 - '가족'은 전체에서 20%를 차지하였으며, 특히 아동극과 인형극 장르에서 각각 55%, 33%를 기록
	방문 인원수	- 전체에서는 1명이 37%, 2명이 29%, 3~4명이 12%, 5명 이상이 5%로 나타남 - 1명의 비율이 높게 나타난 공연 장르는 현대극이며, 41%를 차지함 - 2명의 비율이 높게 나타난 공연 장르는 뮤지컬이며, 46%를 차지함
	공연장 방문 소요 시간	- 전체에서는 '~1시간'이 30%로 가장 높았고, 다음으로 '~1.5시간'이 24%로 절반 이상의 관객이 30분에서 1.5시간 정도 소요하는 것으로 나타남
	관람 빈도	- 관람 빈도는 2~4회가 27%(6,135건)로 가장 높게 나타났으며, 무응답 20%(4,530건), 5~9회가 15%(3,394건), 20회 이상이 14%(3,122건), 10~19회가 11%(2,391건), 1회가 13%(3,056건) 순으로 나타남
	공연 만족도	- 만족도는 전체적으로 높은 편이었으며, '기대 이상으로 좋다'와 '기대대로 좋다'의 합계가 전체의 73%를 차지 - 아동극에서는 긍정적인 답변이 80%였음
	정보 출처	- 전체에서 인터넷을 이용해 정보를 얻은 비율은 22%로, 그중 SNS는 9%로 나타남 - 설립 연도 별로는 2000년대 이후 생겨난 단체들의 인터넷 활용 비중이 30%(그중 SNS는 15%)로 인터넷을 잘 활용하고 있는 것으로 나타남 - 전체의 21%는 친구·지인을 통해 정보를 얻었으며, 14%는 전단지·포스터로 정보를 얻음
	관람 동기	- 전체에서 '출연단체의 팬'이 24%, '출연자·스태프'가 20%, '초청을 받았다'가 14%로 나타남 - 아동극은 '전단지·포스터'가 15%로 세 번째로 높은 수치를 보여 다른 장르보다 효과적인 도구임을 알 수 있음 - 'SNS에서의 평판'이 동기가 된 비율은 1%에 불과함
	입장권 구매 방법	- 전체에서 '출연자·관계자'가 23%로 가장 높은 비율을 보였으며 입장권 할당제 등의 영향으로 보임 - 입장권 구매 수단으로는 전화가 15%, 인터넷이 26%로 나타남
	관람 억제 요인	- 기타 응답이 가장 많이 나타났으며, 그 외에는 아래 순서로 응답함 1. 비싼 입장권 가격 2. 교통 접근성 3. 구매 방법을 알기 어려움 4. 정보 제공이 느림 5. 전단지나 홈페이지가 이해하기 어려움 - 기타 억제 요인으로는 웹 환경과 관련해 실시간 서비스를 요구했으며, 장소 관련 공연장을 찾기 어려운 관객을 위한 서비스를 요구함

- 남성 관객 비율 확대 계기 마련, 잠재적 관객 및 신규 관객을 위한 관객개발, 학생의 나이와 소속을 세분하여 관람 유도 전략, 관객의 원하는 서비스 취향 파악, SNS 등 온라인 마케팅 전략, 공연장 방문 소요 시간의 새로운 시각(방법론) 제공, 전략적 정보 발신 방법, 관객의 원하는 감상 경험 분석, 출연자나 단원의 입장권 할당제 등은 팬과 교류할 기회를 제공/그러나 단체의 다양한 판매 수단 전략이 필요, 입장권 가격 설정 검토와 관람 억제 요인을 면밀하게 분석하는 등의 다양한 전략이 필요

바. 전국 클래식 음악 관객 2014~2016년 클래식 음악 행사에 대한 ‘Audience Finder’ 총수입 자료 분석(National Classical Music Audiences An analysis of Audience Finder box office data for classical music events 2014-2016)¹¹⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 영국의 클래식 음악 관객에 관한 측정 자료를 제공하여 클래식 음악 관객의 발견과 문화 단체 수익 증가 도모
- Audience Spectrum 관객 유형 분류 검토, Greater London(수도권) 지역과 외부 지역 자료 비교 및 분석

○ 연구 방법과 내용

- ‘Audience Finder’를 이용하여 2014년 4월~2016년 3월까지 영국 전역 113개의 공연장에서 상연한 클래식 음악 공연 6,989회의 총수입(box office) 자료를 청중 취향, 예약 행동, 나이로 구분하여 관객 특성 분석
- 이 연구에 사용된 Audience Spectrum 모델은 참여도에 따라 크게 3가지 기준으로 구분되는데 ①높은 참여도 그룹(Metroculturals, Commuterland Culturebuffs, Experience Seekers), ②중간 참여도 그룹(Dormitory Dependables, Trips & Treats, Home & Heritage), ③낮은 참여도 그룹(Up Our Street, Facebook Families, Kaleidoscope Creativity, Heydays) 총 3개 그룹으로 구분할 수 있음

(2) 연구 결과

○ 자료 분석 결과 총 8개의 특성을 도출할 수 있음

[표 2-11] 클래식 음악 관객 분석 주요 결과

항목	주요 내용
Greater London (수도권) 지역 청중 취향	- 오케스트라 비 클래식 및 대중 클래식을 제외한 모든 장르에서 대도시문화인(Metroculturals) 그룹이 주를 이룸. 오케스트라 비 클래식 및 대중 클래식 공연은 역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) 그룹이 가장 많이 관람할 가능성이 높은 장르
Greater London (수도권) 외 지역 청중 취향	- 바로크, 실내악 및 리사이틀, 클래식 합창 및 고음악 콘서트가 가장 높은 참여도를 보인 역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) 그룹과 대도시문화인(Metroculturals) 그룹에 인기를 얻음 - 중간 참여도 관객 그룹인 동네 자킴이(Dormitory Dependables) 그룹과 가정적 여행가(Trips & Treats) 그룹은 인기 있거나 위험도가 낮은 콘서트를 예약할 가능성이 가장 높음 - 실거주 안정자(Home & Heritage) 그룹은 어린이와 가족 콘서트와 청소년 음악을 제외한 모든 장르에 대해 열성적인 관객

11) Catherine Bradley(2017), 「National Classical Music Audiences An analysis of Audience Finder box office data for classical music events 2014-2016」. The Audience Agency.

항목	주요 내용
장르 간 크로스오버 측면	- 바로크, 클래식 합창, 실내악 및 리사이틀, 고음악 예약자들도 오케스트라 콘서트를 예약하는 비율이 높아짐. 특히 바로크 예약자는 클래식 합창 콘서트에 참석할 가능성이 높음. 어린이와 가족, 인기 클래식 음악 공연과 다른 장르 간에는 크로스오버가 적음
예약 행동	- 지금까지 단 한 번만 예약한 클래식 예약자 비율이 67%로 가장 높으며, 25%는 2~5회, 8%는 6회 이상 공연 관람 - 모든 클래식 콘서트의 평균 예약 빈도는 2.31회
입장권 비용	- 클래식 음악의 전국 평균 입장권 수익률은 £18.96이며, 런던 평균(£20.26)이 외부 지역(£18.01)보다 높았음 - 2년간 1회 참석자의 평균 입장권 수익률이 가장 낮았고, 2~5회 참석자의 수익률이 가장 높았음 - 클래식 음악 관객의 2년간 전체 평균 고객 가치는 £101.69 - 개별 고객 가치는 오케스트라 프로그램과 실내악 및 리사이틀에서 가장 높게 나타났는데, 이는 공연 빈도가 높으며 인기 클래식은 입장권 수익률이 높기 때문 - 어린이와 가족 콘서트, 커뮤니티/아마추어와 청소년 음악의 고객 가치는 가장 낮았는데, 이는 입장권 수익률과 예매자 빈도가 모두 낮았기 때문
예약 시기	- 90일 전에 예약한 관객의 비율(35%)이 가장 높았으며, 당일 예약은 11%임. 이는 런던 내외의 결과에 거의 차이가 없음 - 대도시문화인(Metroculturals) 그룹과 경험 추구자(Experience Seekers) 그룹은 클래식 음악 공연에 더 가까운 시기에 예약하는 비율이 높으며, 역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) 그룹의 경우에는 반대로 일찍 예약하는 비율이 높음 - 실거주 안정자(Home & Heritage) 그룹은 90일 이전에 예약하는 비율이 더 높으며, 동네 자킴이(Dormitory Dependables) 그룹과 실거주 안정자(Home & Heritage) 그룹은 90일 이전에 예약하는 비율이 낮음
동반인(파티) 규모	- 전체 평균 동반인 규모는 2.55명으로, Greater London(수도권) 지역은 2.38명이고 Greater London(수도권) 외 지역은 2.68명 - 어린이와 가족 콘서트는 평균 5.2명으로 가장 큰 규모임. 이 밖에도 청소년 음악은 4.2명, 커뮤니티/아마추어 음악은 3.8명으로 평균보다 높았음 - 가장 낮은 평균 동반인 규모는 바로크, 실내악 및 리사이틀, 고음악 부분으로 2.1명
관객 고령화	- 모델링된 연령 분석에 따르면 전국적으로 클래식 음악 관객은 중장년층에 속함. 42%는 41~60세에 속하며, 37%는 61세 이상에 해당함. 31세 미만은 7%에 불과 - Greater London(수도권) 외 지역은 고령층 비율이 더 높으며, 61세 이상이 40%임 - Greater London(수도권) 지역은 다른 지역보다 26~40세, 51~60세 관객 비율이 더 높으며, 61세 이상은 30%. 이러한 차이는 국가 인구 연령의 지역별 차이를 반영하고 있음 - 관객의 고령화는 클래식 음악 외에도 클래식 연극, 오페라, 전통 발레 등 타 전통 순수 예술 장르 또한 같은 패턴을 따르고 있음

○ 8개 특성에 따른 전략은 아래와 같음

- Greater London(수도권) 지역은 역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) 그룹이 시장을 지배하며, 해당 그룹의 다양한 요구에 대응할 필요가 있고 경험 추구자(Experience Seekers) 그룹의 관람률을 높이기 위한 전략이 필요함
- Greater London(수도권) 외 지역은 런던 외곽에서 중요한 관객층으로 인구의 높은 비율을

차지함. 동네 지킴이(Dormitory Dependables) 그룹의 동기에 부합하는 포지셔닝을 통해 참석 빈도를 높여야 하는 전략이 필요하며, 동네 지킴이(Dormitory Dependables) 그룹과 가정적 여행가(Trips & Treats) 그룹이 어린이와 가족/청소년 음악 콘서트에 높은 관람률을 보이므로 가족과 청소년 공연에서 다른 유형의 공연으로 소비가 이어지도록 명확한 경로를 만들어야 함

- 클래식 음악을 단 한 번 예약한 관객 수익률이 낮으므로 입장권 가격을 더 낮게 책정할 필요가 있고 가족과 성인 그룹은 대중적 공연을 선택하는 경향이 있어서 공연장 방문의 사회적 측면을 강화할 기회 개발이 필요함
- 또한, 역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) 그룹과 실거주 안정자(Home & Heritage) 그룹은 입장권을 선 예약하는 그룹으로 구독제도의 잠재 관객 가능성이 높고 오래전 공개된 정보에 반응할 가능성이 높음. 이들 그룹에 대한 온오프라인 의사소통이 필수적이고 그룹은 오프라인 의사소통이 더욱 효과적. 동네 지킴이(Dormitory Dependables) 그룹과 가정적 여행가(Trips & Treats) 그룹은 공연 개최 15~30일 전에 예약률이 가장 높으므로, 4~6주 전에 의사소통 전략을 통해 공연 정보를 제공하는 것이 공연 관람 유도에 효과적일 수 있음. 대도시문화인(Metroculturals) 그룹과 경험 추구자(Experience Seekers) 그룹은 공연에 가까워질수록 정보와 알림에 반응하며, 예약하는 비율이 높아져 디지털 의사소통 전략이 효과적
- 나이에 따라서는 젊은 관객 증가를 위해 서로 다른 예술 교차 작품이나 다양한 장소의 공연 시도 등의 마케팅 방안이 고안되고 있음

사. 전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구¹²⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 전통예술 시장 확대를 위해 공연 관객층을 유형화하고 관객 유형별 차이 규명
- 선행연구 검토와 전통예술 공연 관람객 대상 설문조사 시행 및 분석

○ 연구 방법과 내용

- 특정 공연장 전통예술 공연 관람객 대상 인구통계학적 특성, 관객 유형별 공연 입장권 구매 전 행동 차이(정보 탐색/대안 평가), 관객 유형별 공연 입장권 구매 단계 행동 차이(관람 빈도/공연 동반자/입장권 구매 방법/구매 좌석), 전통예술 공연 관람 빈도 영향 요인(문화예술교육/관련 동호회) 변수를 반영한 설문 조사표 구성 및 설문조사를 시행하여 총 1,004부의 설문지를 회수·분석하고 관객 유형 구분 후 유형별 특성 분석과 시사점 도출

12) 임승희 (2014), 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호, 요약.

(2) 연구 결과

- 설문조사 분석 결과 ①고빈도 관람 고관심형, ②고빈도 관람 저관심형, ③저빈도 관람 고관심형, ④저빈도 관람 저관심형 4개의 관객 유형으로 분류
- 유형별 특성을 검토한 결과 마니아 관객은 고빈도 관람 고관심형과 고빈도 관람 저관심형 2개로 볼 수 있음
 - 고빈도 관람 고관심형은 연 5회 이상 전통예술 공연 관람 비율이 가장 높았고 고빈도 관람 저관심형은 연 3~4회 정도의 전통예술 공연 관람 비율이 가장 높음

[표 2-12] 고빈도 관람 고관심형과 고빈도 관람 저관심형 주요 결과

항목	고빈도 관람 고관심형	고빈도 관람 저관심형
성별	여성 76.3%, 남성 23.7%	여성 74.0%, 남성 26.0%
학력	대학교 졸업(43.96%) ▶ 대학원 이상(31.40%) ▶ 대학교 재학(16.43%) ▶ 고졸 이하(8.21%) 순서	대학교 졸업(50.68%) ▶ 대학원 이상(19.18%) ▶ 대학교 재학/고졸 이하(9.31%) 순서
직업	사무직(18.63%) ▶ 학생(18.14%) ▶ 전업주부(15.69%) ▶ 전문직(14.71%) ▶ 문화예술 종사자(13.73%) ▶ 기타(10.78%) ▶ 자영업(7.35%) ▶ 영입/기능직(0.98%) 순서	전업주부(29.94%) ▶ 학생(20.55%) ▶ 사무직(16.44%) ▶ 기타(15.07%) ▶ 전문직(10.96%) ▶ 영입/기능직(4.11%) ▶ 문화예술 종사자(1.96%) ▶ 자영업(0.98%) 순서
결혼 여부	기혼 50.7%, 미혼 49.3%	기혼 64.4%, 미혼 35.6%
공연 입장권 구매 전 정보 탐색	공연장 홈페이지(40.50%) ▶ 포스터나 공연 전단지(14.50%) ▶ 주변 지인(8.00%) ▶ 매체 광고/매체의 공연 정보/공연장이 보내주는 정보(7.50%) ▶ 포털 사이트(5.00%) ▶ SNS(4.50%) ▶ 인터넷 예매사이트(3.50%) ▶ 기타(1.50%) 순서	주변 지인(27.27%) ▶ 공연장 홈페이지(21.82%) ▶ 매체 광고(18.18%) ▶ 공연장이 보내주는 정보(7.27%) ▶ 포스터나 공연 전단지/매체의 공연 정보(5.45%) ▶ 포털 사이트/SNS/인터넷 예매사이트/기타(3.64%) 순서
공연 입장권 구매 전 대안 평가	공연 작품 완성도(6.22%) ▶ 출연진 역량(5.90%) ▶ 공연장 시설(무대/음향/좌석)(5.55%) ▶ 공연 작품 유익성(5.50%) ▶ 공연 관람료 적절성(5.43%) ▶ 공연 작품 유명도(5.29%) ▶ 공연장까지 교통 편리성(5.17%) ▶ 공연 작품 주위 평가(5.07%) ▶ 출연진 유명도/공연 작품 전문가 평가(5.02%) ▶ 공연장 유명도(4.81%) ▶ 공연장 부대 시설(4.56%) ▶ 공연 작품 광고(4.43%) 순서	공연 작품 완성도(5.62%) ▶ 공연 관람료 적절성(5.42%) ▶ 공연장 시설(무대/음향/좌석)(5.39%) ▶ 출연진 역량(5.22%) ▶ 공연 작품 유익성(5.13%) ▶ 공연 작품 유명도(5.01%) ▶ 공연장까지 교통 편리성(5.00%) 순서 ▶ 공연 작품 전문가 평가(4.89%) ▶ 공연 작품 주위의 평가(4.87%) ▶ 출연진 유명도(4.64%) ▶ 공연장 유명도/공연장 부대 시설(4.60%) ▶ 공연 작품 광고(4.46%) 순서
공연 동반자	친구 및 동료(32.7%) ▶ 가족(31.3%) ▶ 혼자(18.3%) ▶ 단체 관람(17.8%) 순서	단체 관람(37.0%) ▶ 친구 및 동료(31.5%) ▶ 가족(23.3%) ▶ 혼자(8.2%) 순서

- 일반 관객(저빈도 관람 고관심형/저빈도 관람 저관심형)이 마니아 관객(고빈도 관람 고관심형/고빈도 관람 저관심형)이 되기 위해서는 마니아 관객집단에서 문화예술 교육보다 전통예술 동호회 참여가 중요하게 작용하므로 일반 관객 대상 동호회 가입 유인전략 필요
 - 마니아 관객은 관람 빈도 향상을 위해 공연장 홈페이지에 주기적 정보 제공 필요

아. 공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구¹³⁾

(1) 연구 내용

○ 연구 목적과 연구 범위

- 관객 유형화 기준을 제시하여 공연예술 관객에 대한 기초 정보 제공과 공연예술 실무자에게 유용한 마케팅 방안 제안
- 선행연구 검토와 장르별 공연 관객 대상 설문조사 시행 및 분석

○ 연구 방법과 내용

- 연극/뮤지컬/무용/클래식 음악/오페라/국악 공연 관객 대상 인구통계학적 변수, 행동적 변수, 사회 심리학적 변수, 환경적 변수를 반영한 설문 조사표 구성 및 설문조사를 시행하여 총 273부의 설문지를 회수·분석하고 관객 유형 구분 후 유형별 특성 분석 및 전략 도출

(2) 연구 결과

- ①공연 무관심형, ②공연 선호형, ③공연 마니아형, ④공연 슈퍼 마니아형 4개의 관객 유형으로 분류
- 유형별 특성을 검토한 결과 마니아 관객은 공연 마니아형과 공연 슈퍼 마니아형 2개로 볼 수 있음
 - 공연 마니아형은 최근 1년간 공연 관람 총횟수가 10.36회이며, 장르별 관람 횟수는 1개 장르 4.3%, 2개 장르 20.2%, 3개 장르 이상은 75.5%로 나타남
 - 공연 슈퍼 마니아형은 최근 1년간 공연 관람 총횟수가 29.69회이며, 장르별 관람 횟수는 1개 장르 0.1%, 2개 장르 3.2%, 3개 장르 이상은 96.7%로 나타남

[표 2-13] 공연 마니아형과 공연 슈퍼 마니아형 주요 결과

항목	공연 마니아형	공연 슈퍼 마니아형
성별	여성 83.8%, 남성 16.2%	여성 69.0%, 남성 31.0%
학력	대학교 졸업 ▶ 대학교 재학 ▶ 대학원 재학 순서	학생 ▶ 사무직 ▶ 전문직 순서
직업	대학교 졸업 ▶ 대학원 졸업 순서	학생 ▶ 공연 분야 관련직 ▶ 사무직 순서
관람 동기	문화생활 ▶ 전공 업무 관련 ▶ 무료입장권 순서	전공 업무 관련 ▶ 문화생활 ▶ 취미 생활 순서
장애요인	비싼 관람료 ▶ 시간 부족 순서	시간 부족 ▶ 비싼 관람료 ▶ 흥미로운 공연 부족 순서
공연 선택 속성	적당한 공연 관람료 ▶ 예술적 완성도 ▶ 주위 사람의 추천 순서	예술적 완성도 ▶ 적당한 공연 관람료 ▶ 출연진의 유명도 순서
추구 편익	정신적 만족감 ▶ 즐거움 ▶ 기분 전환 순서	정신적 만족감 ▶ 즐거움 ▶ 기분 전환 순서
동호회 가입 여부	36.4%	57.1%
유년기 예술교육	66.7%	59.5%
성년기 예술교육	58.6%	73.8%

13) 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회, 요약.

○ 공연 마니아 유형에 따른 전략

- 일반 관객(공연 무관심형/공연 선호형): 마니아 관객이 되기 위해서는 작품의 질 향상과 작품의 기호 형성으로 실제 구매로 이어지는 마케팅 전략 필요, 주부들의 라이프 스타일에 맞는 공연 시간 활용과 제휴마케팅과 할인제공 및 다양한 행사 초대 필요
- 공연 마니아형: 동호회/커뮤니티 등을 통한 구전 마케팅 활용과 공연 리뷰활용, 특별 할인과 혜택으로 동반/단체 관람 유도 필요
- 공연 슈퍼 마니아형: 뮤지컬과 연극 이외 무용(발레 포함) 장르를 선호하므로 집중 홍보와 마케팅이 필요, 동호회 특별관리 및 혜택 제공, 예술성과 완성도가 높은 작품 제공으로 흥미 유발과 만족도 극대화 노력 필요

4. 공연 마니아 관객의 특성과 정의

가. 공연 마니아 관객의 특성

- 첫째, 일반 관객과 공연 작품을 연결하는 문화매개자이자 준 전문가
 - 보편적으로 공연 작품의 매개자는 제작자, 출연자, 스태프, 극장 등으로 알려졌지만, 관객의 온라인 활동이 증가하면서 공연 마니아 관객이 일반 관객과 공연 작품을 연결하는 문화매개자 역할을 하는 것으로 평가되고 있음
 - 마니아 관객은 공연을 관람하는 오프라인 활동을 기반으로 다양한 온라인 활동을 하고 있음. 마니아 관객은 다수의 공연 작품 관람을 통해 축적된 준 전문가적 지식으로 온라인 공간을 이용해 일반 관객의 공연 선택을 위한 정보 제공, 공연 관람을 위한 정보 제공 등 공연 작품에 대한 길잡이 역할을 하고 있음
 - 또한, 이들의 길잡이 역할은 일반 관객의 작품 해석에 관한 시각을 다양하게 제공하여 일반 관객의 마니아 관객 전환을 유인하기도 하며, 나아가 공연 제작 관련 관계자들에게 공연 작품을 다시 한번 고민하게 하는 영향을 미칠 수도 있음
- 둘째, 독특한 공연 연쇄 관람 문화 향유자 및 높은 관람 빈도
 - 하나의 공연 작품을 지속해서 관람하는 마니아를 일컬어 회전문 관객, 반복 관람 관객 등의 용어로 지칭하는데 이는 동일 상품을 반복 구매한다는 의미로 이른바 무늬만 다른 상품을 무조건 소비하는 행태로 해석될 수도 있음
 - 그러나 선행연구에서 밝혀낸 것처럼¹⁴⁾ 마니아 관객의 특성이 단순 반복 관람이나 회전문의 단어보다는 연쇄라는 의미가 적합해 보임. 연쇄란 사전적 정의로 ‘연결된 사슬 또는 사물이나 현상이 사슬처럼 서로 이어져 통일체를 이룸’¹⁵⁾이라는 뜻을 내포하고 있음
 - 이러한 연쇄의 의미를 기반으로 설명하면 오프라인 공연을 감상 시 이미 여러 번 관람한 같은 공연 작품이지만 캐스팅/연출/연기/연주/가창 등이 회차마다 일부 달라진 점을 파악하고 온라인 글쓰기 활동으로 이를 재해석하여 반복할 수 있음. 이처럼 오프라인 공연과 온라인 글쓰기의 순환적 작품 경험을 통해 몰입의 강화, 관람의 즐거움 강화, 전문 지식습득 강화, 해석의 다양화를 제공하는 마니아 관객의 문화 소비 형태를 연쇄 관람 문화라고 정의할 수 있음
 - 다만, 공연 세부 장르에 따라 연쇄 관람 문화 향유가 가능한 사례도 있고 가능하지 않은 사례도 있음. 가령 연극이나 뮤지컬은 장기 공연 위주로 공연 기간이 설정되어 있어 연쇄 관람이 가능하지만, 클래식 음악/국악/무용 등의 공연은 단기 공연 또는 일회성 공연이 많은 특성상 연쇄 관람이 제한적일 수 있음

14) 이만희(2019), 「온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관극 문화에 관한 고찰: 뮤지컬 <프랑켄슈타인>(2014/2015)을 중심으로」, 한국극예술연구, 63호. 참조.

15) 국립국어원 표준국어대사전(<https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>) 참조.

- 마니아 관객의 유형(또는 정도)에 따라 공연 관람 빈도가 다를 수 있지만, 선행연구에서는 연 2.52회부터 연 26.7회 이상까지¹⁶⁾ 그 범위가 상당히 넓은. 또한, 보통 한 가지 장르 이외의 여러 장르를 관람하는 편

○ 셋째, 높은 여성 관객 비율

- 이미 오래전부터 다수의 선행연구에서 확인된 것처럼 공연 소비 관객은 여성 비율이 높은 것으로 나타남. 앞서 선행연구의 관객 대상 조사에서 여성 비율은 한국의 연극·뮤지컬·음악·전통예술·무용·다원/장르 혼합 공연 관객은 여성 비율 72.4%,¹⁷⁾ 미국 브로드웨이 연극·뮤지컬 공연 관객은 여성 비율 68.3%,¹⁸⁾ 일본 연극 공연 관객은 여성 비율 48%(남성은 31%), 영국의 무용·오페라·오케스트라·실내악·연극 공연 관객은 여성 비율 65%로¹⁹⁾ 전 세계적으로 공연 관객 여성 비율은 여전히 높은 것을 확인할 수 있음
- 나아가 관객 중에서도 마니아 관객으로 볼 수 있는 집단은 ①적극적인 관객층 여성 비율 74.1%/참여형 관객층 비율 76.6%,²⁰⁾ ②예술에 열정적인 집단 여성 비율 57%/품질 추구자 여성 비율 53%,²¹⁾ ③고빈도 관람 고관심형 여성 비율 76.3%/고빈도 관람 저관심형 여성 비율 74.0%,²²⁾ ④공연 마니아형 여성 비율 83.8%/공연 슈퍼 마니아형 여성 비율 69.0%와²³⁾ 같이 공연 마니아 관객 또한 여성 비율이 높은 것을 확인할 수 있음

○ 넷째, 높은 학력 수준과 높은 연령층, 많은 수준의 문화예술 지출액

- 국내 공연 마니아 관객은 대학교 졸업이 가장 많았고 선행연구에 따라 30대, 40대, 50대가 가장 많은 마니아 관객 연령층으로 나타남. 또한, 월평균 문화예술 지출액도 많은 것으로 조사되었는데 이는 마니아 관객의 특성상 연쇄 관람과 다양한 부가 상품 구매 등이 지출액 증가 원인으로 추정됨²⁴⁾
- 국외 공연 마니아 관객은 마니아 중점 연구가 부재하여 정확한 확인은 어렵지만, 미국의 25세

16) ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Overall ABA Audience Survey Distribution Data」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS., 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회. 참조.

17) 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회, p. 81.

18) KAREN HAUSER(2019), 「The Demographics of the Broadway Audience 2018-2019」, The Broadway League, p. 17.

19) ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Overall ABA Audience Survey Distribution Data」, ADVISORY BOARD for the ARTS, p. 52.

20) 참여형 관객층은 군집 5와 군집 6의 평균으로 산출함, 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연·채혜은·고동진(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회, p. 142. 참조.

21) ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Coming Back Stronger Summit 2020: Audience Survey Data - The Eight Motivational Segments in the Arts」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS, p. 1.

22) 임승희(2014), 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호, p. 45.

23) 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회, 요약.

24) 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회., 임승희(2014), 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호., 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회 등 참조.

이상 브로드웨이 공연 관객 중 81%가 대졸자이고 관람 빈도가 높을수록 나이가 많고 교육 수준이 높은 점, 영국의 클래식 음악 관객은 높은 교육 수준과 나이가 많은 점, 일본의 연극 관객도 40대 또는 50대가 많은 점 등을 고려하면 우리나라와 유사하게 높은 학력 수준과 높은 연령층으로 마니아 관객이 구성되어 있음을 추정할 수 있음. 또한, 월평균 공연 관람 빈도가 높거나 연쇄 관람이 많을수록 문화예술 지출액도 많을 것으로 추정됨²⁵⁾

○ 다섯째, 출연진과 공연 작품(성)에 대한 관여도와 몰입으로 마니아 상태 유지

- 선행연구에서도 마니아 관객 중점 연구를 통해 밝혀진 바에 따르면 마니아 관객은 특정 출연진에 대한 높은 호감도를 보이며, 공연 작품에 대한 높은 이해도를 가지는데 이러한 관여도의 요인으로 인해 마니아 상태를 유지하게 되는 것으로 추정
- 특히 공연 선택에 있어서 출연진과 공연 작품(성) 같은 동기 요소는 마니아 관객의 자기 몰입에 대한 근간으로 작용함. 즉, 몰입은 특정한 활동에 몰두하면서 표현되는 최적의 심리적 상태로 마니아가 되는 가장 결정적 계기로 작용하며, 마니아 관객들은 참여를 통해 몰입을 경험하고 여가 인식 전환과 그들의 독특한 행동 양식을 갖추게 됨²⁶⁾
- 한편 관여도는 주어진 상황의 특정 대상에 관한 개인의 중요성 지각 정도로 정의되는데²⁷⁾ 관여도가 높을수록 관심 정도가 커지고 관여도가 낮을수록 관심 정도가 낮아짐.²⁸⁾ 마니아 관객의 관여도 중 대표적인 요소는 출연진과 공연 작품(성)이고 마니아 관객 유형(또는 정도)에 따라 그 밖에 여러 요소가 추가될 수 있음

나. 공연 마니아 관객의 정의

○ 마니아의 사전적 정의 : “어떤 한 가지 일에 몹시 열중하는 사람”²⁹⁾

- 1990년대 우리나라 마니아의 정의는 마니아라는 뜻의 일부인 ‘미쳤다.’, ‘비정상이다.’라는 부정적인 의미와 ‘평범한 사람은 올라갈 수 없는 경지’라는 긍정적인 의미를 혼용해 사용함³⁰⁾

25) ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Overall ABA Audience Survey Distribution Data」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS., ADVISORY BOARD FOR THE ARTS(2020), 「Coming Back Stronger Summit 2020: Audience Survey Data - The Eight Motivational Segments in the Arts」, ADVISORY BOARD FOR THE ARTS., KAREN HAUSER(2019), 「The Demographics of the Broadway Audience 2018-2019」, The Broadway League., 独立行政法人日本芸術文化振興会(2018), 「鑑賞行動に関するアンケート調査(演劇)」, 独立行政法人日本芸術文化振興会., Catherine Bradley(2017), 「National Classical Music Audiences An analysis of Audience Finder box office data for classical music events 2014-2016」. The Audience Agency., 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연·채혜은·고동진(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회, pp. 56~65. 참조

26) 김미향(2002), 「근거 이론적 접근을 통한 스키매니아의 경험 연구」, 한국체육학회지, 41권 5호, pp. 323~335; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 568.

27) 이문규·홍성태(2001), 「소비자 행동의 이해」, 법문사; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 569.

28) 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 569.

29) 국립국어원 표준국어대사전(<https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>) 참조.

30) 임혜원(1995), 「문화계릴라, 매니아를 잡아라!」, 월간 사회평론 길, p. 185

- 두 가지 의미 중 부정적 의미가 발생한 이유는 마니아들이 자신이 추구하는 문화에 광적 애정과 집착으로 인해 때로는 배타적, 독선적이라는 비판을 듣기도 하며, 자신이 추구하는 문화에 애정과 정보를 과신하여 타인의 말을 귀담아듣지 않고 ‘나만 좋으면 그뿐’이라는 사고방식 때문³¹⁾
- 이러한 마니아의 부정적 의미는 일본 오타쿠의 특징인 자기 과시 욕구³²⁾와 동일한 개념. 오타쿠는 만화, 애니메이션, 게임 등 서로 깊이 연관된 일군의 서브컬처를 탐닉하는 집단을 지칭하는데³³⁾ 결국 마니아도 특정 문화 텍스트에 더 깊고, 구석지고, 주변적인 것을 탐닉하며, 남들이 잘 모르는 내용에 광적 집착과 애정이 있다는 점에서³⁴⁾ 오타쿠와 유사한 면이 있음
- 한편 2000년대 이전까지 오프라인 정보 교환 활동이 주 무대였던 마니아들은 2000년대 디지털 비즈니스 시장이 활성화된 시기부터 정보 교환 경로가 오프라인에서 온라인으로 확장. 더불어 다양한 디지털 기기가 등장으로 마니아가 일반인에게 유용한 정보를 효율적으로 제공하고 상품 소비에 대한 시장 지배력이 강화되면서 마니아의 부정적 의미보다 긍정적 의미도 주목받기 시작
- 특히 온라인 정보의 핵심은 정확성인데 마니아 집단은 다양한 온라인 커뮤니티를 중심으로 활동이 확장되었고, 마니아가 온라인에 게시하는 정보는 여러 온라인 사이트를 통해 정확성 여부를 비교적 단시간에 판단할 수 있음. 즉, 그들의 준 전문가 지식이 발휘될 때 마니아의 의미는 긍정적으로 작용하기도 함

○ 스포츠 및 여가 분야의 마니아

- 스포츠에서 골프 분야는 대중의 인기를 얻으며 참여 욕구를 표출하기 위해 동호회 활동을 활발하게 하는 사람을 마니아라고 칭함.³⁵⁾ 이러한 골프 마니아는 특정한 활동에 관해 인지적으로 전문적 지식을 추구하고 정서적으로 희열과 열정을 표출하는 상당히 적극적인 참여자에 해당³⁶⁾
- 골프 마니아를 수준에 따라 골프 시장에 미치는 영향력이 가장 큰 ①적극적인 마니아 집단, 골프를 취미 생활로 즐기는 여가 목적의 ②일반 마니아 집단, 최근 유행하는 스크린 골프를 통해 골프를 즐기는 ③소극적 마니아 집단으로 구분할 수 있음.³⁷⁾ 즉, 골프 분야는 마니아의

31) D. Hirakida(2004), 「간절히 원하는 자들」, 월간 뉴타입, 제6권, 제4호, pp. 49~55; 박윤성·김혜성·이가영(2006), 「애니메이션 ‘강철의 연금술사’의 캐릭터를 중심으로 한 매니아 형성과 구조」, p. 257.

32) 오카다 토시오(2022), 「오타쿠: 21세기 문화의 새로운 지배자들」, 김승현 역, 현실과미래, p. 40; 장진호(2022), 「‘오타쿠 현상’과 전후 일본 사회의 변화: 오타쿠론과 내셔널리즘의 부상을 중심으로」, 사총, 105호, p. 287.

33) 아즈마 히로키(2007), 「동물화하는 포스트모던: 오타쿠를 통해 본 일본 사회」, 문학동네, 이은미 역, p. 17; 장진호(2022), 「‘오타쿠 현상’과 전후 일본 사회의 변화: 오타쿠론과 내셔널리즘의 부상을 중심으로」, 사총, 105호, p. 286.

34) 김창남(1999), 「문화의 적극적 수용자 혹은 탐닉적 문화 중독자, 매니아」, 월간 문화예술, 제240호; 박윤성·김혜성·이가영(2006), 「애니메이션 ‘강철의 연금술사’의 캐릭터를 중심으로 한 매니아 형성과 구조」, p. 257.

35) 조영호·최영수(2008), 「골프 동호인들의 매니아 수준과 스포츠가치관 및 태도의 관계」, 한국체육학회지, 17권 1호, pp. 181~188.

36) 노재현(2013), 「동계 여가스포츠 매니아수준과 감각추구성향 운동정서 및 지속적 행동의도 간의 인과관계」, 한국사회체육학회지, 53호, pp. 453~470

37) 이정규(2018), 「골프 매니아 수준에 따른 세분시장 특성 분석: 골프장 선택속성 및 만족도에 따른 차이」, 호텔관광연구, 20

범주를 적극-일반-소극의 3단계로 넓게 보고 있다는 점으로 해석할 수 있음

- 한편 야구 분야에서 마니아는 단순하게 참가하는 등의 운동 활동에서 나아가 자신의 관심 종목에 몰입하는 집단을 마니아라고 정의하고 있음.³⁸⁾ 특히 마니아의 소비 행동은 경제적 가치 창출보다 적극적인 소비자라는 점과 각종 여가 문화를 조성하고 이를 유지하고 발전하게 하는 매개체 역할을 하며,³⁹⁾ 결국 마니아 마케팅은 마니아뿐 아니라 주변 소비자들에게 미치는 파급 효과를 고려하면 중요한⁴⁰⁾ 전략적 수단으로 평가받고 있음
- 여가의 일종인 캠핑 분야도 취미 수준에서 나아가 캠핑 관련 장비, 기술, 지식이나 몰입도 등이 상당한 수준에 도달한 전문화된 사람을 캠핑 마니아라고 지칭.⁴¹⁾ 특히 이러한 마니아들은 전문화된 여가 활동에 소비하는 비용과 노력 등을 아끼지 않으며, 집중적 관심 및 참여 형태를 보이는 것이 특징⁴²⁾

○ (마니아와 유사하게 불리는) 팬덤의 정의 : 가수, 배우, 운동선수 따위의 유명인이나 특정 분야를 지나치게 좋아하는 사람이나 그 무리⁴³⁾

- 영어 'fandom'의 'fan'은 'fanatic'의 준말로, 본래의 뜻은 교회에 속해 있거나 헌신적인 봉사자 또는 열광자를 뜻하는 라틴어 'fanaticus'에서 유래했으며, 최근에는 스포츠나 상업적 오락에 열성적인 사람이라는 뜻으로 불림.⁴⁴⁾ 다음으로 영어 'dom'은 사전적 의미로 상태, 특성 그리고 집단을 뜻하는데 결국 "팬덤(fandom)'은 좁게는 팬 의식을 의미하지만, 포괄적으로는 팬이라는 현상과 팬으로서의 의식을 지칭하는 개념으로 사용"⁴⁵⁾
- 한편 팬덤은 스타를 추종하는 덕후로 표현되기도 하며, 팬덤 활동은 스타와 의사소통과 공감대 형성을 중요시하고 스타 성장에 개입해 능동적 활동을 하는 특성이 있음.⁴⁶⁾ 또한, 팬덤은 자신이 관심 있는 분야에 정보 수집과 지식습득 및 동일 취향의 사람과 정보 교환과

권 4호, pp. 154~155.

38) 손승범·홍석표(2006). 「동계 익스트림 스포츠 참가자의 인지된 기량 및 몰입경험과 소비자 구매 성향의 관계」, 한국체육학회지, 제45권 제6호, pp. 399~408; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 568.

39) 김미량·이연주·김동진(2005). 「여가, 레크리에이션학: 스키 매니아수준과 여가기능의 관계」, 한국체육학회지, 44권 4호, pp. 627~634; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 568.

40) 송호경(2010), 「마니아 소비자 유형과 SNS(Social network service) 속성과의 상관관계」, 미간행 석사학위논문, 홍익대학교 대학원; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 568.

41) 손수곤, 김인형(2015), 「캠핑 참여자의 진지한 여가경험 분석」, 한국체육학회지, 54권 5호; 권일권·김지태·박상규(2016), 「캠핑 매니아의 진지한 여가체험 형성에 관한 분석」, 한국사회체육학회지, 64호, p. 531.

42) 권일권·김지태·박상규(2016), 「캠핑 매니아의 진지한 여가체험 형성에 관한 분석」, 한국사회체육학회지, 64호, pp. 531~532.

43) 우리말샘(opedia.korean.go.kr/dictionary/view?sense_no=1313511&viewType=confirm).

44) 추동균(2023), 「팬덤 문화에 대한 총체적 연구」, 한국영화교육학회, 17권 2호, p. 24.

45) 김창남(1999), 「대중문화의 이해」, 한울아카데미, pp. 199~200; 추동균(2023), 「팬덤 문화에 대한 총체적 연구」, 한국영화교육학회, 17권 2호, p. 25.

46) 신윤희(2018), 「아이돌 팬덤 3.0 연구 : '참여' 모델의 '양육'형 팬덤, '워너원(WANNA·ONE)' 팬덤을 중심으로」, 서강대학교 석사학위논문; 조상미·신창엽(2023), 「브랜드 충성도 구축을 통한 팬덤 마케팅」, 커뮤니케이션 디자인학연구, 85권, p. 413.

교류하는 집단을 의미하기도 함⁴⁷⁾

- 결과적으로 팬덤은 특정 문화 전체를 열중한다기보다, 근본적으로 유명인을 위해 활동하는 집단을 의미하여 마니아보다는 참여의 폭이 더 좁게 해석될 수 있음

○ 공연 마니아 관객의 정의

- 공연 마니아는 공연의 특정 장르, 글, 인물 등에 애착을 보이고 몰입하며, 그 분야 방대한 양의 정보와 지식 보유로 인해 준 전문가 수준이고 팬 중에서도 가장 적극적이고 능동적인 사람을 의미⁴⁸⁾
- 위와 같이 마니아의 사전적 정의, 분야별 마니아의 정의, 팬덤의 정의, 공연 마니아의 정의를 검토한 결과, 공연 마니아 관객은 다음과 같이 정의할 수 있음
- 공연 마니아 관객은 공연 작품의 내용, 출연진, 스태프, 극장 환경, 주변 편의시설 등 공연 관련하여 다양한 지식을 보유하거나 공연 관련 특정 요소의 전문성을 가지고 다양한 공연을 관람하는 공연 관람객으로 정의할 수 있음
- 다만, 공연 마니아 관객은 유형(또는 정도)에 따라 다양한 지식과 전문성 또는 공연 관람이나 공연을 대하는 태도 등에 적극적일 수도 있고 보통일 수도 있으며, 일부는 소극적일 수도 있음

47) 이응철(2016), 우리는 항상 무엇인가의 팬이다: 팬덤의 확산, 덕질의 일상화, 취향의 은폐, 한국문화인류학, 49권 3호; 조상마·신창엽(2023), 「브랜드 충성도 구축을 통한 팬덤 마케팅」, 커뮤니케이션 디자인학연구, 85권, p. 413.

48) 김창남(2020), 「대중문화의 이해」, 한울; 강주영(2021), 「한국 뮤지컬 마니아 관객의 문화매개자적 특성 연구: 뮤지컬 〈마리 퀴리〉 라이브 TALK 채팅을 중심으로」, 한국콘텐츠학회논문지, 21권 12호, p. 388. 참조.

A decorative graphic consisting of a central orange circle with the number '03' in white. This circle is enclosed within a larger, light orange, rounded shape that tapers to the right, resembling a stylized arrow or a comet tail. Two thin orange lines extend from the right side of this shape towards the top and bottom edges of the page.

03

|
공연 분야 전문가 의견 수집

제3장 공연 분야 전문가 의견 수집

1. 전문가 의견 수집 개요

- 의견 수집의 목적
 - 선행연구 검토를 기반으로 구성된 안건으로 장르별 마니아 관객의 특성을 검증하고 설문 조사표 문항의 적절성 여부 검토
- 자료 수집 일시 및 방법
 - 2023년 10월 4일 ~ 2023년 10월 17일, 서면 질의서에 대한 검토 및 회신 방법
- 의견 수집을 위한 전문가 구성
 - 국공립 공연장 종사자, 공연 분야 칼럼니스트, 공연 분야 출판인 등

[표 3-1] 의견 수집을 위한 전문가 구성

참여장르	참여자 소속 및 지위
연극	국립극단 홍보마케팅팀 팀장
뮤지컬	공연 칼럼니스트
음악	부천아트센터 공연사업팀팀장
국악	국립국악원 장악과 관객개발팀팀장
무용	댄스포럼편집장
공연장	세종문화회관 공연DX팀 팀장

- 의견 수집의 안건
 - 장르별 마니아 관객의 특성
 - 마니아 관객의 공연 관람 빈도, 팬덤 형성, 타 장르 공연 관람 등의 특징
 - 설문 조사표 항목 검토
 - 마니아 관객 유치와 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 유인전략

2. 의견 수집 결과

가. 마니아 관객의 정의와 특성

(1) 연극

- 특정 배우나 작품에 한정되지 않고 연극계 전반적인 이해도가 뒷받침되는 주요 극단, 배우, 작품들에 대한 정보량이 많고 나아가 해외 유명 연출가와 극장, 단체, 작품에 대한 근래 추세의 이해도를 보유하고 있는 사람이 마니아로 정의할 수 있음
 - 마니아로서의 정도가 커질수록 공연 관람 빈도가 높아지고 공연 정보에 대한 양이 늘어나서 전문분야 수준의 지식을 갖추는 것이 특징이 있음
- 공연 관람 빈도에 따라 마니아를 구분할 수 있는데 가령 관람 빈도가 높은 사람은 마니아이고 특정 배우나 창작자의 팬덤으로 공연 작품을 연쇄 관람하는 사람도 마니아에 해당
 - 다만 공연 관람 빈도가 높지 않더라도 해당 분야에 관심이 많아서 관련 기사 검색과 정보 습득 등 공부하는 사람도 마니아에 해당
 - 특히 연극 분야 마니아는 팬덤도 있겠지만 작품 자체에 관심이 있는 사례도 있어서 새로운 시도나 탐구에 호의적인 관심을 보이고 해외 유명 단체 작품이 내한한다면 서둘러 예매함
 - 또한, 작품과 예술가에 관해 연구하는 학구적인 성향도 있음. 관람 빈도가 상당히 높고 동일 공연을 여러 번 관람하는 특징이 있음
- 홈페이지에서 공연 소식을 접하고 입장권 오픈 시간에 맞춰 여러 장 구매하거나 공연을 여러 번 관람하는 사람이 마니아 관객
 - 기관이나 단체 유료 회원 또는 후원자 등 소위 충성고객이고 작품뿐 아니라 프로덕션(연출, 배우 등), 단체에 관심이 많고 호불호를 포함하여 개선할 점을 피력하기도 함
 - 공연 관람 빈도가 높은 것이 특징이며, 한 장르에 몰두하는 마니아 관객도 있지만, 좋아하는 배우나 단체가 다른 장르로 진출한다면 자연스럽게 타 장르도 접하는 등 일반 관객보다 문화예술 분야에 진입장벽이 낮은 특징이 있음

(2) 뮤지컬

- 가장 많은 마니아 관객을 보유하고 있으며, 연간 관람 횟수가 많아 일상생활에서 소비하는 것 중 공연 관람 지출 비중이 큰 사람이 마니아로 정의할 수 있음
 - 특히 출연진, 입장권 오픈 소식, 배우의 팬 서비스 일정 등 각종 소식에 민첩하게 반응함. 예술가와 팬덤에 관심이 많고 제작사에서 제공하는 정보와 행사 등을 충실하게 따라가며, 불만족스러운 부분에 대한 의견 개진도 활발한 특징이 있음
- 공연 관람 빈도가 가장 많은 관객을 마니아 관객으로 볼 수 있음
 - 특히 팬덤 활동이 가장 적극적이며, 선호하는 출연자의 작품을 3회 이상 관람하는 사례도 있음
 - 뮤지컬 관련 부가 상품 구매율이 높고 적극적인 마니아 관객은 피규어, 사진집, 웹툰 등 스스로 2차 창작물을 제작하기도 함. 공연 관람 시 소위 시체 관극을 통해 몰입 욕망이 강하며 자신을 일반 관객과 구분하는 특징이 있음. 마니아 관객 중 일부는 오랜 기간 뮤지컬 관객이었지만, 무용과 클래식 음악 마니아로 이동하는 경향도 있는데 뮤지컬과 유사한

전문화된 공연의 호기심 때문

(3) 음악

- 클래식 음악은 마니아 관객과 팬덤 관객으로 구분할 수 있음
 - 마니아 관객은 클래식 음악 전반에 대한 관심도를 바탕으로 유명 단체나 예술가의 공연 소식에 민감하게 반응하는 사람으로 정의할 수 있고, 반면 팬덤 관객은 1명 또는 2명의 특정 예술가에 관한 관심을 기울이며 해당 예술가의 공연만 찾는 사람으로 볼 수 있음
- 해외 우수 오케스트라가 내한하거나 국내 유명 오케스트라의 연주회 일정을 체크하고 공연을 관람하는 사람을 마니아 관객이라고 볼 수 있음
 - 다만 연극과 뮤지컬보다 관람 빈도가 낮은 편. 특정 예술가의 팬으로 반복 관람하는 경향도 있고 공연과 관련한 부가 상품을 수집하는 이들도 있음
 - 사회적으로 어느 정도 높은 위치에 있거나 음악적 취향이 확고한 마니아도 있고 다른 장르보다 남성의 비중이 높은 사례도 있는데 최근에는 젊은 층의 음악 애호가들이 늘어나는 추세로 성비는 단정하기 어려움
 - 젊은 층의 음악 애호가들이 늘어나는 이유는 유튜브 등의 온라인 동영상 플랫폼 영향으로 추정함
 - 클래식 음악은 학창 시절 학습을 통해 접한 후 마니아가 되는 사례가 많아서 경제적인 여유가 있는 사람이 많을 것으로 추정. 또한 팬덤이 강해지면 예술가를 따라 전 세계 순회공연을 관람하는 마니아도 있는 것이 특징

(4) 국악

- 국악 장르 마니아 관객은 대중문화에서 유입된 관객층과 순수 국악 장르 마니아 관객층으로 구분할 수 있음. 특히 대중문화에 국악인들이 자주 노출되면서 국악인 팬을 중심으로 마니아가 형성되었고 국악 이외 장르와 융합 공연이나 교류 등이 지속하면서 마니아 관객이 늘어나는 추세
- 국악 분야 마니아는 연령대가 높다는 점이 특징이었지만, 최근에는 창극이 인기를 얻으며 젊은 관객층이 늘어났고 이들이 마니아일지 아닐지 확인하기 어렵지만, 갈수록 팬층이 두터워지는 것은 사실
 - 국악 분야 마니아 관객의 정의는 공연 관람 빈도와 관람료를 기준으로 마니아 관객의 유형을 정량적/정성적 지표로 분류할 필요가 있음. 정량적 지표로는 관람 횟수가 월 4회 이상이고 관람료는 월 10만 원 이상이며, 기관 유료 회원이어야 함.
 - 또한, 정성적 지표로는 단체의 공연 평가단(모니터링) 활동 이력 유무도 있고 개인 SNS 내 공연 리뷰 활동 이력 유무도 확인해야 하며, 관람 후기 등을 기록하는 사람을 마니아 관객으로 정의할 수 있음.

- 국악도 세부 장르별로 팬덤이 형성되어 있는데 성악(창극 포함) > 무용 > 전통 기악 > 국악관현악 순서로 볼 수 있으며, 주로 명인을 중심으로 팬덤 문화가 있지만, 최근 창극이나 퓨전국악 등 젊은 국악인의 활발한 활동으로 새로운 팬덤이 형성된 특징이 있음. 전통 성악은 50대 이상 연령층에서 남녀 성비가 고루 형성되어 있고 퓨전 국악 성악은 20~30대 여성층이 많음
- 지역별 전통 성악 장르에 따라 지역 출신 팬덤 문화가 두드러지며, 남도소리(전라도 지역), 경기소리(경기도 지역), 서도소리(강원·충청지역) 등으로 구분됨
- 전통 무용 장르는 반주 음악이 있어서 무용 팬덤과 기악 팬덤이 혼재하기도 하며, 창극은 뮤지컬 장르 마니아에서 다수 유입되는 것을 확인할 수 있음
- 국악관현악은 팬덤 문화가 없으나 협연자로 참여하는 일부 연주자를 응원하는 마니아가 일부 있는 것으로 알고 있음

(5) 무용

- 무용은 마니아층이 적고 유형을 특정하기 어려운 면이 있지만, 그나마 발레를 중심으로 마니아층이 있으며, 국립/시립 단체를 중심으로 마니아층 개발에 노력을 기울이고 있는 단계로 알고 있음
 - 마니아층이 적지만 일부 소수 사례를 살펴보면 무용 분야 마니아 관객은 정보 탐색과 관람 후 비평까지 적극적으로 참여하는 편. 가령 어떤 공연이 있는지 검색하는 것과 출연자는 누구인지 확인하는 데 재미를 느끼고 관람 후 SNS를 통해 평가하는 것을 즐기며, 온라인 커뮤니티를 통해 공연 정보를 공유하기도 함
 - 무용 마니아 관객은 무용가나 안무가가 주최하는 클래스에 참여하거나 그들의 활동을 관심 있게 추적하는 특징이 있음
- 무용과 같은 장르는 실질적으로 조금 다른 의미의 마니아층이 존재하는데 마니아를 단순히 관람 빈도로 파악하면, 전공자부터 무용 관계자가 대부분일 가능성이 높음. 즉, 관람 빈도가 높은 전공자나 무용 관계자를 마니아 관객으로 보아야 하는지는 고민이 필요
- 무용 관객은 발레 관객과 비 발레 관객으로 구분할 수 있음. 이는 무용공연을 선호하는 사람이 주로 발레 관객이 다수를 차지하기 때문이고 발레 관객은 선호하는 무용수를 응원하면서 캐스팅에 따라 관람을 결정하는 특징이 있음. 한편 비 발레 관객은 무용의 세부 장르에 전반적인 관심을 보이는 편이고 무용뿐 아니라 타 장르 공연에도 관심이 많은 특징이 있음
- 무용 관객은 아름다움을 선호하는 경향이 있어서 미적 감각이 뛰어나고 감각적인 취향인 사람들이 많음. 다만 발레 장르 애호가는 미적 감각적 탐구력이 강하고 현대무용 장르 애호가는 지적인 탐구 의식이 강한 특징이 있음

나. 마니아 관객 유치와 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 유인전략

(1) 연극

- 공연 문화에 익숙한 연극 관객층이 타 장르와 교류를 통해 여러 장르를 관람하면서 자연스럽게 마니아 관객층으로 확장할 수 있도록 소통의 기회를 제공하는 형태가 필요함
- 관객에 대한 배려가 필요한데 예를 들어 관객과의 대화를 통해 작품에 대해 좀 더 깊이 이해할 수 있는 프로그램을 구성하거나 대본집 발매 등이 필요함
- 소극적으로는 재관람 할인 제도를 두어야 하고 적극적으로는 연습실 공개와 이벤트 개최 등을 통해 참여를 끌어내어 신뢰를 쌓는 전략이 필요함

(2) 뮤지컬

- 생애 첫 뮤지컬 관람 등 표적 대상을 정하여 마케팅에 노력을 기울일 필요가 있음
- 여러 번 관람할 시 주는 혜택을 다양하게 제공한다면 마니아층 형성이 큰 도움이 될 수 있음. 또한, 다양한 부가 상품 개발을 통해 서비스의 확장에도 노력을 기울여야 함

(3) 음악

- 음악의 특성상 연극과 뮤지컬보다 관객을 위한 추가 행사가 기획되지 않으므로 보수적인 공연기획을 탈피해야 하며 다양한 행사성 이벤트 개최를 추진할 필요가 있음
- 일부 유명 예술가를 제외하고 프로그램에 대한 전문성이 떨어지는 경향이 있으므로 이를 적극적으로 보완하고 클래식 음악의 특성상 즐길 수 있는 과정, 주차장, 공연시설 등 다양한 편의성을 제공하고 유지하는 것도 중요함

(4) 국악

- 공연 입장권 판매 기간이 다른 장르 공연보다 다소 짧고 홍보 대상이 한정적이므로 홍보 범위를 확장하여 지속해서 일반 관객 유인책 마련에 노력이 요구됨
- 국악의 팬덤 형성이 늘어나고 있으므로 새로운 국악 공연 위주로 세부적인 설문조사 등 일반 관객이 원하는 점을 확인하여 마니아 관객 유인전략을 수립해야 함

(5) 무용

- 타 장르보다 무용수 중심의 마케팅 활동이 적으므로 무용수 중심 마케팅 전략을 시도해야 하고 팬덤층을 형성하여 마니아 관객이 될 수 있는 다각적 모색이 필요함
- 단체나 기관에서 다양한 무용 교육프로그램을 개설하여 관객과의 교류를 확장하는 것이 마니아 관객층 형성에 도움이 될 수 있음



04

|

공연 관람객 조사 결과

제4장 공연 관람객 조사 결과

1. 조사 개요

가. 조사설계

(1) 설문조사 추진 개요

○ 설문조사 목적

- 공연 관람객 중 마니아 관객의 기본적인 성향을 파악하기 위해 정량데이터의 수집을 목적으로 진행
- 인터파크와 세종문화회관 홈페이지에 접속한 이용자 중 최근 1년 이내 공연을 관람한 경험이 있는 이용자가 1차 대상이며, 이 중 마니아 특성 문항을 통해 마니아 관객 성향 분석을 위한 조사 대상을 선별 후 진행

○ 조사 진행 개요

- 조사 기간 : 2023년 11월 17일~2023년 12월 8일
- 조사 기준시점 : 2022년 11월~2023년 10월
- 조사 방법 : 인터파크와 세종문화회관 홈페이지 접속자에 대한 온라인 조사(온라인 배너 접속을 통한 온라인 조사페이지로 유입 유도 방식)
- 조사참여자 : 총 4,840명(중복응답자 등 제외)

(2) FGI 추진 개요

○ FGI 목적

- 설문조사 응답자 중 공연 마니아 관객과 일부 일반 관객을 선정하여 공연 마니아 관객에 대한 특성 등 다양한 의견 수집

○ FGI 대상

- 1그룹 : 연극 분야 관객 5명
- 2그룹 : 국악, 무용 분야 관객 6명
- 3그룹 : 뮤지컬 분야 관객 6명
- 4그룹 : 음악 분야 관객 5명

○ FGI 진행 기간 : 2023년 12월 18일~19일, 케이스탯컨설팅 4층

나. 조사 내용

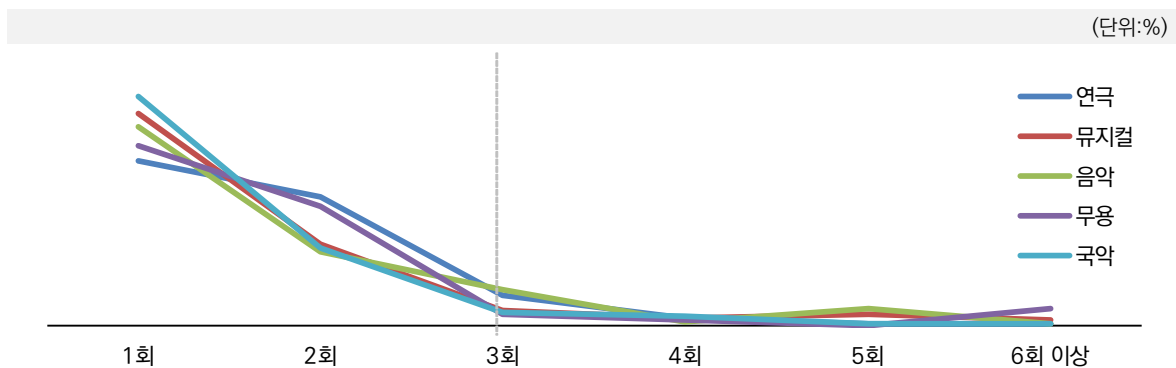
(1) 정량조사 항목의 구성

- 설문조사는 선행연구의 내용을 바탕으로 마니아 판별을 위한 항목, 공연 관람 빈도와 공연 관람 특성, 마니아 관객의 공연 관람 태도, 공연 장르별 관람 행태, 응답자 특성 항목으로 구성하였음
- 선행연구를 통해 파악한 마니아들은 다음과 같은 특성을 보였음
 - ① 마니아 관객은 팬클럽 활동/동호회 활동/온라인 커뮤니티(카페) 활동을 활발하게 하고 있음
 - ② 선호하는 공연 분야 지식이 준전문가 수준
 - ③ 동일 공연을 연쇄 관람(반복 관람, 회전문 등)하는 점과 한 번에 여러 회차 입장권을 구매
 - ④ 학력 수준이 높고 문화예술 지출액도 많음
 - ⑤ 여성 관객 비율이 높음
 - ⑥ 공연 선택 동기는 대다수가 출연진과 작품(성)이 우선순위
- 전문가 자문회의를 통해 파악한 분야별 마니아 관객의 특성도 크게 다르지 않았으며, 주요 내용은 다음과 같이 요약할 수 있음
 - ① 마니아 관객은 작품에 대한 관심이 많아서 이해도가 높고 선호하는 출연자가 있는 점
 - ② 동일 공연을 연쇄 관람(반복 관람, 회전문 등)하는 점과 한 번에 여러 회차 입장권을 구매하는 점. 그러나 관람 빈도가 높지 않더라도 마니아일 가능성이 있는 점(그 이유는 다양한데 개인적인 사정으로 지난 1년간 공연을 많이 관람하지 못했다거나 평소 관심 있는 작품만 관람하다 보니 횟수가 많지 않은 점, 관람보다는 관련 내용에 대해 정보 습득이나 공부하는 것을 좋아하는 점 등등)
 - ③ 국악은 마니아의 기준이 높아야 하는데 예를 들어 월 4회 이상 관람해야 하고 관람료도 월평균 10만 원 이상이어야 하며, SNS 공연 리뷰 활동 이력도 있어야 함(해당 내용은 공연장 종사자라서 높은 기준을 두는 것으로 추정됨)
 - ④ 무용은 마니아층이 너무 적고 유형을 특정하기 다소 어려움
- 이상의 내용을 정리해 보면 마니아 관객은 ① 좋아하는 공연을 반복 관람하며, ② 선호하는 출연자가 있고, ③ 작품에 대한 이해도가 높으며, ④ 이에 따른 관련 활동(모임 활동, 리뷰 게시 등)을 비교적 활발하게 하고 있고, ⑤ 공연예술을 관람하기 위해 일정 수준 이상의 지출을 하고 있다는 것으로 요약해 볼 수 있음
- 따라서 모든 관람객에 대해 마니아 성향 조사를 수행하기보다, 선행연구와 전문가 자문회의를 통해 확인된 마니아의 성향을 기준으로 우선 판별하고, 마니아 관객으로 판별된 응답자를 대상으로 추가적인 정량 데이터수집의 형태로 진행하였음

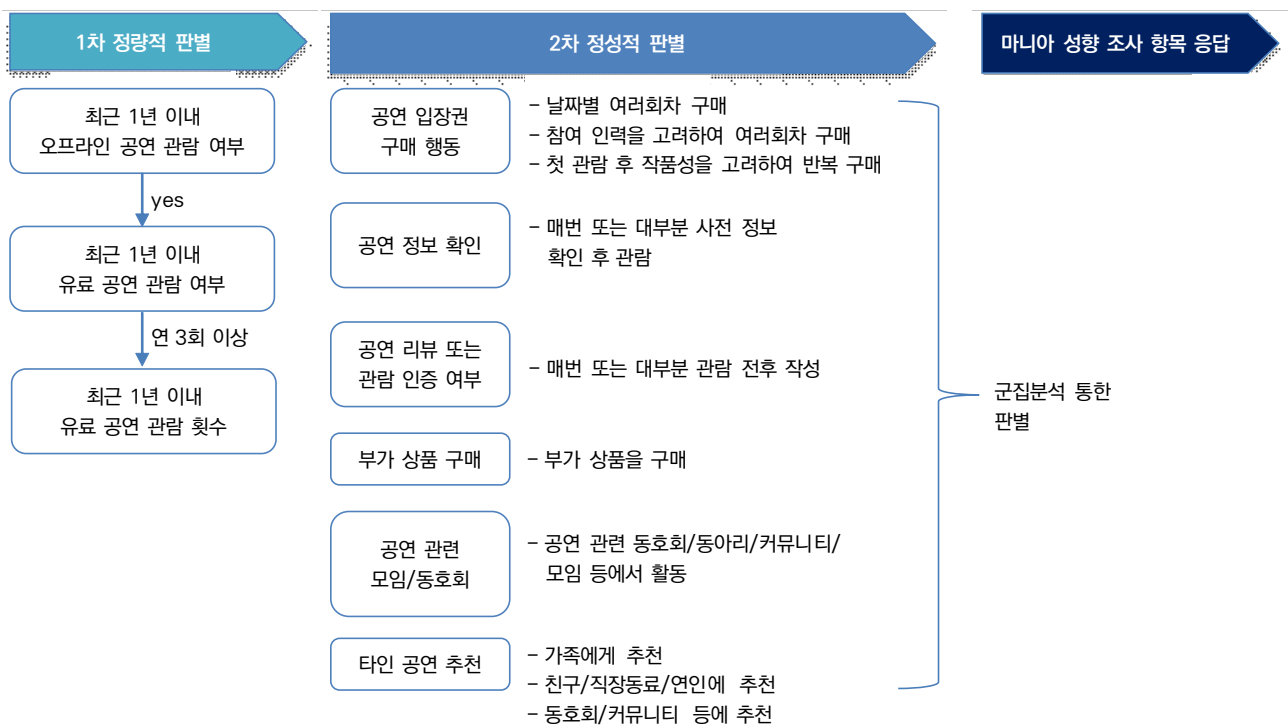
○ 마니아 판별을 위한 절차는 일차적으로 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험 여부와 빈도를 확인하였고, 이차적으로 선행연구들에서 확인된 마니아의 대표적 특성(① 공연 입장권 구매 행태, ② 공연에 대한 정보 습득, ③ 리뷰나 게시글 작성, ④ 부가 상품 구매 여부, ⑤ 공연 관련 동호회나 모임 활동 여부, ⑥ 타인에 공연 관람 추천 여부) 항목을 기준으로 군집분석을 통해 마니아 여부를 판별하였음

- 「2022년 국민문화예술활동조사」(문화체육관광부)에서 장르별 최근 1년 이내 오프라인 공연을 직접 관람한 응답자의 관람 횟수를 비교해 본 결과, 관람자의 87% 내외가 1~2회 정도 공연을 관람한 것으로 나타남. 장르별 관람자 중 3회 이상 관람한 비율은 13% 내외 수준으로 나타났으며, 4회 이상 관람부터는 기울기가 급격히 줄어들지 않으므로 본 연구에서 공연 관람 빈도에 대한 정량적 판단 기준은 연 4회 이상 관람으로 기준 하였음

[그림 4-1] 2022년 국민문화예술활동조사 결과 장르별 직접 관람 횟수별 비율 비교



[그림 4-2] 마니아 판별 절차



(2) FGI 주요 내용

○ 일반 현황

- 성별 : 장르별(연극/뮤지컬/음악/무용/국악) 비중
- 직업 : 예술 관련 직업, 일반 직업 등
- 가족 구성원 : 결혼 유무, 자녀 유무, 자녀 나이 등
- 소득 : 가구 소득, 개인소득
- 문화 여가 지출 : 월평균 문화 여가 지출액(공연 지출과 공연 외 지출)
- 거주지 : 수도권, 비수도권

○ 공연 관람 장르와 관람 빈도

- 관람 장르 : 연극/뮤지컬/음악/무용/국악, 선호하는 하위 세부 장르
- 최근 1년간 공연 관람 빈도 : 매주/월/분기/연/제한 없음
- 입장권 구매 : 한 번에 여러 회차 입장권 구매 여부, 단일 공연 반복 관람 여부

○ 공연 관람 행태 및 행동 특성

- 공연 정보 : 공연 관람 사전/사후 공연 정보 확인 여부
- 공연 선택 기준 : 출연진, 연출자/스태프, 기획사/제작사, 단체/극단, 수상작, 작품성 등
- 공연 후기 : 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 여부
- 공연 관람 추천 : 가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천 여부
- 부가 상품 : 부가 상품 구매 여부, 부가 상품 종류

○ 공연 관련 기부/단체(기관) 회원/팬클럽·동호회 활동 경험

- 공연 관련 기부 : 출연자/스태프/공연단체/공연시설 등 정기·비정기 후원, 모금행사 참여도
- 단체(기관) 회원 : 공연단체 또는 공연시설 유료 회원 여부
- 팬클럽 활동 : 팬클럽 가입 여부(정기적 모임 횟수, 활동 내용 등)
- 동호회 활동 : 동호회 활동 여부(정기적 모임 횟수, 활동 내용 등)

○ 문화예술 활동 경험

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험 : 문화예술 분야 교육받은 경험, 교육받은 세부 분야
- 타 장르 활동 경험 : 공연 외 타 장르(시각예술, 문학 등) 참여/관람 경험과 빈도

○ 마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등

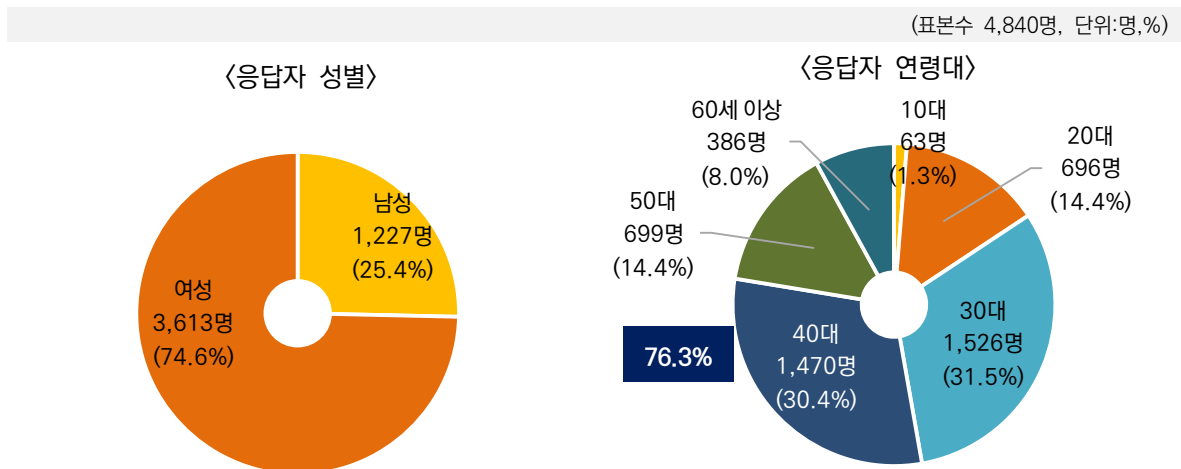
- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인 : 문화예술 교육 경험, 팬심, 작품 관심도
- 마니아 관객이 되기 위한 조건 : 마니아가 아닌 관객이 더 많은 공연을 보는 방법, 마니아가 아닌 관객이 마니아가 되는데 필요한 사항
- 기타 : 공연 관람 장애요인과 공연 관람을 위해 가장 필요한 정보

다. 응답자 현황

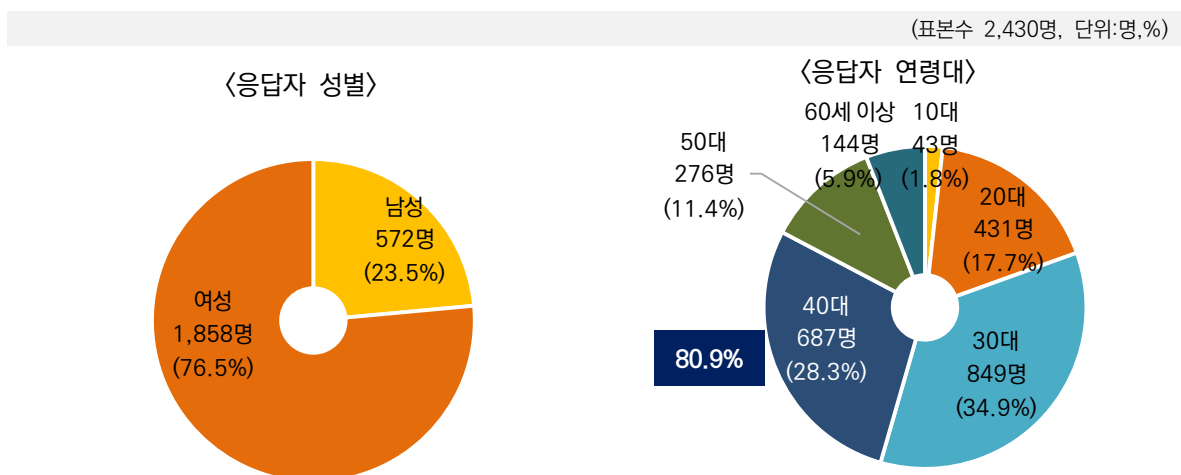
(1) 설문조사 응답자 현황

- 설문조사의 대상은 인터파크와 세종문화회관의 회원들로 홈페이지 이용자를 대상으로 진행하였음
- 조사에는 총 4,840명이 참여하였으며, 그중 연 4회 이상 유료 공연을 관람한 경우는 50.2%인 2,430명임
- 4,840명 중 여성은 74.6%인 3,613명, 남성은 25.4%인 1,227명이며, 전체 응답자 중 30대가 31.5%인 1,526명, 40대가 30.4%인 1,470명, 50대가 14.4%인 699명으로 전체 응답자 중 76.3%가 30대~50대의 관람객으로 구성됨
- 연 4회 이상 유료 공연 관람자의 성별, 연령의 구성을 비교해 보면, 일반 관람객에 비해 남성보다 여성 관객의 구성비가 더 많고, 20~40대의 구성비가 더 많은 것으로 나타남

[그림 4-3] 응답자의 성별, 연령별 현황

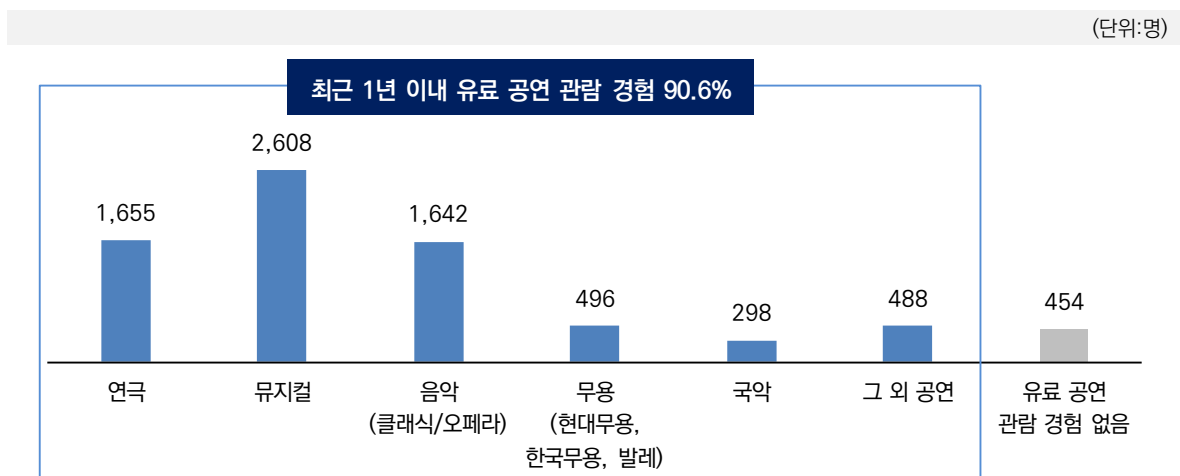


[그림 4-4] 연 4회 이상 유료 공연 관람자의 성별, 연령별 현황

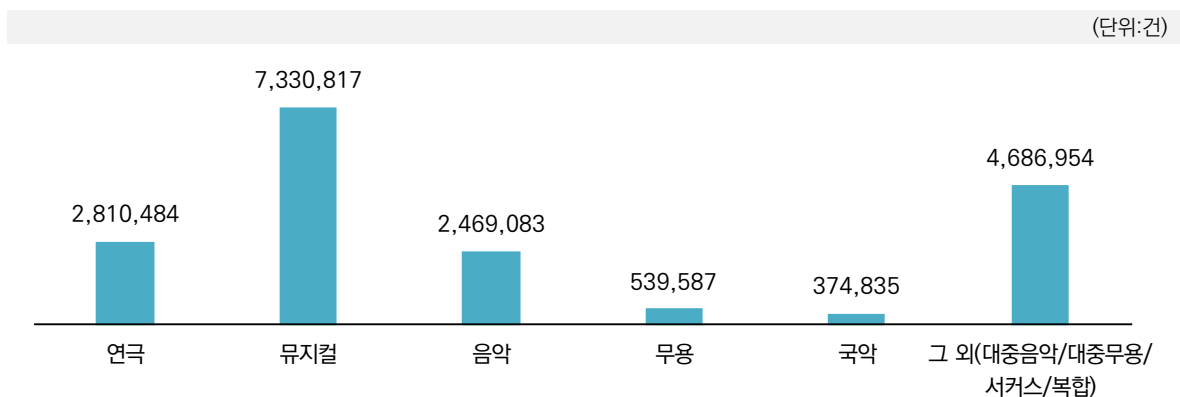


- 본 조사에 참여한 4,840명의 응답자를 대상으로 최근 1년 이내 유료 공연 관람 여부를 확인한 결과, 90.6%가 유료 공연을 관람한 것으로 조사됨
 - 유료 공연 중에서는 뮤지컬 공연을 관람한 응답자가 2,608명으로 가장 많았고, 연극 관람자는 1,655명, 음악공연 관람자 1,642명인 것으로 조사됨. 무용공연이나 국악 유료 공연 관람자 수는 뮤지컬이나 연극, 음악공연에 비해 상대적으로 낮았음
 - 2022년 1월~12월까지 KOPIS에서 수집된 장르별 입장권 판매 수 역시 뮤지컬이 가장 많았고, 연극>음악>무용>국악 순으로 나타나 장르별 관람객 수와 비슷한 경향을 보임. 즉 본 조사의 응답자들은 특정 장르에 집중되어있지 않고 비교적 골고루 분포하는 것이 확인됨
- 2022년 국민문화예술활동조사 결과와 비교해 보면, 만 15세 이상 국민 중 연극 공연을 관람한 경우가 5.3%, 뮤지컬 공연 관람 비율 4.9%, 전통예술 관람 비율 2.5%, 서양음악 1.8%, 무용 0.4%로 본 조사에 응답한 응답자들은 일반 국민보다 뮤지컬 공연과 음악공연을 더 많이 보는 것으로 분석할 수 있음

[그림 4-5] 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험(복수응답)



[그림 4-6] 2022년 1월~12월 장르별 KOPIS 입장권 판매 수



* 공연예술통합전산망(KOPIS) 결산통계 활용

[그림 4-7] 국민문화예술활동조사 결과 문화예술 행사 관람 비율(복수응답)



* 2022년 국민문화예술활동조사(문화체육관광부) 결과 인용

(2) FGI 참석자 현황

○ FGI는 총 22명을 대상으로 시행되었으며, 장르별 FGI 참석자의 특성은 다음과 같음

- 분석을 위해 가장 자주 관람한 공연 장르를 중심으로 FGI 그룹을 구성하였으나, 2개 이상의 공연 장르를 관람하는 경우가 대부분으로 특정 장르의 마니아 특성을 확인하기보다 공연 마니아 관객의 전반적인 특성을 파악하는 형태로 진행함

[표 4-1] 마니아 관객 FGI 참석자 현황

장르	참여자 정보
연극	<ul style="list-style-type: none"> - 55세 남자/자영업/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 53세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 43세 여자/교사 휴직 중: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 47세 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 38세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
뮤지컬	<ul style="list-style-type: none"> - 33세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 38세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 53세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 36세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 29세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 51세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
음악	<ul style="list-style-type: none"> - 46세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 64세 남자/개인 사업가: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 55세 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 31세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 37세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단

(계속→)

장르	참여자 정보
무용/국악	<ul style="list-style-type: none"> - 26세 남자/대학생: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 59세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 59 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 55세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단 - 43세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단 - 52세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단

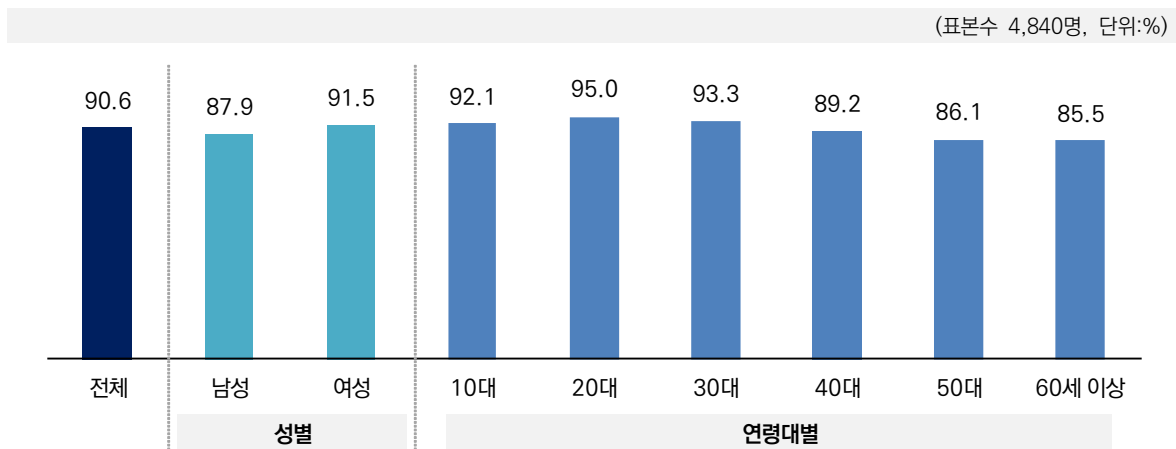
2. 마니아 관객에 대한 정량적 선정 결과

가. 관람 빈도 및 횟수 기준

(1) 유료 공연 관람 여부

- 전체 응답자 4,840명 중 최근 1년 이내 유료로 진행된 공연을 직접 관람한 비율은 90.6%로 조사됨
- 남성보다는 여성이 유료 공연을 더 많이 관람하였으며, 20대 95.0%, 30대 93.3%, 10대 92.1% 등 10~30대의 90% 이상이 유료 공연을 관람한 경험이 있었음
- 40대 89.2%, 50대 86.1%, 60세 이상도 85.5%가 유료 공연을 관람하였음

[그림 4-8] 성별, 연령별 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험 비율



- 응답자 중 공연 장르별로 절반 이상인 53.9%가 뮤지컬 공연을 관람한 경험이 있으며, 10명 중 3명꼴로 연극(34.2%), 음악(33.9%) 공연을 관람하였음
 - 무용공연(10.2%)이나 국악(6.2%) 공연을 관람한 비율은 다른 장르 공연에 비해 낮았음
- 유료 공연 관람 장르 간 교차를 통해 어떤 장르 공연 관람자가 다른 장르의 유료 공연을 더 활발하게 보는지를 비교하였음
 - 연극 공연 관람자 중 74.6%는 뮤지컬 공연을 관람하고 있고, 음악공연을 관람한 비율은 32.9%인데 반해 무용(12.6%)이나 국악(9.4%) 공연 관람 비율은 매우 낮았음. 즉 연극 공연 관람자들은 10명 중 7명 이상은 뮤지컬 공연을, 10명 중 3명은 음악공연도 관람하고 있지만 그 외 장르 공연은 거의 관람하지 않는 것으로 볼 수 있음
 - 뮤지컬 관람자는 뮤지컬 외 연극 공연을 관람한 비율은 47.4%, 음악공연 관람 비율은 31.8%이며, 무용(10.6%)이나 국악(6.7%) 공연 관람 비율은 연극 공연 관람자보다 더 낮았음. 연극 공연 관람자와 비교했을 때 뮤지컬 관람자는 뮤지컬 외 다른 장르의 공연을 보는 비율이 상대적으로 낮은 편. 즉 뮤지컬 공연만을 관람하는 경우가 상대적으로 많았음

- 음악공연 관람자들의 절반인 50.5%는 뮤지컬을 관람하였으며, 33.1%는 연극을 관람, 무용공연을 관람한 비율은 17.7%, 국악 공연을 관람한 비율은 9.3%로 음악 관람자들은 주로 음악과 뮤지컬 공연을 중심으로 관람하고 있는 것으로 분석됨
- 반면 무용공연과 국악 공연 관람자의 경우 다른 장르 공연 관람자에 비해 다양한 장르의 공연을 관람하고 있는 것으로 나타남
 - 무용공연 관람자 중 절반 이상이 뮤지컬, 음악공연도 관람하고 있으며, 41.9%는 연극 공연을, 20.4%는 국악 공연을 관람하고 있음
 - 국악 공연 관람자 역시 절반 이상이 연극, 뮤지컬, 음악공연도 관람하고 있으며, 33.9%는 무용공연도 관람한 것으로 나타남

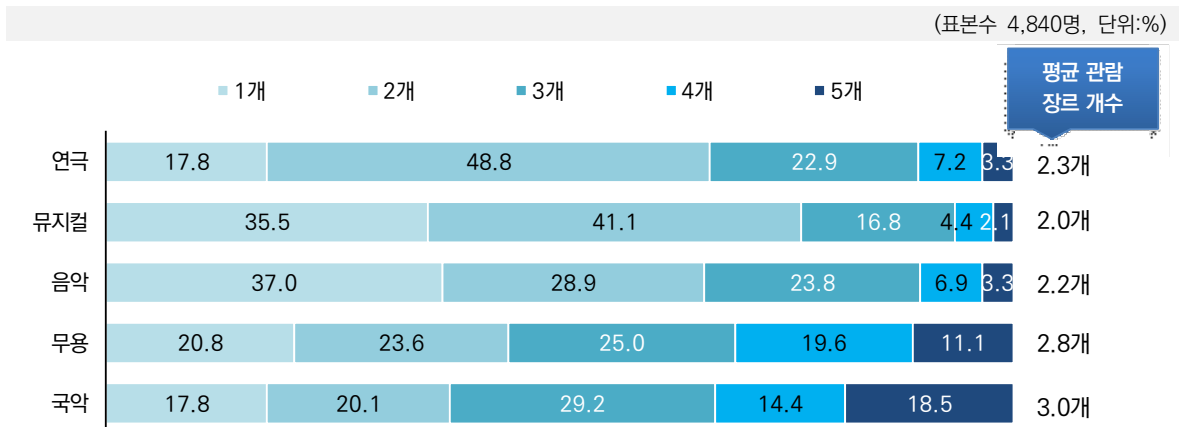
[표 4-2] 공연 관람 장르 간 교차를 통한 최근 1년 이내 유료 공연 관람 경험(복수응답) 비교

(단위:명,%)

	표본수	연극	뮤지컬	음악 (클래식/ 오페라)	무용 (현대 무용, 한국 무용, 발레)	국악	그 외 공연
전체	4,840	34.2	53.9	33.9	10.2	6.2	10.1
연극	1,655	100.0	74.6	32.9	12.6	9.4	0.1
뮤지컬	2,608	47.4	100.0	31.8	10.6	6.7	-
음악(클래식/오페라)	1,642	33.1	50.5	100.0	17.7	9.3	0.1
무용(현대무용, 한국무용, 발레)	496	41.9	55.8	58.5	100.0	20.4	-
국악	298	52.0	58.4	51.3	33.9	100.0	-

- 뮤지컬 공연 관람자, 음악공연 관람자, 연극 공연 관람자들은 해당 장르 외 타 장르의 공연을 1개 장르 더 보는 반면, 무용공연 관람자나 국악 공연 관람자들의 50% 이상은 3개 이상 장르의 공연을 관람하고 있음. 즉 더 다양한 장르의 공연을 관람하고 있음

[그림 4-9] 관람 공연 장르별 타 장르 관람 개수 구성비 비교



- 장르별로 공연을 관람하는 개수의 차이가 응답자의 성별이나 연령에 의한 차이인지를 확인하기 위해 평균자료 간 비교 검정을 시행(연령별 비교는 T검정, 연령 비교는 ANOVA)하였음
 - 연극 공연 관람자의 경우 남성보다 여성이, 10대 및 40대와 50대가 다른 연령에 비해 더 많은 장르의 공연을 관람하는 것이 통계적으로도 유의미한 것으로 나타남. 뮤지컬과 음악공연 관람자의 경우 성별 차이는 없었으며, 뮤지컬 공연은 연령대가 높을수록, 음악공연은 연령대가 낮을수록 더 다양한 장르의 공연을 관람하는 것으로 분석됨
 - 연극이나 뮤지컬, 음악공연 관람자보다 더 다양한 장르의 공연을 관람하는 것으로 확인된 무용공연 관람자와 국악 공연 관람자의 경우 성별이나 연령별 차이는 통계적으로도 차이가 없는 것으로 나타남. 무용공연 관람자와 국악 공연 관람자는 성별, 연령별 차이 없이 다른 장르 관람자보다 더 다양한 장르의 공연을 관람하고 있는 것으로 분석됨

[표 4-3] 성별, 연령별 공연 관람 장르 개수에 대한 평균 비교 결과

(단위:개)

		연극		뮤지컬		음악 (클래식/ 오페라)		무용 (현대 무용, 한국 무용, 발레)		국악	
성별	남성	2.21	0.03*	2.00	0.68	2.09	0.538	3.02	0.311	2.95	0.603
	여성	2.32		1.95		2.11		2.70		2.96	
연령	10대	2.46	0.000**	1.90	0.006**	2.60	0.000**	2.56	0.900	3.20	0.267
	20대	2.22		1.94		2.23		2.72		3.00	
	30대	2.23		1.91		2.26		2.77		3.25	
	40대	2.36		1.95		2.15		2.81		2.96	
	50대	2.46		2.15		1.93		2.83		2.84	
	60세 이상	2.32		2.11		1.76		2.58		2.57	

* p<0.05, ** p<0.01

- 이상의 결과를 정리해 보면, 연극, 뮤지컬, 음악공연 관람자의 경우 해당 장르를 중심으로 유사 장르 1개 정도의 공연을 추가로 관람하고 있고 이는 연령별로도 차이를 보임. 반면 무용이나 국악 공연을 관람한 경험이 있는 경우 해당 장르 외에도 비교적 다양한 장르의 공연을 관람한 경험이 있으며, 이는 성별이나 연령별로도 차이가 없는 것으로 확인됨

(2) 유료 공연 관람 빈도

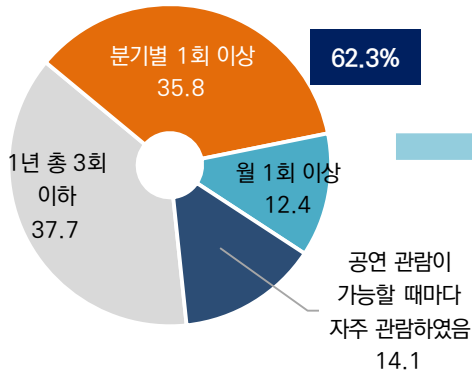
- 유료 공연 관람 경험자 중 62.3%는 연 4회 이상(분기별 1회 이상) 공연을 관람
 - 공연 장르와 상관없이 모든 공연을 기준으로 조사하였으며, 월 1회 이상 공연을 관람하는 비율은 12.4%, 가능할 때마다 더 자주 관람하는 경우도 14.1%로 나타남
- 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자들은 월평균 2.1회 공연을 관람하고 있음

- 월 1회 미만 관람하는 비율이 47.3%로 가장 많지만 1~5회 정도 관람하는 비중도 41.3%, 월 5회 이상 관람하는 경우도 11.4%로 나타남

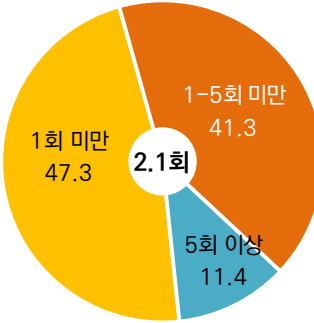
[그림 4-10] 최근 1년 이내 유료 공연 관람 빈도

(표본수 3,900명, 단위:%)

<최근 1년 이내 유료 공연 관람 횟수>



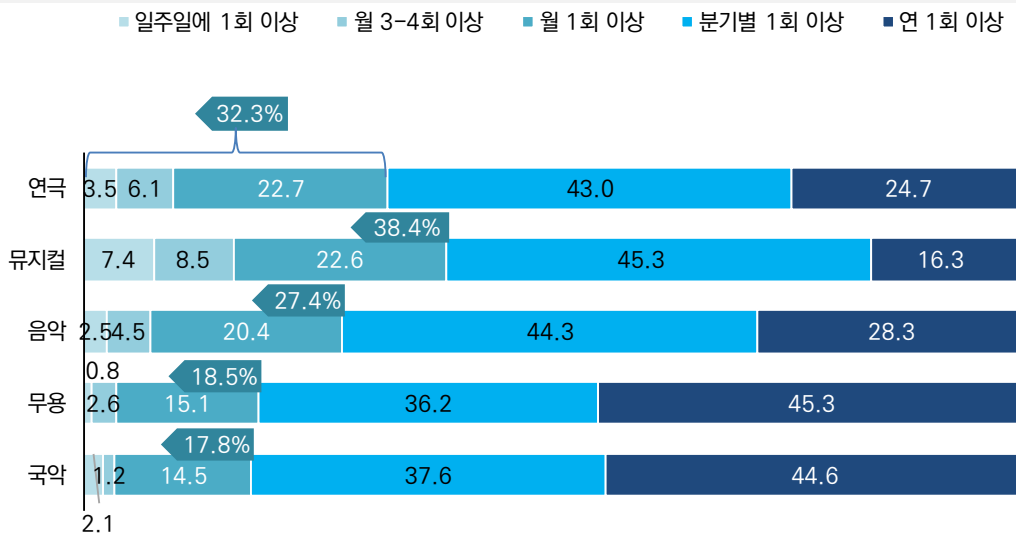
<월 평균 유료 공연 관람 빈도 -연 4회 이상 관람자>



- 장르별 유료 공연 관람 빈도를 비교해 보면, 연극과 뮤지컬은 월 1회 이상(일주일에 1회 이상, 월 3~4회, 월 1회 이상) 관람하는 비율이 각각 32.3%, 38.4%로 다른 장르에 비해 좀 더 자주 관람하고 있는 반면, 음악공연이나 무용공연, 국악 공연의 경우 70% 이상이 분기 또는 연간 기준으로 공연을 관람하는 비율이 상대적으로 높았음

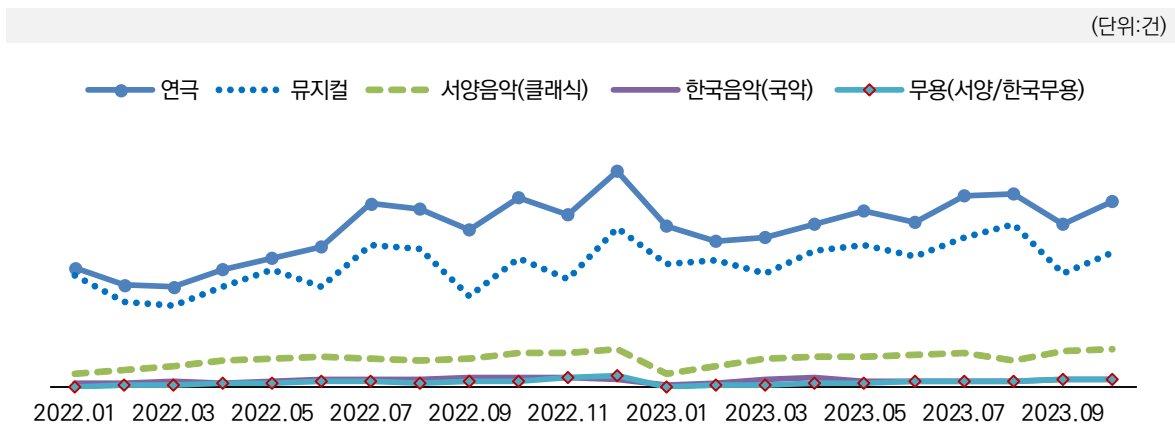
[그림 4-11] 장르별 최근 1년 이내 유료 공연 관람 빈도-각 장르별 유료 공연 관람자

(단위:%)



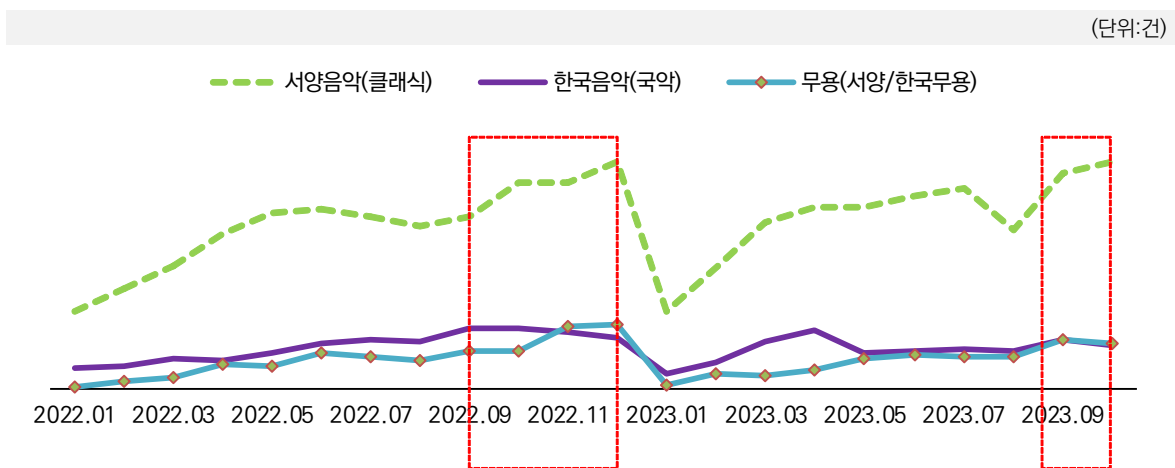
- 공연예술통합전산망의 결산통계를 활용해 2022년 1월~2023년 10월까지 장르별 공연의 상연 횟수를 확인한 결과, 연극, 뮤지컬 공연의 경우 매월 등락은 있지만 음악이나 국악, 무용공연에 비해 상당히 많은 상연이 이뤄지고 있음을 확인할 수 있음
- 반면 음악, 국악, 무용의 경우 연극이나 뮤지컬에 비해 상연 횟수가 매우 적고, 특정 시기에 공연이 집중된 특성도 보여 연극이나 뮤지컬과 비슷하게 연중 자주 관람하기보다 특정 시기, 또는 특정 공연을 집중해서 관람하는 경우가 많은 것으로 예상됨

[그림 4-12] 2022년 1월~2023년 10월까지 장르별 공연의 상연 횟수 비교(KOPIS)



* 공연예술통합전산망 결산통계자료 인용

[그림 4-13] 2022년 1월~2023년 10월까지 무용과 국악 공연 상연 횟수 비교(KOPIS)



* 공연예술통합전산망 결산통계자료 인용

- 장르별로 공연을 관람하는 빈도가 응답자의 성별이나 연령별로 차이가 있는지를 확인하기 위해 자료 간 비교 검정 시행(연령별 비교는 T검정, 연령 비교는 ANOVA)하였음
 - 뮤지컬 공연과 음악공연을 제외한 연극, 무용, 국악 공연은 관람자의 성별, 연령별 차이는 통계적으로 유의미하지 않았음. 즉 큰 차이가 없음

- 반면, 뮤지컬 공연의 경우 남성보다는 여성이, 연령대가 낮을수록 더 잦은 빈도로 뮤지컬을 관람하는 것이 확인되었으며, 음악공연은 성별 차이는 큰 차이가 없었으나 50대 이상이 그 외 연령보다 더 자주 관람하는 것으로 분석되었음

[표 4-4] 성별, 연령별 공연 관람 빈도에 대한 차이 검정 결과

(단위:점)

		연극		뮤지컬		음악 (클래식/오페라)		무용 (현대무용, 한국무용, 발레)		국악	
성별	남성	3.64	0.888	3.66	0.000**	3.78	0.052	4.22	0.153	4.14	0.650
	여성	3.84		3.52		3.96		4.23		4.24	
연령	10대	3.73	0.298	2.92	0.000**	4.25	0.004**	4.00	0.173	4.00	0.149
	20대	3.77		3.19		3.96		4.29		4.40	
	30대	3.74		3.50		3.95		4.06		4.02	
	40대	3.85		3.70		4.00		4.27		4.14	
	50대	3.82		3.94		3.73		4.37		4.36	
	60세 이상	4.04		4.07		3.72		4.36		4.50	

* p<0.05, ** p<0.01

- 공연 마니아 관객에 대한 FGI 결과, 연극과 뮤지컬 공연 관람자는 주 1회 또는 월 1회 등 비교적 잦은 빈도로 관람하는 경우가 많지만, 국악/무용공연의 경우 분기별 또는 연 몇 회 등으로 상대적으로 관람 빈도가 낮고 공연 관람 사이 기간이 긴 편

“무용공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상, 연극관람 빈도는 주 1회 이상, 뮤지컬 및 클래식 공연 관람 빈도는 월 1회 이상 관람하고 있어요(43세 여자 직장인)”

“무용, 국악, 클래식 공연 관람 빈도는 월 1회 이상, 연극과 뮤지컬 관람 빈도는 월 3~4회 이상 한 달에 총 22번 공연을 관람하는 편으로 거의 매일 공연을 관람하고 주말에는 2편씩 관람하기도 해요(52세 여자 직장인)”

“뮤지컬 및 연극을 주로 관람. 클래식은 가족 모임으로 1년에 1~2회, 무용은 좋아하는 장르가 있으면 관람하고 있어요(33세 여자 직장인)”

“뮤지컬 관람 빈도는 월에 많게는 6~7회, 적게는 2회 정도이고 연극은 두 달에 1~2회 관람하고 있어요(36세 남자 직장인)”

- 결국, 연 4회 이상 유료 공연을 관람한 관람자 중 연중 상연 횟수가 많은 연극 공연이나 뮤지컬 공연은 더 자주 관람하는 반면, 상대적으로 상연 횟수가 적은 음악, 무용, 국악 공연은 특정 시기나 특정 공연을 반복 관람하고 있어 연극이나 뮤지컬보다 관람 빈도가 낮고 공연 관람 사이 기간이 더 긴 편. 따라서 정량적으로만 마니아 관객을 판단하기보다 그들이 공연을 어떤 형태로 관람하는가가 마니아 관객 분석에서 함께 고려되어야 하는 것을 확인할 수 있었음

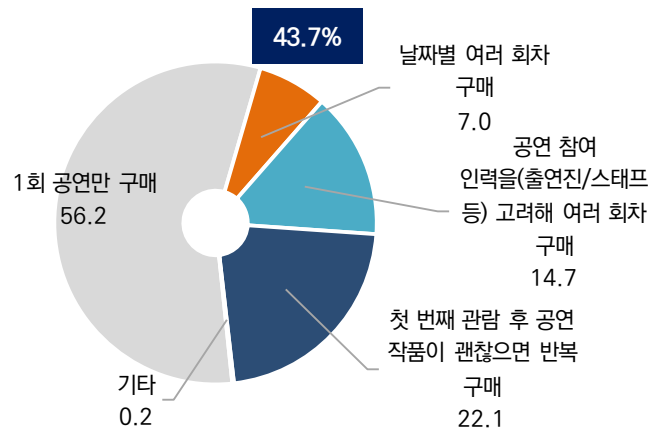
나. 마니아 관객 관련 성향 질문 기준

(1) 입장권 구매 행태

- 마니아 관객에 대한 공통적인 특징으로 특정 공연에 대해 반복 관람(ex. 회전문 관객)하거나 여러 회차의 공연을 날짜별, 출연진별로 구매하는 형태를 보인다는 연구 결과가 많았음⁴⁹⁾
- 조사 결과, 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자 중 43.7%는 여러 회차의 공연 입장권을 구매하고 있는데, 첫 작품 관람 후 공연이 괜찮으면 반복 구매하거나(22.1%), 공연 참여 인력을 고려하여 여러 회차를 구매(14.7%)하는 경우가 가장 많았고, 날짜별로 여러 회차를 구매하는 경우도 7.0%인 것으로 나타남

[그림 4-14] 입장권 구매 행태-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)

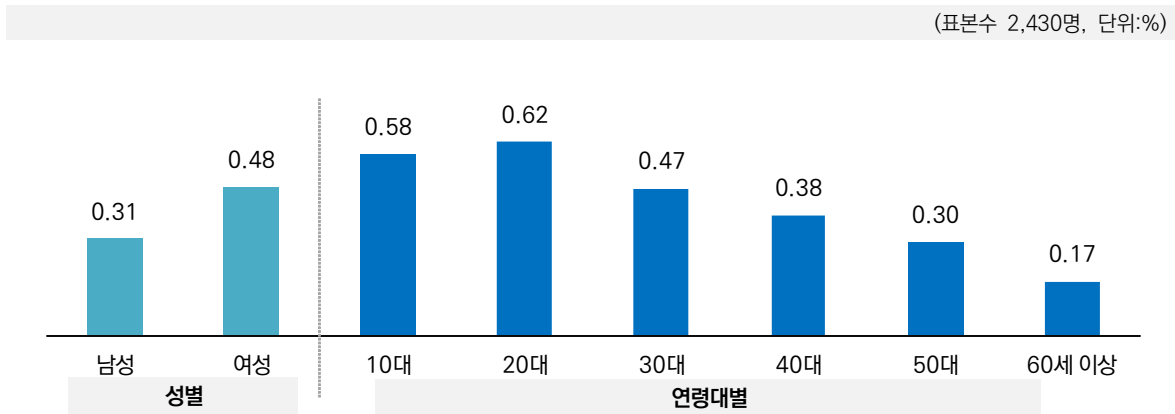


- 성별, 연령별, 입장권 구매 행태에 차이가 있는지를 1회만 구매하는 경우와 여러 회차를 구매하는 경우에 대해 차이 검정을 시행하였음(1회만 구매하는 경우=0, 여러 회차를 구매하는 경우=1로 코딩)
 - 남성보다 여성이, 20대 > 10대 > 30대 > 40대 > 50대 > 60세 이상 순으로 여러 회차의 공연 입장권을 구매하는 비율이 높았으며 95% 신뢰수준에서 통계적으로도 그 차이가 유의미하였음. 즉 남성보다 여성이 여러 회차의 공연 입장권을 구매하는 비율이 더 높았고, 50대 이상보다 낮은 연령대에서 여러 회차의 공연 입장권을 구매하는 경우가 더 많았음

49) 이민희(2019), 「온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관객 문화에 관한 고찰: 뮤지컬 <프랑켄슈타인>(2014/2015)을 중심으로」, 한국극예술연구, 63호., 박혜성(2017), 「한국 뮤지컬 마니아 관객 활동의 문화 정치적 함의: 온라인 커뮤니티 활동을 중심으로」, 언론과 사회, 25권 1호., 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회, 참조.

[그림 4-15] 성별, 연령별 입장권 구매 행태 비교(1회차 구매 vs 여러 회차 구매)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)



- FGI 결과, 반복 관람하거나 여러 회차 공연의 입장권을 구매하는 경우가 많았음. 다만 연령대가 낮거나(구매력이 낮거나) 높은 경우(자녀 부양 등 생활비 고려), 구매 금액이 높은 경우에는 1회차 입장권만 구매하는 경우도 일부 있었음

“반복 관람하는 편입니다. 조기 예매 할인 이용하여 다회 차 입장권 구매하고, 정말 유명한 작품의 입장권 구매 시 소위 ‘문경’ 이라고 해서 지인들을 동원하여 표를 확보하기도 해요(43세 여자 직장인)”

“반복 관람하는 편입니다. 마음에 드는 뮤지컬 공연이 있으면 한 번에 여러 캐스팅 조합으로 다회 차 입장권 구매하는 편이나, 연극에 있어서는 그렇게 구매하지 않고 있지는 않아요. 제가 공연을 관람한 뒤 괜찮은 작품이라고 판단 될 때 자녀들 입장권을 구매하여 함께 반복 관람을 하기도 해요. 특정 예술가의 해외 공연이 있을 시 입장권 구매 후 출국하여 공연 관람한 경험도 있고, 실제로 좋아하는 특정 예술가의 대만/일본 공연 관람을 위해 입장권을 구매하고 다녀온 적도 있어요(47세 주부)”

“한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고, 가족(아내 또는 자녀)과 동행하여 함께 관람하는 편이며, 가족의 입장권을 본인이 전부 구매합니다. 공연을 보고 나서는 후회하지 않는 편이나 가족을 부양해야 하는 가장으로써 공연 입장권 구매 비용이 부담스럽게 느껴져 무조건 입장권을 구매하지는 않는 편입니다(55세 남자 자영업자)”

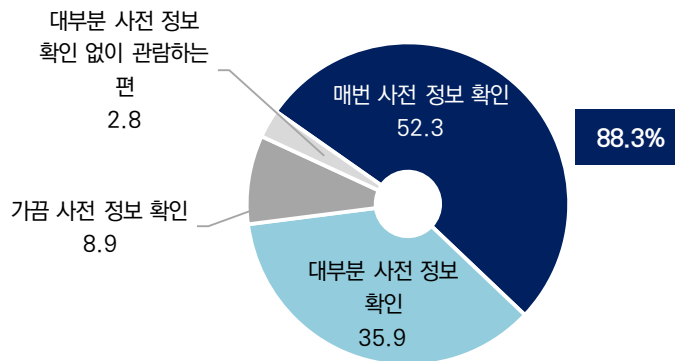
“한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고 한 작품당 한 번씩만 보는 편이에요. 국악 또는 무용공연의 경우 공연 기간이 짧은 편이라 반복 관람이 어려운 경우도 있어요(26세 남자 대학생)”

(2) 공연 관람 정보 확인 여부

- 마니아 관객의 경우 그 외 관객보다 공연에 대한 관심이 많다는 연구 결과들을 토대로 실제로 그러한지를 조사하였음
- 조사 결과, 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자 중 88.3%는 대부분 공연과 관련한 정보를 확인한 후 공연을 관람하는 것으로 나타남
 - 특히 절반 이상인 52.3%는 매번 사전정보를 확인한 후에 공연을 관람하고 있으며, 대부분 사전정보를 확인 후 관람하는 경우도 35.9%로 조사되었음
 - 반면, 사전정보 없이 관람하는 경우는 2.8%에 불과

[그림 4-16] 공연 관람 정보 확인 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)



- FGI 결과에서도 대부분이 공연 관람전에 공연과 관련한 정보를 사전에 확인하는 것으로 파악됨

“인터넷 검색, 극장 플랫폼 무료 회원 혜택을 이용하기 위해 사전에 정보를 확인하는 편입니다(55세 남자 자영업)”

“주로 뉴스기사를 통해 공연에 대한 정보를 확인하는 편이에요(47세 주부)”

“시놉시스나 출연하는 배우, 연출진은 반드시 확인하는 편이에요(33세 여자 직장인)”

“예술의전당 등 극장 홈페이지에 접속해서 사전 정보를 확인하고 입장권을 구매하는 편이에요(59세 주부)”

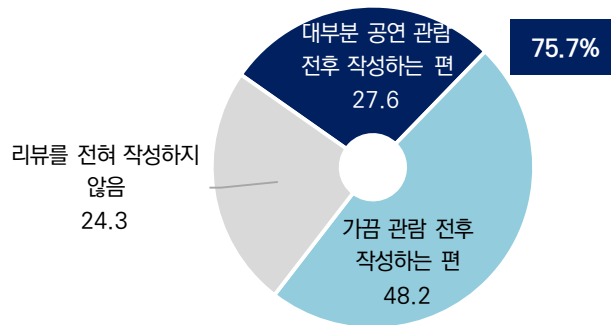
“공연 정보 검색시 음악감독 정보를 확인하고, 좋아하는 음악감독의 작품은 대부분 보러가는 편이에요(36세 남자 직장인)”

(3) 리뷰 또는 관람 인증 글 게시 현황

- 공연에 대한 관심도가 높다는 점에서 공연 관람 전·후 공연에 대한 리뷰 또는 관람 인증 등의 게시글을 작성하는 경우가 많을 것으로 예상됨⁵⁰⁾
- 조사 결과, 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자 중 75.7%가 관람 전·후로 공연에 대한 리뷰나 관람에 대한 인증 글을 게시하고 있는 것으로 조사됨
 - 27.6%는 대부분의 공연 관람·전후로 리뷰나 인증 글을 게시하고 있었고, 48.2%는 가끔 작성하는 편으로 조사됨

[그림 4-17] 공연 관람 전·후 공연에 대한 리뷰 또는 인증 글 게시 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,428명, 단위:%)



- 리뷰나 인증 글 게시는 20대~40대의 77% 이상이 글을 작성하는 반면, 50대 이상에서는 인증 글 게시의 비율이 상대적으로 낮은 편. 이는 공연에 대한 관심도가 낮다기보다 주로 본인이 운영하는 SNS나 홈페이지, 블로그 등에 기재하는 것을 고려했을 때 홈페이지나 SNS를 운영하는 비율이 낮은 것과 연관되어 있을 것으로 보임

[표 4-5] 성별, 연령별 공연 관람 장르 개수에 대한 평균 비교 결과

(단위:%)

		표본수	대부분 공연 관람 전후 작성하는 편	가끔 관람 전후 작성하는 편	리뷰를 전혀 작성하지 않음	리뷰 작성 비율
전체		2,428	27.6	48.2	24.3	75.7
성별	남성	572	25.2	48.8	26.0	74.0
	여성	1,856	28.3	48.0	23.7	76.3
연령	10대	43	32.6	39.5	27.9	72.1
	20대	429	30.5	46.6	22.8	77.2
	30대	849	29.9	48.2	21.9	78.1
	40대	687	27.7	51.8	20.5	79.5
	50대	276	18.5	48.2	33.3	66.7
	60세 이상	144	20.1	38.2	41.7	58.3

50) 임찬목(2017), 「뮤지컬 회전문객의 미시사회학적 분석: 뮤지컬 〈헤드워크〉의 관객들과 Colon 오페라하우스의 Opera Fanatic의 비교를 중심으로」, 문화산업연구, 17권 2호 및 본 사업의 전문가 자문회의 의견

- 「2022년 인터넷이용실태조사」(과학기술정보통신부) 결과에 따르면, 50대~60대의 인터넷 이용률은 각각 98.6%, 94.0%로 낮지 않으나, 홈페이지를 운영(50대 53.2%, 60대 44.5%)하는 비율은 20~40대 연령대 응답자와 비교했을 때 거의 절반 수준임

[그림 4-18] 2022년 인터넷이용실태조사 결과 연령별 인터넷 이용목적 비교(복수응답)

		(단위:%)						
BASE : 만3세 이상 최근 1개월 이내 인터넷 이용자 PERIOD : 단시점 22.7.1. 기준		여가활동	커뮤니케이션	자료 및 정보획득	홈페이지 등 운영	교육·학습	직업·직장	기타
만 3세 이상 인터넷 이용자		99.1	97.9	97.7	69.6	58.8	30.0	89.1
가구원 수								
	1인	97.6	99.3	100.0	59.7	42.8	29.4	89.5
	2인	98.0	99.2	99.7	53.1	34.3	19.8	88.6
	3인 이상	99.5	97.4	96.9	74.7	66.4	32.3	89.1
성별								
	남자	99.2	98.0	97.7	71.1	60.8	33.6	89.7
	여자	98.9	97.8	97.7	68.0	56.6	26.3	88.3
연령								
	3~9세	99.1	66.8	58.5	87.6	63.9	2.6	2.1
	10대	100.0	100.0	100.0	48.9	100.0	11.3	88.2
	20대	100.0	100.0	100.0	100.0	90.7	59.0	100.0
	30대	100.0	100.0	100.0	100.0	83.1	56.8	100.0
	40대	99.9	100.0	100.0	86.9	73.8	39.9	100.0
	50대	99.8	99.9	100.0	53.2	28.7	22.9	97.5
	60대	98.6	99.5	100.0	44.5	17.1	7.6	87.0
	70세 이상	91.0	97.1	99.7	10.0	7.4	2.2	68.7

* 2022년 인터넷이용실태조사 통계표(과학기술정보통신부)자료 인용

○ 리뷰나 인증 글은 관람에 대한 감상평이나 느낌을 표현하기 위한 게시뿐만 아니라, 유명하지 않지만 좋은 작품을 홍보하기 위해 글을 작성하기도 하며, 이를 통해 또 다른 관계 맺기의 수단으로 활용하기도 함

“리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편이고, 주로 댓글을 다는 편입니다(55세 남자 자영업)”

“주로 비공개 계정에 리뷰를 남겨 놓고 그중의 몇 개를 선정하여 공개 계정에 업로드 하고 있어요(26세 남자 대학생)”

“공연 관람 후 여러 SNS를 통해 후기 작성하고 있어요. 유명하지 않지만 좋은 작품은 홍보의 목적으로 블로그에 후기를 남기고 인스타그램 등의 다른 SNS에서는 관람 인증을 주로 하기도 해요(29세 여자 직장인)”

“리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 활발하게 하는 편이고 후기는 무조건 남기는 것을

원칙으로 하고 있어요. 개인 블로그에 작성하기도 하고, 괜찮은 작품을 본 경우 대표나 배우한테 후기를 남기기도 하면서 관계 맺기를 지속하고 있어요(43세 여자 직장인)”

- 반대로 타인의 후기에 영향을 받지 않기 위해 타인의 리뷰나 인증글을 일부러 보지 않고 공연을 관람하는 경우도 있고, 공연이나 공연장 상태에 대한 개선 요구의 목적으로 공연후기를 작성하는 경우도 있었음

“리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 활발하게 하지 않는 편이고, 타인의 리뷰도 많이 보지 않는 편이에요. 타인의 후기에 영향을 받기보다는 직접 보고 느끼는 것을 선호합니다(38세 여자 직장인)”

“공연이 기대하던 것과 다를 때 지적의 용도로 작성하고 있어요(53세 남자 직장인)”

“리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동은 하지 않는 편이에요. 남자들은 대부분 항의하는 측면의 리뷰 외에는 작성하지 않으리라 생각해요(31세 남자 직장인)”

- 즉, 공연 마니아 관객들은 공연 관람 전·후로 관람 공연에 대한 리뷰 또는 관람 인증을 게시하고 또 타인의 리뷰나 인증 글을 찾아보는 경우가 상대적으로 많았음. 리뷰나 인증 글은 ① 단순 감상평 외에도 이를 활용한 ② 관계 맺기의 수단으로 활용하거나 ③ 공연에 대한 개선 요구의 방법 등으로 활용하고 있음. 다만 공연 작품에 대한 선입견 또는 사전 인식을 갖지 않으려고 일부러 타인이 작성한 리뷰를 보지 않는 경우들도 있었음

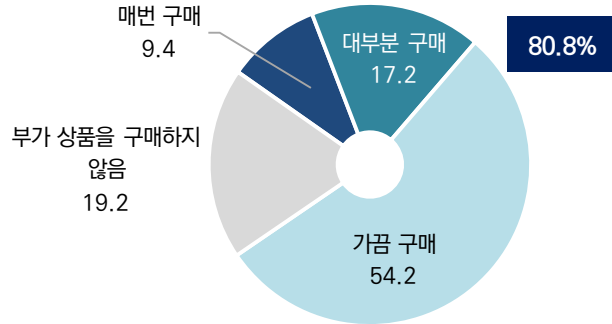
(4) 부가 상품 구매 여부

- 공연에 관한 관심도는 관련 부가 상품 구매로 이어진다는 연구들이 존재함⁵¹⁾. 조사 결과, 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자 중 80.8%가 공연 관련 부가 상품을 구매하고 있음 - 연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 9.4%는 매회 공연마다 관련 부가 상품을 구매하고 있으며, 17.2%는 대부분 구매하고 있었음
- 월평균 유료 공연을 관람하는 횟수가 많은 관람자일수록 부가 상품을 구매하는 비율이 높게 나타나고 있는데, 월평균 1회 미만 관람자의 경우 76.7%가 공연 관련 부가 상품을 구매하고 있지만, 5회 이상 관람자 중에서는 91.3% 즉 10명 중 9명 이상은 관련 부가 상품을 구매하고 있는 것으로 나타나 공연을 자주 보는 관람자일수록 공연 부가 상품을 구매하는 비율이 높은 것을 확인할 수 있음

51) 김유미·이경호·박기영·이윤정·배수연·채혜은·고동진(2022), 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」, 한국문화예술위원회., 임승희(2014), 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호., 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회 등 참조.

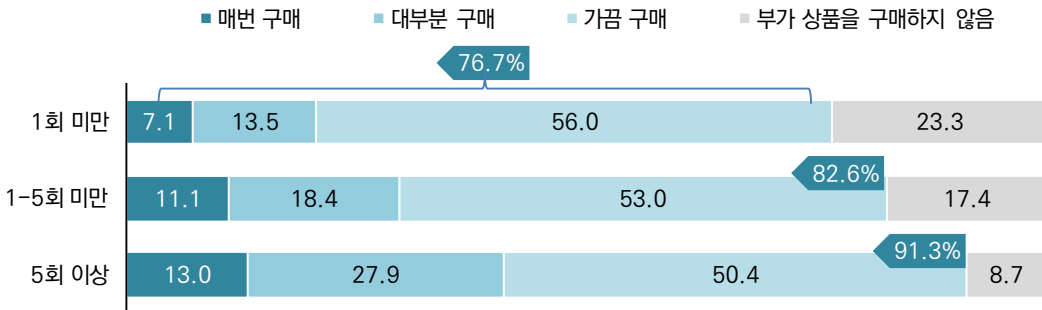
[그림 4-19] 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,428명, 단위:%)



[그림 4-20] 월평균 공연 관람 횟수별 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

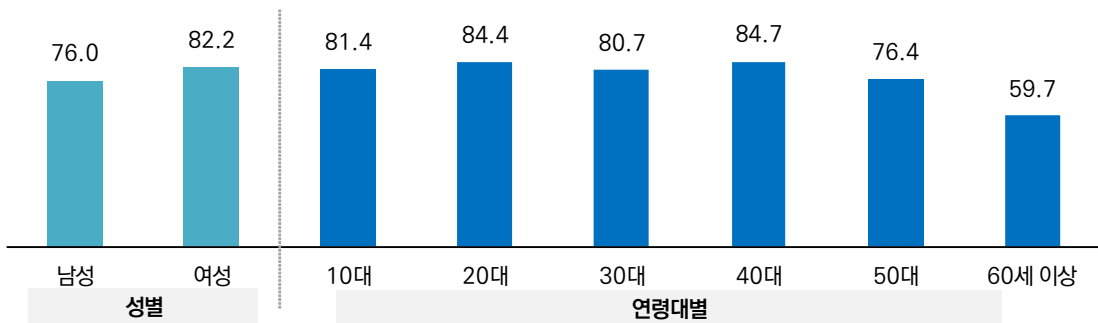
(표본수 2,428명, 단위:%)



○ 공연 관련 부가 상품 구매는 남성보다는 여성이 더 많이 구매하고 있으며, 10대~40대 중 80% 이상이 부가 상품을 구매하고 있는 반면, 50대 이상에서는 부가 상품 구매율이 급격히 낮아지는 것으로 조사됨

[그림 4-21] 성별, 연령별 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등) 구매 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,428명, 단위:%)



- 성별, 연령별로 공연 관련 부가 상품을 구매하는 것에 차이가 있는 부분은 FGI 결과에서도 확인되었음. 부가 상품은 기념품이나 소장 목적의 굿즈 외에도 작품에 대한 이해를 위한 팸플릿이나 사설집, 공연 음반 CD 등을 구매하고 있음

“프로그램 북, 굿즈를 주로 구매하고 있어요. 실용성과 관계없이 소장 가치가 있다고 생각하는 굿즈는 구매하고 있어요(29세 여자 직장인)”

“음악공연은 주로 팸플릿 등을 구매하고 있어요(31세 남자 직장인)”

“프로그램 북, 마그넷 등을 주로 구매하고 특히 대극장의 마그넷은 필수적으로 구매하는 편이에요(43세 여자 직장인)”

“부가 상품을 구매하는 편이지만 프로그램 북이나 CD 중심으로 구매하고 있어요. 그 외 굿즈는 잘 구매하지 않아요(47세 주부)”

“대체로 부가 상품은 구매하는 편이고 주로 굿즈를 구매하는 편이에요(55세 남자 자영업)”

“부가 상품 구매하는 편이에요. 완창 판소리의 경우 공연 진행 중 자막이 제공되지 않는 경우가 많아져서 사설 집을 보지 않으면 이해가 잘 가지 않기에 구매하는 편입니다(59세 주부)”

- 다만, 출연진을 달리해서 반복 관람하는 경우는 매번 부가 상품을 구매하지는 않는 편임

“예전에는 프로그램 북 정도는 구매했었는데 요새는 출연진만 바뀌고 작품 자체는 바뀌는 부분이 크지 않아서 굿즈 등을 살 필요를 느끼지 못함(52세 여자 직장인)”

(5) 동아리, 동호회 등 모임 활동 여부

- 공연 마니아들은 공연에 대한 정보 습득, 공연 관람 경험에 대한 공유 등의 목적으로 동호회나 동아리 관련 커뮤니티 활동을 하는 경우가 많음⁵²⁾. 조사 결과, 연 4회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자 중 30.2%는 관련 모임 활동을 하고 있으며, 월평균 공연 관람 비용을 많이 지출할수록, 자주 공연을 관람하는 관람자일수록 모임 활동 비율이 높은 것이 확인되었음
 - 월평균 5회 이상 유료 공연을 관람하는 관람자의 43.5%가 공연 관련 동호회나 커뮤니티, 모임 등의 활동을 하고 있으며, 월평균 30만 원 이상 지출하는 관람자들 역시 40% 이상이

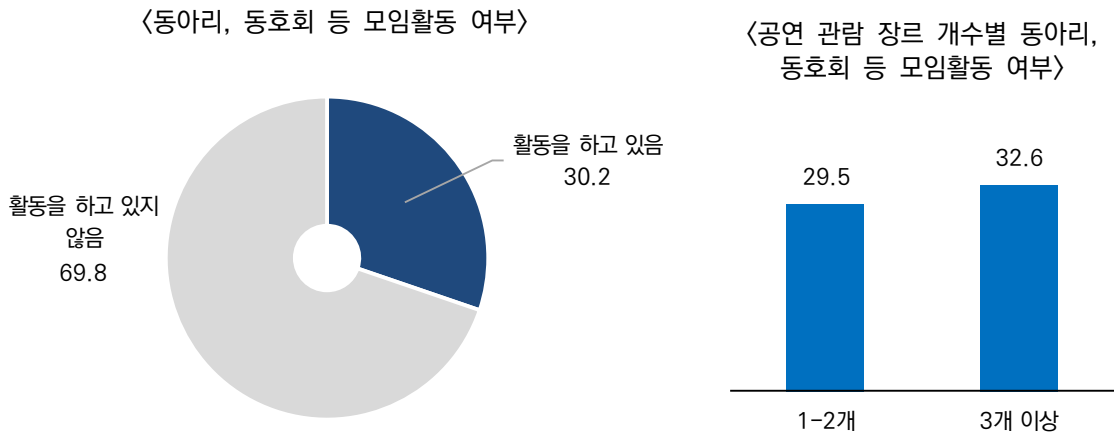
52) 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회. 참조.

관련 모임 활동을 하고 있었음

- 1~2개 장르의 공연을 관람한 관람자보다 3개 이상 장르의 공연을 관람하는 관람자가 모임 활동을 더 많이 하는 것도 확인되었음

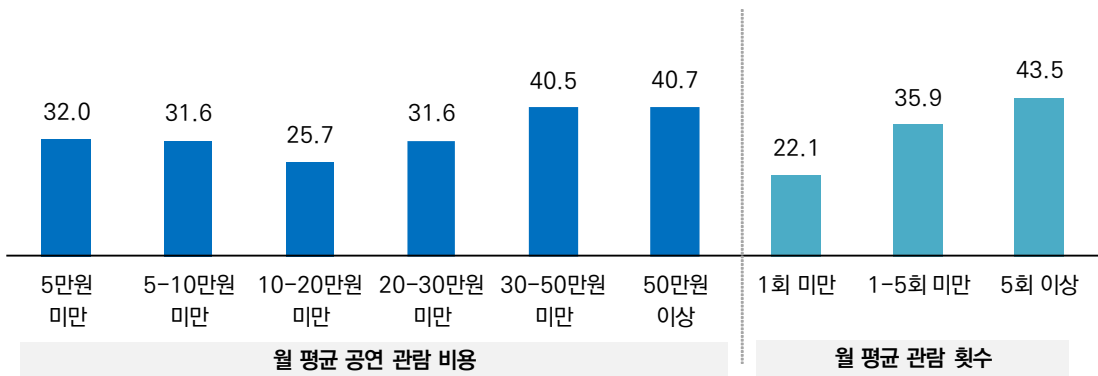
[그림 4-22] 동아리, 동호회 등 모임 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,428명, 단위:%)



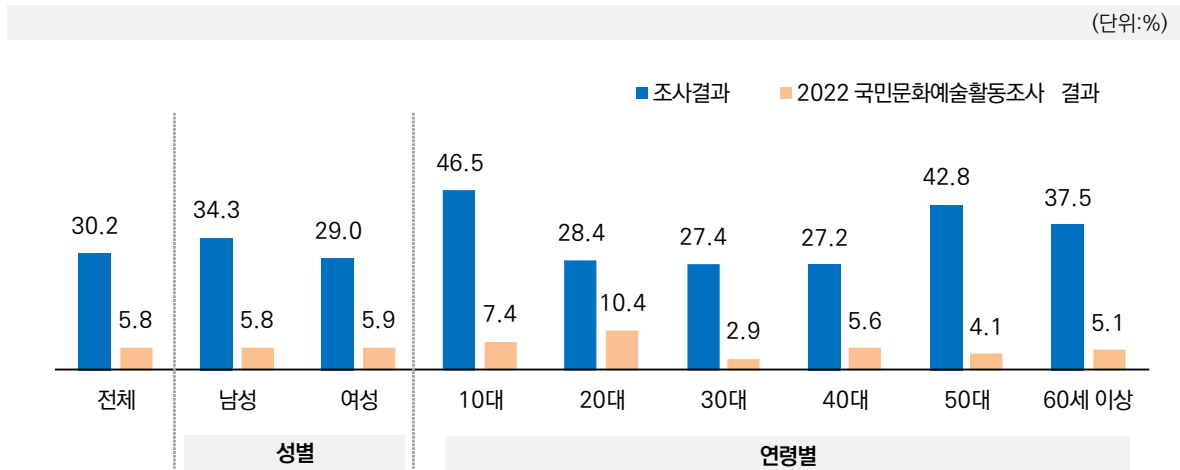
[그림 4-23] 월 평균 공연 관람 비용 지출 규모별, 공연 관람 횟수별 동아리, 동호회 등 모임 활동 비율-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,428명, 단위:%)



- 일반 공연 관람자와 연 4회 이상 유료 공연 관람자 간의 동아리, 동호회 등 모임 활동에 차이가 있는지를 확인하기 위해 「2022년 국민문화예술활동조사」 결과와 비교하였음. 해당 조사에서 연 1회 이상 공연예술 관람자의 동호회 활동 비율은 5.8%로 본 조사 결과의 연 4회 이상 유료 공연 관람자와 비교했을 때 매우 낮은 수준임을 확인할 수 있었음. 즉 일반 관람자보다 연 4회 이상 유료 공연 관람자들이 훨씬 많이 동호회나 동아리 등의 모임 활동을 하는 것으로 분석됨

[그림 4-24] 동아리, 동호회 등 모임 활동 비율 비교(본 조사 결과 vs 2022 국민문화예술활동조사)



* 2022년 국민문화예술활동조사(문화체육관광부) 결과는 공연예술 분야(서양음악, 전통예술, 연극, 뮤지컬, 무용) 직접 관람자의 동호회 참여 경험을 재집계 한 자료임

○ 동아리, 동호회 활동을 하고 있지 않은 경우라도 해당 모임에 관해 관심을 두고 있는 경우들도 FGI에서 확인되었음. 모임 활동을 통해 함께 공연을 관람하거나 이를 계기로 공연 관람에 더 흥미를 느끼는 경우도 있었음. 다만 장르적 특성이 일부 보이는데, 여러 장르의 공연을 관람하는 관람자들이 다수 포함된 무용, 국악 공연 관람자들은 다른 장르 공연 관람자보다 동호회나 커뮤니티 활동 비율이 높거나 현재 하고 있지 않더라도 관련 정보가 제공된다면 모임 활동을 할 의향이 비교적 높은 것으로 확인됨

“가입한 적은 없어요. 기회가 닿으면 가입하고 싶으나, 접촉 기회가 없어서 아쉽고 누군가가 알려주면 참여하고 싶어요(연극, 53세 여자 직장인)”

“동호회 가입하지 않았으나 과거 커뮤니티에서 알게 되어 오프라인 만남을 가진 10명이 3년간 함

“현재 동호회 활동계 공연을 보러 다니고 있어요(연극, 47세 주부)”
 을 하지 않았지만, 예전에 팬클럽 활동을 한 적은 있어요. 지인의 권유로 팬클럽에 가입했고, 해당 배우가 좋아서라기보다는 다 같이 단체관람하는 등 동호회 같은 분위기에 흥미를 느껴 팬클럽에 속했었어요. 해당 건이 계기가 되어 본격적으로 공연을 보기 시작하게 되었어요(연극/뮤지컬, 38세 여자 직장인)”

“동호회는 가입한 적 없으나 동아리를 통해서 연극/뮤지컬에 관해 관심을 붙인 것이 계기가 되어 다양한 장르의 공연에 관심을 두게 되었음(연극/뮤지컬/무용/국악, 26세 남자 대학생)”

“가입한 적 없으나 관심은 있어요. 사교적인 성향은 아니지만 공연 보는 것을 좋아하기 때문에 같이 모여서 공연 관람만 하는 식의 동호회는 해 보고 싶어요(연극/뮤지컬/음악/국악, 59세 주부)”

“국악 관련 소규모교육 프로그램 참여를 통해 수강생들과 함께 국악 공연을 관람하기도 해요(연극/뮤지컬/음악/무용, 55세 여자 직장인)”

“동호회 내에서 직책을 맡고 있어요. 과거에 연극/영화를 혼자 보러 다녔었는데 옆좌석의 관객이 신경 쓰였고 혼자 보면 왠지 불편해져서 동호회 사람들과 함께 공연을 관람하는 편이에요. 동호회는 현대무용부터 시작해서 다양한 공연 및 전시를 함께 볼 목적으로 운영되고 있고, 한 달에 8번 동호회에 참석하고, 8번 모두 공연을 보는 목적으로만 만나고 있어요(연극/뮤지컬/음악/무용/국악, 43세 여자 직장인)”

“동호회 활동하고 있어요. 동호회 회원들과 함께 공연을 관람하는 경우가 꽤 많고 거의 공연이 있는 시기에는 거의 매일 함께 공연을 보는 편이에요(52세 여자 직장인)”

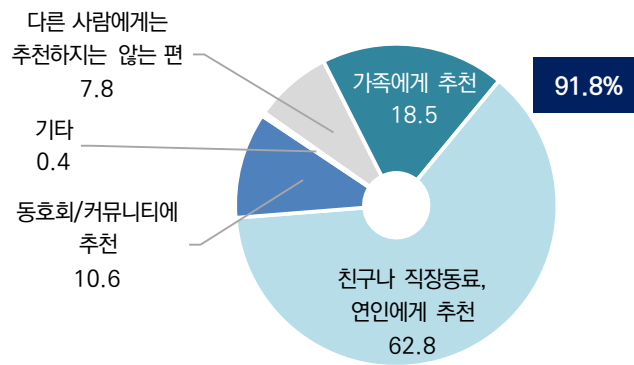
- 여러 장르의 공연을 관람하는 관람자일수록, 공연을 자주 관람하는 관람자일수록 그 외 관람자보다 동아리나 동호회 등 모임 활동 비율이 높았는데, 공연 관련 동아리, 동호회는 공연에 관한 관심과 전문 지식 습득의 차원으로 활용하고→이를 통해 공연에 더 많은 관심을 두게 되고→함께 공연을 관람하는 형태로 활동하고 있는 것으로 분석할 수 있음

(6) 관람 추천 대상

- 공연 마니아들은 자신의 공연 관람에서 그치는 것이 아니라 타인에 대한 적극적 추천을 통해 더 많은 사람이 볼 수 있도록 일종의 정보를 제공하는 경우가 많음⁵³⁾
- 조사 결과, 91.8%가 좋은 공연이라면 가족, 친구나 직장동료/연인, 동호회 등에 추천하는 것으로 나타남

[그림 4-25] 타인에 공연 추천 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

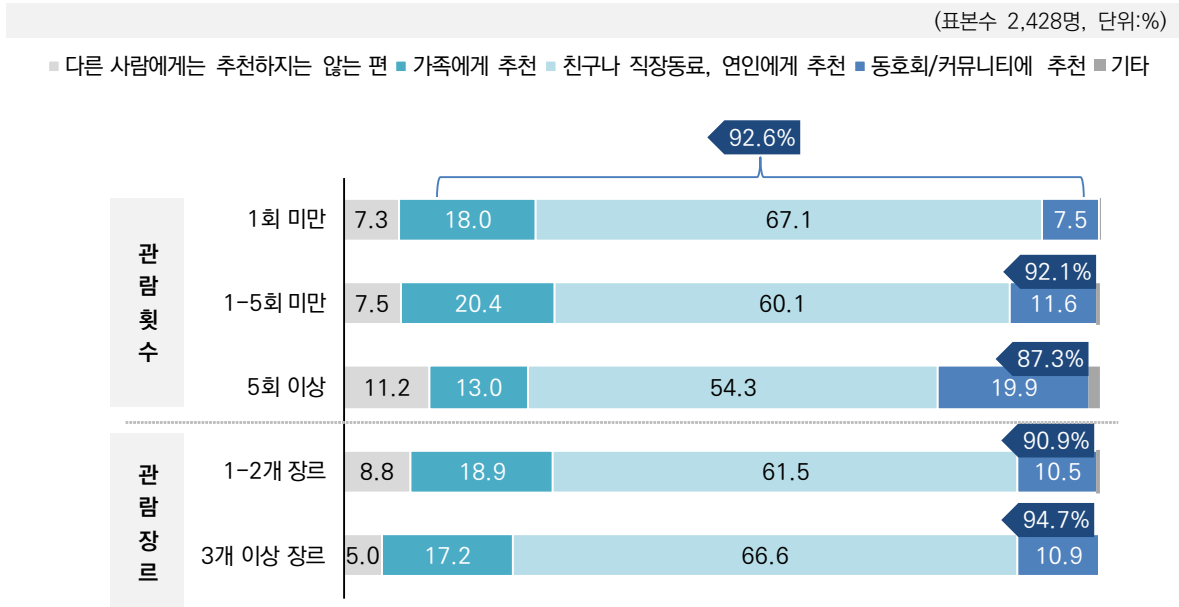
(표본수 2,428명, 단위:%)



- 공연 추천은 성별, 연령별 차이보다는 공연 관람 횟수, 관람 장르와 더 관련성이 높은 편
 - 월평균 관람 횟수별로 추천 대상에서 차이를 보이는데, 관람 횟수 적은 관람자는 주로 가족이나 친구, 동료, 연인 등 직접 관계를 맺고 있는 대상에 추천하는 비율이 높지만, 관람 횟수가 많을수록 동호회나 커뮤니티 등에 추천하는 비율이 높은 편
 - 여러 장르를 관람하는 관람자가 1~2개의 장르 공연 관람자보다 타인에게 공연을 추천하는 비율이 더 높았으며, 가족보다는 함께 공연을 관람하는 친구나 동료, 연인, 동호회/커뮤니티에 추천하는 경우가 더 많았음

53) 김설화(2021), 「뮤지컬 관객의 관람 후 행동에 관한 연구」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문., 강남임·김소영·지주은 (2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회. 참조.

[그림 4-26] 월평균 공연 관람 횟수별, 공연 관람 장르 개수별 타인에 공연 추천 여부
-연 4회 이상 유료 공연 관람자



○ 공연 마니아 관객 대상 FGI 결과에서도 공연 추천에 대한 부분이 확인되었는데, 공연 관련 부가 상품을 구매하거나 동호회 활동을 하는 등 좀 더 적극적으로 활동하는 관람자가 타인에 공연 추천도 더 활발하게 하는 것으로 나타남

“가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천하고 있어요(43세 여자 직장인, 프로그램북이나 마그넷 등 부가 상품 구매)”

“가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천하는 편이에요. 인터넷상으로는 추천을 자주 하지 않고, 직접 만나서 추천하는 편이죠(38세 여자 직장인, 관련 굿즈는 대부분 구매)”

○ 그러나 공연 관람에 온전히 집중하고 싶은 경우, 또는 과거 추천을 했었으나 호응도가 낮았던 경험이 있는 관람자들은 타인에 추천하지 않는 편임. 특히 국악의 경우 함께 관람하는 동반자를 찾기 어려운 경우들은 타인 추천 없이 혼자 공연을 관람하기도 함

“적극적으로 추천하지 않는 편입니다. 아내와 동반 관람을 몇 차례 했으나 관심이 없어서 이후 주변 지인과 함께 관람합니다(59세 남자 직장인, 부가 상품 구매 안 함)”

“추천을 잘하지 않아요. 취미가 같은 사람이 주변에 잘 없고, 누군가에게 추천해서 같이 관람했다면 동행자의 만족도를 눈치 보게 되어 가장 가까운 남편에게도 추천하지 않는 편이에요(59세 주부, 부가 상품 구매함)”

“지인에게 추천하지 않는 편이에요. 특히 국악의 경우 지인에게 같이 가자고 했을 때 선뜻 응하는 사람도 생각보다 많지 않아요(55세 여자 직장인, 부가 상품 구매 안 함)”

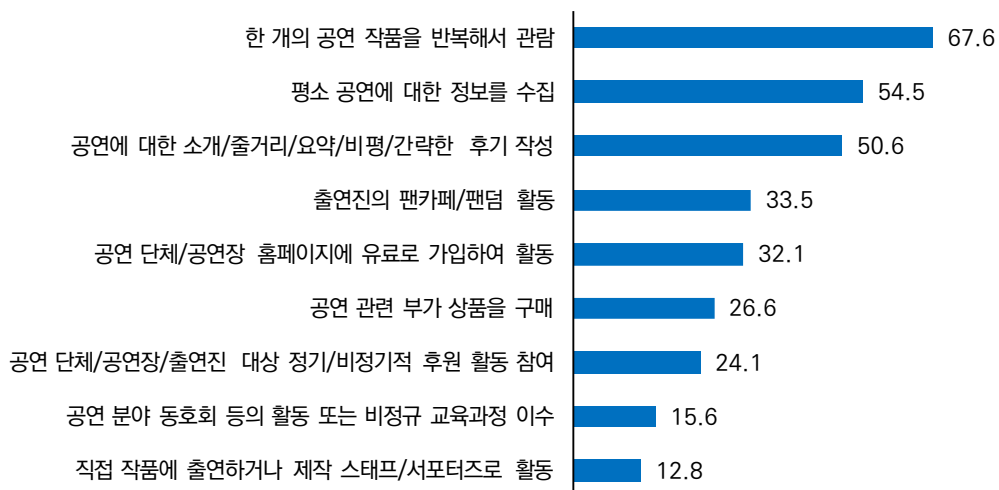
- 결과적으로 공연을 좀 더 자주 보고, 많이 보는 관람자의 경우 그렇지 않은 관람자에 비해 공연에 대한 경험의 공유, 좋은 공연 확산의 목적으로 타인에게 공연 관람을 추천하는 비율이 상대적으로 높았음. 다만 관객층이 넓지 않은 국악 공연의 경우, 공연 관람을 추천하더라도 공연 관람 동반자로 연결되는 경험을 하지 못하는 경우가 많아 다른 장르의 공연 관람자보다 타인에게 추천하는 비율은 상대적으로 낮게 나타남

(7) 마니아 관객에 대한 인식

- 마니아 관객은 어떤 기준이 적용되어야 적절한지를 파악하기 위해 응답자들이 생각하는 마니아 관객의 기준을 응답하도록 하였음. 한 공연을 반복해서 관람하는 관람자가 마니아라고 생각하는 비율이 67.6%로 가장 많았고, 공연에 대한 정보를 수집하는 관람자가 마니아라고 생각하는 경우는 54.5%, 공연 관련 리뷰를 작성하는 관람자를 마니아라고 생각하는 경우는 50.6%로 조사되었음
- 반면, 팬카페나 팬덤 활동을 하는 경우(33.5%), 공연단체나 공연장 홈페이지에 회원으로 가입하여 활동하는 경우(32.1%), 공연 관련 부가 상품을 구매하는 경우(26.6%), 정기/비정기 후원 활동을 하는 경우(24.1%), 공연 관련 비정규 교육과정을 이수한 경우(15.6%), 작품에 출연하거나 스태프/서포터즈로 활동하는 경우(12.8%)를 공연 마니아로 인식하는 비율은 상대적으로 적었음

[그림 4-27] 마니아 관객에 대한 인식(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,187명, 단위:%)



- 마니아 관객에 대한 기준과 관련하여 성별, 연령, 월평균 관람 횟수, 월평균 관람 비용, 관람 장르 개수별로 차이가 있는지를 확인하였음
 - 한 개의 공연 작품을 반복해서 관람하는 것을 마니아 관객의 기준으로 보는 것에 대해서 모든 응답자가 가장 강하게 동의하고 있었으며, 성별로는 남성보다 여성에서 동의하고 있는 비율이 높았음. 연령대가 낮을수록, 월평균 관람 비용이 많을수록, 월평균 5회 이상 관람자, 3개 이상 장르의 공연을 관람하는 관람자가 그 외 관람자보다 해당 기준에 대해 동의하고 있는 비율이 높았음. 즉 공연 마니아의 기본 조건으로 한 공연에 대한 반복 관람에 대해서는 각 집단 내에서 유사하게 평가하는 것으로 분석됨
 - 공연 관련 리뷰 작성과 관련해서는 관람자의 성별 간 차이는 유의미하지 않았지만, 연령이 낮을수록, 월평균 관람 비용이 많을수록, 관람 횟수가 많을수록, 다 장르 관람자가 그 외 관람자보다 리뷰 작성을 마니아의 조건으로 동의하는 비율이 높았음
 - 공연 관련 부가 상품 구매와 관련하여 20~40대, 다 장르 관람자가 그 외 관람자보다 마니아의 조건으로 동의하는 비율이 높았지만, 월평균 관람 비용과 관람 횟수별 응답자들은 부가 상품 구매가 마니아의 조건으로 응답하는 비율이 집단 내에서도 유사하지 않았음. 즉 응답자의 특성보다는 장르적 특성이 더 영향이 있을 것으로 예상됨
 - 공연 관람 전 사전 정보 수집에 대해서 남성보다 여성이, 연령이 많을수록, 관람 횟수가 많을수록, 다 장르 관람자일수록 마니아 조건으로 동의하는 비율이 높았음
 - 동호회 등의 모임 활동이나 공연 관련 비정규 교육과정을 이수한 것을 마니아 조건으로 보는 것에 대해서 다 장르 관람자가 1~2개 장르의 관람자에 비해 동의하는 비율이 높은 것으로 나타남. 그 외 성별, 연령별, 월평균 관람 비용, 관람 횟수별 응답자들은 해당 집단 내에서도 유사하게 평가하지 않은 것으로 나타남. 즉 이 부분 역시 공연의 장르적 특성이 더 반영될 것으로 예상됨
 - 팬카페나 팬덤 활동을 하는 것이 마니아의 기준이 된다고 보는 경우는 남성보다 여성이, 연령대가 낮을수록, 다 장르를 관람하는 관람자가 그 외 관람자보다 동의하는 비율이 높았음
 - 공연단체/공연 홈페이지에 유료로 가입하여 활동하는 것을 마니아의 조건으로 응답한 경우는 남성보다 여성, 50대, 월평균 관람 횟수가 많을수록, 더 다양한 장르의 공연을 관람할수록 동의하는 비율이 높았음
 - 마지막으로 공연단체/공연장에 대한 후원 활동을 마니아의 조건으로 응답한 경우는 남성보다 여성, 다 장르 관람자가 그 외 관람자보다 동의하는 비율이 높았으며, 월평균 관람 비용을 많이 지출하거나 관람 횟수가 많은 경우가 그렇지 않은 경우보다 해당 내용을 마니아의 조건으로 보는 비율이 더 높다고 응답하지는 않았음

[표 4-6] 응답자 특성별 마니아 관객에 대한 인식(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	한 개의 공연 작품을 반복해서 관람	공연에 대한 소개/출거리/요약/비평/간략한 후기 작성	공연 관련 부가 상품을 구매	평소 공연에 대한 정보를 수집	공연 분야 동호회 등의 활동 /비정규 교육과정 이수	직접 작품에 출연하거나 제작 스태프/서포터즈로 활동	출연진의 팬카페/팬덤 활동	공연 단체/공연장 홈페이지에 유료로 가입하여 활동	공연 단체/공연장/출연진 대상 정기/비정기적 후원 활동
전체		2,187	67.3	50.3	26.5	54.5	15.4	12.9	33.3	32.0	24.0
성별	남성	496	51.6	51.6	26.5	51.0	17.7	12.0	26.9	25.1	21.9
	여성	1,691	72.0	49.9	26.5	55.5	14.8	13.1	35.2	34.0	24.6
차이 검정결과			0.000**	0.077	0.122	0.000**	0.738	0.092	0.000**	0.000**	0.011*
연령	10대	41	70.7	53.7	26.8	53.7	14.6	22.0	46.3	34.1	31.7
	20대	394	78.4	54.6	29.8	54.1	13.0	18.5	35.1	33.8	25.6
	30대	771	71.2	51.9	29.1	52.2	14.2	12.8	31.9	28.5	20.8
	40대	629	65.2	49.0	25.7	55.4	16.0	10.8	33.7	31.1	24.6
	50대	241	55.3	45.1	16.7	59.3	20.3	12.6	34.6	42.3	27.2
	60세 이상	111	38.4	41.1	22.3	56.3	18.8	1.8	26.8	31.3	26.8
차이 검정결과(카이제곱)			0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.222	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
월평균 관람비용	5만원 미만	278	63.7	42.1	24.8	54.0	12.6	15.8	34.2	30.2	23.4
	5-10만원 미만	225	61.8	47.6	23.1	50.2	17.3	14.7	31.1	37.8	24.0
	10-20만원 미만	588	67.2	53.4	26.5	52.7	14.6	10.4	32.7	31.3	24.5
	20-30만원 미만	408	65.9	48.0	26.7	56.1	16.4	13.2	34.3	30.9	25.0
	30-50만원 미만	375	67.7	54.7	30.1	58.1	16.8	13.1	34.9	30.9	23.2
	50만원 이상	334	75.7	51.5	25.7	54.8	15.3	12.9	32.0	33.2	23.1
차이 검정결과(카이제곱)			0.001**	0.018*	0.246	0.174	0.365	0.480	0.909	0.932	0.814
관람횟수	1회 미만	1007	67.5	46.3	27.2	53.2	15.1	13.4	35.6	30.9	24.1
	1-5회 미만	931	64.8	53.3	27.2	55.6	16.1	11.8	32.1	32.8	23.4
	5회 이상	270	75.6	55.2	21.5	55.2	14.4	14.4	28.9	33.3	25.2
차이 검정결과(카이제곱)			0.000**	0.000**	0.695	0.006**	0.405	0.566	0.307	0.030*	0.267
관람장르	1-2개 장르	1654	66.3	49.4	25.1	52.3	14.1	12.2	32.5	29.1	21.8
	3개 이상 장르	554	70.6	53.1	30.7	61.0	19.3	14.8	35.7	40.4	30.3
차이 검정결과(카이제곱)			0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**

* p<0.05, ** p<0.01

○ 마니아 대상 FGI 결과에서 공연 마니아의 조건으로 보는지를 확인한 결과, 공연을 자주 보거나 한 공연을 반복 관람하는 것을 마니아의 조건을 보는 의견이 대부분임

“한 달에 3~4회 정도는 공연을 봐야 마니아라고 생각합니다. 따라서 입장권 구매 가격이 좀 더 저렴해지면 더 많은 마니아가 생겨날 수 있을 것 같습니다(55세 남자 자영업, 자신을 마니아라고 인식하지 않음)”

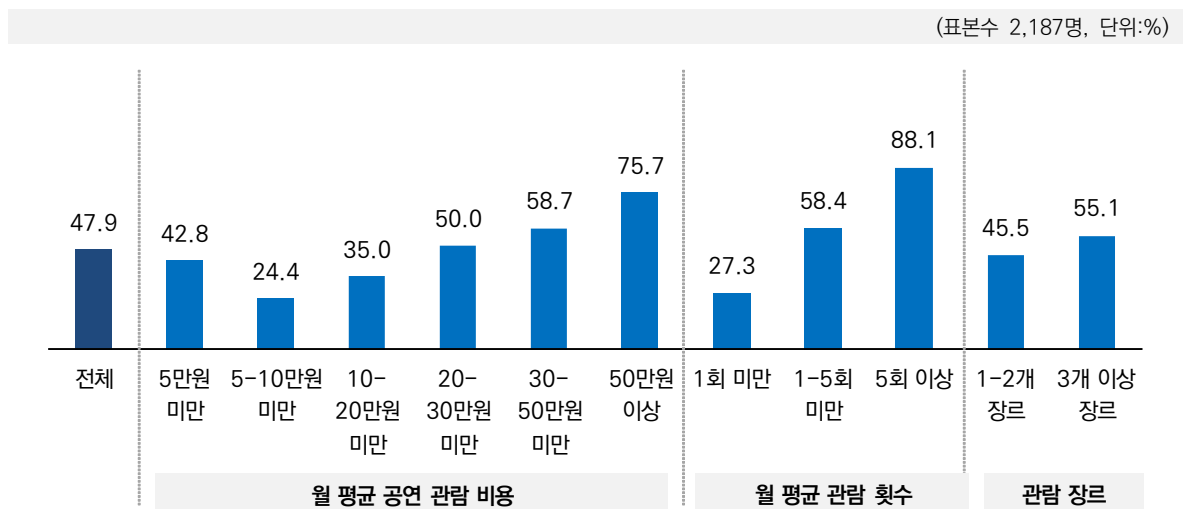
“마니아 관객이냐 아니냐를 판단할 때 깊이가 중요하다고 생각하지만, 횟수로 말한다면 20대 이상 성인은 월 3~4회 정도는 관람해야 마니아 관객이라고 할 수 있을 듯합니다. 저는 3개월간 진행되는 공연에서 40회차를 예매하여 관람한 경험이 있습니다(43세 여자 직장인, 자신을 마니아라고 인식함)”

“2023년 총 510회의 공연 관람했어요(연극은 하루 각각 다른 3회차를 관람한 적도 있음). 마니아 관객을 판단하는 데 있어서 공연을 관람한 횟수는 중요하지 않다고 생각하고 공연을 본 뒤 매료되었다면 그 또한 마니아라고 생각합니다(38세 여자 직장인, 자신을 마니아라고 인식함)”

○ 설문조사에서 자신을 마니아 관객으로 인식하는지를 질문한 결과, 연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 47.9%만 자신을 마니아 관객으로 인식하고 있었음

- 월평균 공연 관람 비용이 많을수록, 공연을 더 자주 볼수록, 여러 장르의 공연을 볼수록 자신을 마니아 관객으로 인식하는 비율이 높았음

[그림 4-28] 스스로 마니아 관객이라고 인식하는 비율-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 마니아 관객을 판별하기 위한 정성적 항목별로 자신을 마니아로 인식하고 있는 비율을 비교하였음
 - 자신을 마니아라고 인식하는 응답자들의 응답 특징을 보면 1회 공연만 구매하는 경우보다 여러 회차 구매하는 응답자가 자신을 마니아 관객이라고 보는 비율이 2배 가까이 높았고, 그 차이는 통계적으로도 유의미한 수준
 - 그러나 공연 관람 전 공연 정보를 사전에 확인하여 관람하는 행태는 자신을 마니아라고 인식하는 응답자와 마니아가 아니라고 인식하는 응답자 간 차이가 없었음
 - 공연 관람 전·후 리뷰나 관람 인증 글을 게시하는 응답자 리뷰를 작성하지 않는 경우보다, 부가 상품을 구매하는 응답자가 구매하지 않는 응답자보다, 모임 활동을 하는 응답자가 모임 활동을 하지 않는 응답자보다 자신을 마니아라고 인식하는 비율이 더 높았음
 - 공연을 타인에게 추천하는 것은 자신을 마니아라고 생각하는 경우와 그렇지 않은 경우 큰 차이가 없었음

[표 4-7] 마니아 관객 판별을 위한 항목과 스스로 마니아라고 인식하는 관람자의 비율 차이 비교

(단위:%)

		표본수	마니아라고 생각함	마니아가 아니라고 생각함	차이 검정결과
전체		2,208	47.9	52.1	
공연 입장권 구매 행태	여러 회차 구매(날짜별, 출연진별, 반복 구매)	1,052	64.7	35.3	0.000**
	1회 공연만 구매	1,156	32.5	67.5	
공연 정보 수집	대부분+매번 정보 확인 후 관람	1,995	47.7	52.3	0.662
	가끔 확인 후 관람+사전정보 없이 관람	213	49.3	50.7	
리뷰/인증 글 게시	관람 전·후 리뷰, 관람 인증 글 게시	1,811	51.3	48.7	0.000**
	리뷰를 작성하지 않음	397	32.2	67.8	
부가 상품 구매	부가 상품 구매	1,912	51.0	49.0	0.000**
	부가 상품을 구매하지 않음	296	27.4	72.6	
동호회 등 모임 활동	모임 활동을 하고 있음	728	66.5	33.5	0.000**
	모임 활동을 하지 않음	1,480	38.7	61.3	
타인 추천 여부	다른 사람에게 추천	2,077	47.4	52.6	0.094
	다른 사람에게 추천하지 않음	131	55.0	45.0	

* p<0.05, ** p<0.01

(8) 마니아 관객이 된 계기

- 자신을 마니아 관객이라고 인식하는 경우 주로 관람한 작품의 출연진(배우/연주자) 등이 좋거나(43.6%), 관람한 작품 자체가 좋아서(35.7%) 마니아가 되었다고 응답하였음. 즉 전체 응답자의 79.3%가 작품 자체 또는 출연진 때문에 마니아 관객이 되었다고 평가함

[그림 4-29] 마니아 관객이 된 계기-자신을 마니아 관객이라고 인식한 응답자

(표본수 1,054명, 단위:%)



- FGI 결과에서도 동일한 내용이 확인되고 있음. 기존에 관람한 공연에 대한 긍정적인 경험→관련 공연을 반복 또는 연쇄적으로 보게 되는 계기가 되었고→좋아하는 출연진/작품이 생겨나 해당 출연진 또는 작품을 또 관람하고→타 장르로의 확대의 형태로 발전되는 것을 확인할 수 있었음

“경제적인 부담을 먼저 고려하기에 스스로 마니아라고 생각하지는 않습니다. 친구/동료의 권유로 공연을 보기 시작했고, 보다 보니 특정 장르를 선호하게 되었고, 세월이 흐르고 나이가 많아져서 좋아하는 장르가 바뀌게 되었습니다(55세 남자 자영업)”

“과거 커뮤니티를 통해 알게 된 10여 명과 오프라인 모임을 하게 되었고, 함께 공연을 보러 다니는 사이로 발전하면서 공연에 대한 관심도가 높아져 마니아가 되었다고 생각합니다. 어릴 때는 소위 말하는 ‘덕질’ 을 해 본 경험이 없었는데, 최근 3년 사이 좋아

하는 가수가 생겼고 더더욱 마니아적인 활동을 하게 되었습니다(47세 주부)”

“장구 공연을 본 뒤로 깊이 감동하여 그 후로 관심을 두고 국악 공연을 자주 관람하게 되었어요. 국악의 경우는 연주 행위에 감동하여 마니아가 되었습니다. 다른 장르의 경우에는 작품성이 좋으면 관람하는 편이에요(59세 남자 직장인)”

“공연 자체에 대한 관심도가 높았고, 국악 쪽에 관심이 특히 많아진 이유는 창극의 작품 내용이 질적으로 굉장히 좋아졌기 때문이라고 생각해요. 한국 사람으로서 한국만의 것을 많이 접하고자 하는 생각도 있습니다. 창극에 관심을 두게 되면서 좋아하는 소리꾼이 생겼고 해당 소리꾼이 출연하는 창극은 입장권을 예매해서 공연을 관람하고 있어요(52세 여자 직장인)”

“처음 뮤지컬을 관람할 때는 유명한 대극장 작품을 위주로 관람하다가 좋은 평가를 받는 소극장 공연도 관람하게 되었어요. 좋아하는 배우가 생기게 되면서 본격적으로 해당 배우의 작품을 위주로 관람하였고 최근에는 대학로의 중소극장에서 다양한 작품을 접하기도 해요(33세 여자 직장인)”

“스스로 마니아라고 생각하지 않지만, 오늘 여러 얘기를 하다 보니 마니아의 특성을 상당 부분 가지고 있다고 생각됩니다. 특정 연주자로 인해 공연을 보기 시작했고 지금은 여러 공연을 즐기는 편이에요(46세 여자 직장인)”

- 기존에 관람한 공연에 대한 긍정적 평가 외에도 공연예술과 관련된 교육 경험, 모임 활동 역시 이들이 마니아 관객으로 진입하는 동기로 작동하고 있었음

“연극 동아리에 있었는데 그 기회로 연극에 관해 관심을 두게 되었고 그것이 계기가 되어 다양한 장르의 공연에 관한 관심으로 이어졌어요. 국문을 전공하고 판소리에 관해 관심을 두게 되며 직접 배우게 되었고 해금에도 관심이 생겨 해금 교육도 받게 되었습니다. 국악기를 배우며 국악 공연에 관한 관심이 높아졌어요(26세 남자 대학생)”

“동호회의 권유로 한국무용 공연을 함께 보게 되었는데 고유의 춤 선이 아름답게 느껴져 매료되게 되었어요(43세 여자 직장인)”

“과거에 음악을 전공했었고 여러 클래식 음악 공연을 관람하다 보니 마니아의 특성을 가졌다고 생각합니다. 음악을 전공했던 경험이 큰 편이라고 생각합니다(64세 남자 사업가)”

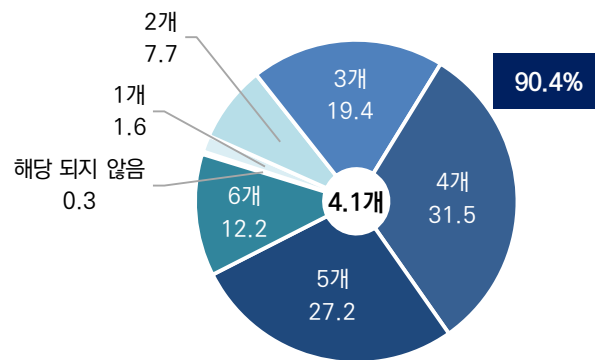
다. 마니아 관객 최종 선정 결과 및 특징

(1) 마니아 관객 선정 결과

- 응답자 중 마니아 관객을 선정하기 위해 최근 1년 이내 유료 공연 관람 여부→최근 1년 이내 유료 공연 관람 횟수→마니아 판별을 위한 성향 문항(입장권 구매 행태, 공연 정보 수집, 리뷰/인증 글 게시, 부가 상품 구매, 동호회 등 모임 활동 여부, 타인 추천 여부) 활용하여 마니아 관객을 판별하였음
- 연 4회 이상 유료 공연 관람자들은 마니아 판별을 위한 성향 문항 6개 중 평균 4.1개 항목에서 마니아 판별 조건에 해당했으며, 응답자의 90.4%가 3개 이상 항목에서 마니아 관객 판별 항목에 해당했음

[그림 4-30] 마니아 관객 선정 결과-연 4회 이상 유료 공연 관람자

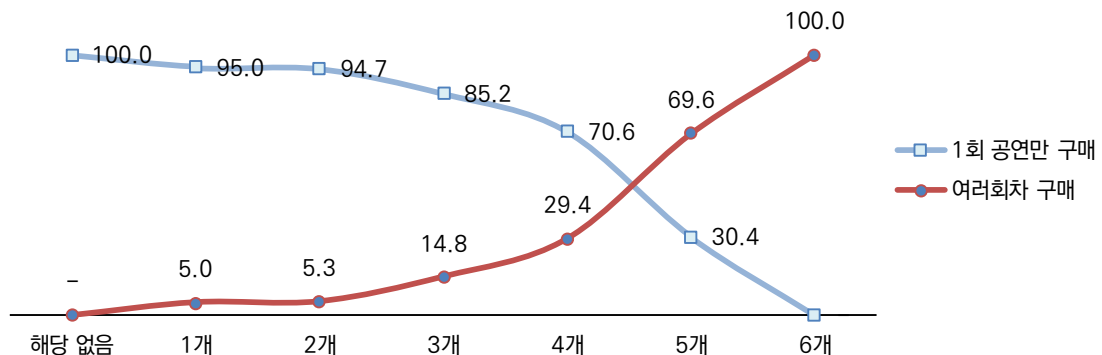
(표본수 2,430명, 단위:%)



- 마니아 판별을 위한 성향 문항 개수별로 1회차 구매인 경우와 여러 회차 구매인 경우를 교차 한 결과, 마니아 성향 문항 중 3개 이상인 경우부터 여러 회차 구매자의 비중이 급격히 증가

[그림 4-31] 마니아 판별 문항 개수별 공연 입장권 1회차만 구매 vs 여러 회차 구매
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

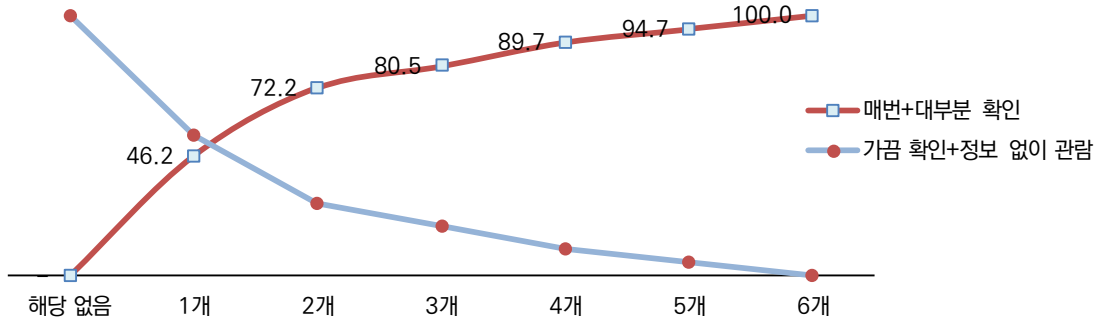
(표본수 2,430명, 단위:%)



- 공연 관람 전 공연에 관한 정보를 확인하는 것에 대해 매번+대부분 확인하는 경우는 마니아 판별을 위한 성향 문항 개수 중 1개 이상 해당하는 경우부터 급격히 증가

[그림 4-32] 마니아 판별 문항 개수별 공연 정보 사전 확인 vs 확인 없이 관람
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

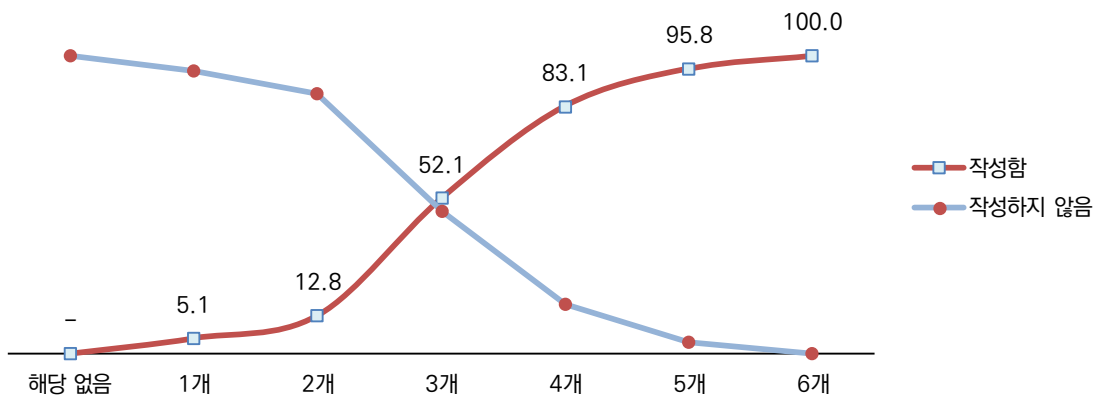
(표본수 2,430명, 단위:%)



- 공연 관람 전후 공연 관련 리뷰나 관람을 인증하는 글을 게시하는 것에 대해 마니아 판별을 위한 성향 문항 개수 중 2개 이상 해당하는 경우부터 급격히 증가

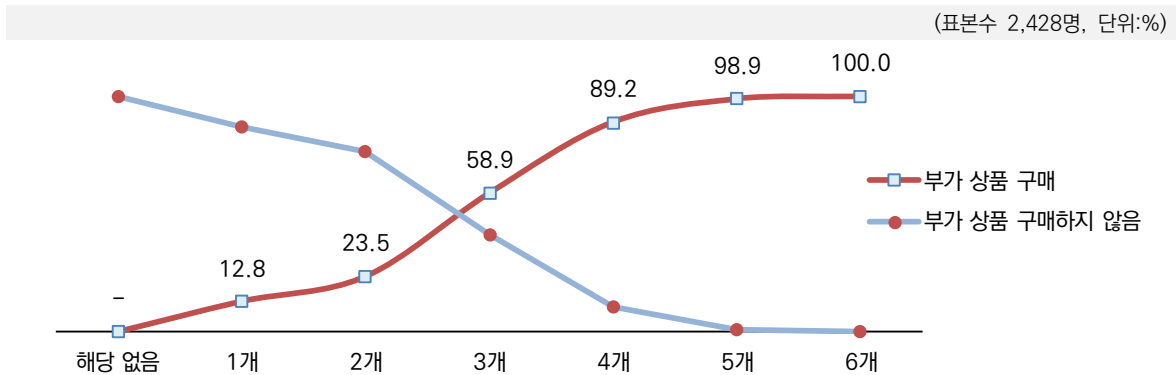
[그림 4-33] 마니아 판별 문항 개수별 공연 관람 리뷰 작성 vs 리뷰를 작성하지 않음
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)



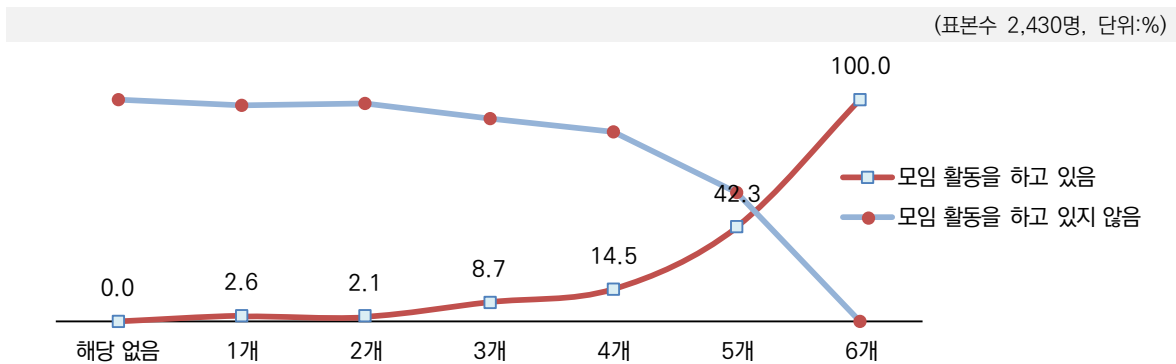
- 평소 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등)을 구매하는지에 대해 비교한 결과, 마니아 판별을 위한 성향 문항 개수 중 2개 이상 해당하는 경우부터 급격히 증가

[그림 4-34] 마니아 판별 문항 개수별 부가 상품 구매 vs 부가 상품 구매하지 않음
-연 4회 이상 유료 공연 관람자



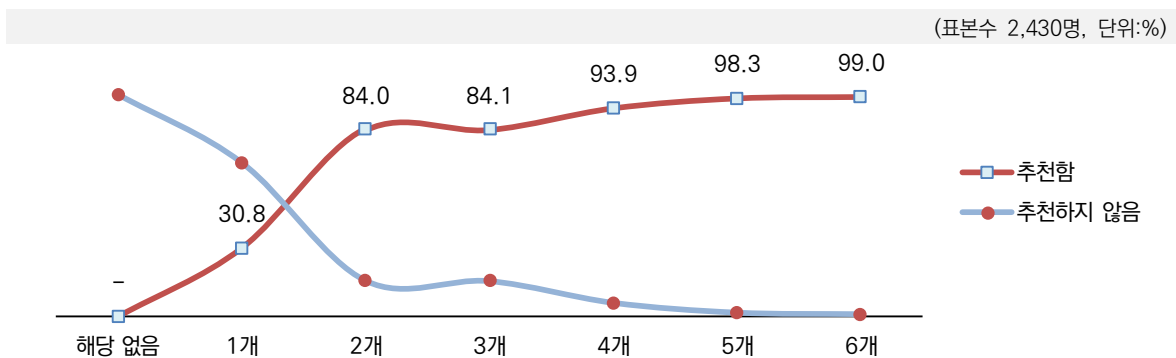
- 공연과 관련한 동호회나 커뮤니티, 모임, 동아리 등의 활동을 하고 있는지를 확인한 결과 마니아 판별을 위한 성향 문항 중 4개 이상인 경우부터 해당하는 경우가 급격히 증가

[그림 4-35] 마니아 판별 문항 개수별 동호회 등 모임 활동하고 있음 vs 모임 활동하지 않음
-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 공연을 타인에게 추천하는지를 확인한 결과 마니아 판별을 위한 성향 문항 중 1개 이상인 경우부터 해당하는 경우가 급격히 증가

[그림 4-36] 마니아 판별 문항 개수별 타인에 공연 추천 vs 추천하지 않음
-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 마니아의 특징 6개 항목을 표준화한 후 이를 활용하여 K-means 군집분석을 실시하였음
- 군집분석 결과, 1번 군집은 모든 항목에서 음수 즉, 해당하지 않는 군집으로 비 마니아 관객으로 정의할 수 있고, 2번 군집은 모든 항목에서 양수, 즉 모든 항목에 해당하는 군집으로 마니아 관객으로 정의할 수 있음
- 판별 항목의 값에 대한 차이 검정 결과 모든 항목에 집단 간 차이는 통계적으로도 유의미한 것으로 나타남. 즉, 비 마니아 관객과 마니아 관객들은 모든 항목에서 차이가 있는 것으로 확인됨

[표 4-8] 마니아 판별 항목을 활용한 군집분석 결과 최종 군집 중심

	1(비 마니아)	2(마니아)
공연 입장권 구매 행태(1회만 구매=0, 여러 회차 구매=1)	-0.23877	0.09915
공연에 대한 정보 습득(가끔+습득 안 함=0, 대부분 습득=1)	-0.11640	0.04834
리뷰나 게시물 작성(게시 안 함=0, 게시함=1)	-1.36488	0.56678
부가 상품 구매 여부(구매 안 함=0, 구매함=1)	-0.32115	0.13336
공연 관련 동호회나 모임 활동 여부(활동 안 함=0, 활동함=1)	-0.19658	0.08163
타인에 공연 관람 추천 여부(추천하지 않음=0, 추천함=1)	-0.70520	0.29284

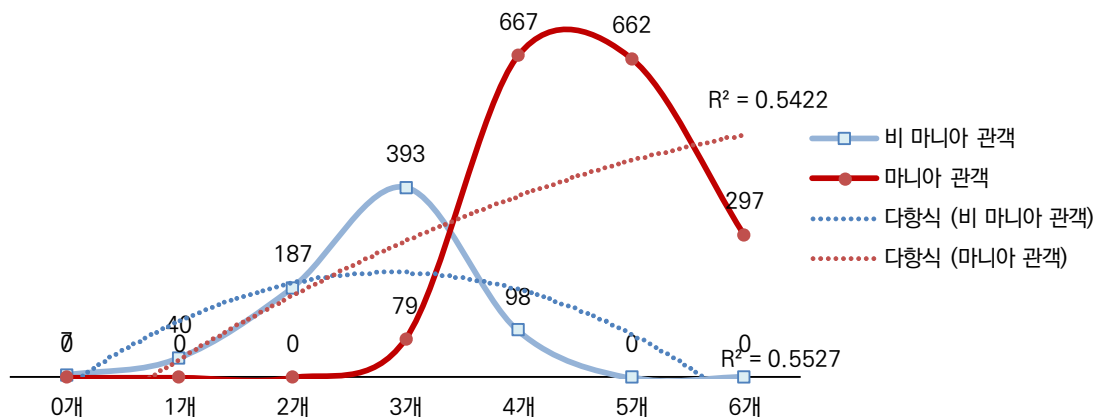
[표 4-9] 마니아 판별 항목의 ANOVA

	군집		오차		F	유의확률
	평균제곱	자유도	평균제곱	자유도		
공연 입장권 구매 행태	57.529	1	0.977	2,428	58.900	0.000
공연에 대한 정보 습득	13.671	1	0.995	2,428	13.743	0.000
리뷰나 게시물 작성	1,879.810	1	0.226	2,428	8,310.753	0.000
부가 상품 구매 여부	104.076	1	0.958	2,428	108.691	0.000
공연 관련 동호회나 모임 활동 여부	38.993	1	0.984	2,428	39.613	0.000
타인에 공연 관람 추천 여부	501.822	1	0.794	2,428	632.232	0.000

- 비 마니아 관객과 마니아 관객들의 마니아 특성 항목에 얼마나 해당하는지를 비교하였음
 - 비 마니아 관객의 경우 마니아 특성 항목 6개 중 2~4개에 해당하는 경우가 가장 많았고, 마니아 관객은 특성 항목 6개 중 최소 3개 이상부터 해당하며 4~5개에 해당하는 경우가 가장 많았음

[그림 4-37] 비 마니아 집단 vs 마니아 집단의 마니아 특성 항목 해당 개수 비교
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)



- 마니아 특징 항목 중 어떤 항목이 마니아 관객 판별에 영향을 미쳤는지를 확인하기 위해 상관관계 분석을 시행하였음. 그 결과 모든 변수가 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤고 특히 공연 관람 전·후 리뷰나 게시글을 작성하는 것, 부가 상품을 구매하는 것이 마니아 관객과 비 마니아 관객 군집을 구분하는데 가장 큰 영향을 미친 것을 확인할 수 있음
- 본 조사에 응답한 응답자들은 인터파크와 세종문화회관에 회원으로 가입하여 정보를 습득하고 있는 이용자들로 이미 일반적인 관람자들보다 오프라인으로 진행되는 공연예술 관련 공연을 더 많이 관람하고 있는 것으로 확인된 이용자들임
 - 이들 중에서도 약 절반인 50.2%가 연 4회 이상 유료 공연을 관람하고 있으며, 연 4회 유료 공연 관람자들을 대상으로 마니아 관객과 비 마니아 관객 집단을 구분하는데 마니아 특성 항목 6개 모두 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인됨
 - 특히 본 조사에서 이들을 마니아 관객 집단과 비 마니아 관객 집단으로 구분하는데 가장 큰 영향력을 미친 요인은 ③ 공연 관람 전·후 리뷰나 게시글 작성, ④ 부가 상품 구매 항목으로, 이미 공연을 많이/자주 관람하는 관람자 중에서도 리뷰나 게시글을 작성하는가, 부가 상품을 구매하는가가 집단을 좀 더 세분화하는데 영향을 미친 것으로 확인됨

[표 4-10] 마니아 관객 여부와 마니아 특성 항목 간 상관관계 분석 결과

		케이스 군집 번호	공연 입장권 구매 행태	공연에 대한 정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매 여부	공연 관련 동호회나 모임 활동 여부	타인에 공연 관람 추천 여부
케이스 군집 번호	Pearson 상관	1	.473**	0.023	.603**	.620**	.147**	.298**
	유의확률 (양측)		0.000	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
공연 입장권 구매 행태	Pearson 상관	.473**	1	-.077**	.163**	.220**	.134**	0.036
	유의확률 (양측)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.073
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
공연에 대한 정보 습득	Pearson 상관	0.023	-.077**	1	.066**	0.025	.057**	.059**
	유의확률 (양측)	0.250	0.000		0.001	0.226	0.005	0.004
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
리뷰나 게시글 작성	Pearson 상관	.603**	.163**	.066**	1	.219**	.133**	.080**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.001		0.000	0.000	0.000
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
부가상품 구입 여부	Pearson 상관	.620**	.220**	0.025	.219**	1	.131**	.070**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.226	0.000		0.000	0.001
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
공연 관련 동호회나 모임 활동 여부	Pearson 상관	.147**	.134**	.057**	.133**	.131**	1	.049*
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.005	0.000	0.000		0.016
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430
타인에 공연 관람 추천 여부	Pearson 상관	.298**	0.036	.059**	.080**	.070**	.049*	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.073	0.004	0.000	0.001	0.016	
	표본수	2430	2430	2430	2430	2430	2430	2430

* p<0.05, ** p<0.01

- 마니아 특성 항목들이 서로 얼마나 영향을 주고받는가를 확인하기 위해 교차분석을 시행하였음
 - 여러 회차의 입장권을 구매하는 관람자는 1회권만 구매하는 관람자에 비해 리뷰나 게시글을 작성하거나, 부가 상품을 구매, 동호회 활동, 타인에 공연 추천을 더 많이 하는 특징을 보이고 있음
 - 공연 정보를 대부분 또는 매번 사전에 확인하는 관람자는 가끔 확인하거나 관련 정보를 확인하지 않고 관람하는 관람자에 비해 리뷰 글을 게시하거나 부가 상품을 구매하고 공연 관련 모임 활동을 하고, 타인에 공연 관람을 추천하는 비율이 높았음. 그러나 대부분 공연 정보를 사전에 확인하고 공연을 관람하더라도 공연 입장권을 여러 회차 구매하는 것과 큰 관련성은 없는 것으로 보임
 - 공연 관람 전·후 리뷰나 인증 글을 게시하는 관람자, 부가 상품 구매자, 공연 관련 모임 활동자, 타인에 공연 관람을 추천하는 자는 그렇지 않은 관람자에 비해 여러 회차 입장권을 구매하고, 공연에 대한 정보를 대부분 습득하고 있으며, 부가 상품을 구매하고, 공연 관련 동호회나 모임 활동, 타인에 공연 관람을 추천하는 경우가 더 많았음
- 결과적으로, 마니아 관객의 특성과 관련한 항목에서 1개 이상이라도 해당하는 관람자는 그렇지 않은 관람자에 비해 마니아 관객과 관련한 특성과 관련한 다른 항목들도 이행하는 비율이 높았고, 특히 리뷰나 게시글을 작성하는 것, 타인에 공연 관람을 추천하는 행위가 이들 집단을 더 명확하게 구분하는 변수로 작용하고 있음

[표 4-11] 마니아 특성 항목 간 교차 결과 구성비 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

	표본 수	공연 입장권 구매 행태		공연에 대한 정보 습득		리뷰나 게시물 작성		부가 상품 구매 여부		공연 관련 동호회나 모임 활동 여부		타인에 공연 관람 추천 여부		
		1회 권 구매	여러 회차 구매	가끔 +미 습득	대부분+매번 습득	작성 안함	작성 함	구매 안함	구매 함	활동 안함	활동 함	추천 안함	추천 함	
전체	2,430	56.2	43.8	11.8	88.2	24.3	75.7	19.3	80.7	69.8	30.2	7.9	92.1	
공연 입장권 구매 행태	여러회차 구매	1,065	-	100.0	14.6	85.4	16.3	83.7	9.4	90.6	62.8	37.2	6.9	93.1
	1회권 구매	1,365	100.0	-	9.6	90.4	30.5	69.5	27.0	73.0	75.2	24.8	8.7	91.3
공연에 대한 정보 습득	대부분 +매번 습득	2,143	57.6	42.4	-	100.0	23.3	76.7	18.9	81.1	68.8	31.2	7.3	92.7
	가끔+미습득	287	45.6	54.4	100.0	-	32.1	67.9	22.0	78.0	77.0	23.0	12.2	87.8
리뷰나 게시물 작성	작성함	1,839	51.5	48.5	10.6	89.4	-	100.0	14.4	85.6	66.3	33.7	6.6	93.4
	작성 안함	591	70.6	29.4	15.6	84.4	100.0	-	34.5	65.5	80.5	19.5	11.8	88.2
부가상품 구입 여부	구매함	1,961	50.8	49.2	11.4	88.6	19.7	80.3	-	100.0	66.9	33.1	6.9	93.1
	구매 안함	469	78.7	21.3	13.4	86.6	43.5	56.5	100.0	-	82.1	17.9	11.9	88.1
공연 관련 동호회나 모임 활동 여부	활동함	734	46.0	54.0	9.0	91.0	15.7	84.3	11.4	88.6	-	100.0	5.9	94.1
	활동 안함	1,696	60.6	39.4	13.0	87.0	28.1	71.9	22.7	77.3	100.0	-	8.8	91.2
타인에 공연 관람 추천 여부	추천함	2,238	55.7	44.3	11.3	88.7	23.3	76.7	18.5	81.5	69.1	30.9	-	100.0
	추천 안함	192	62.0	38.0	18.2	81.8	36.5	63.5	29.2	70.8	77.6	22.4	100.0	-

[표 4-12] 마니아 특성 항목 간 교차 결과 사례 수 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

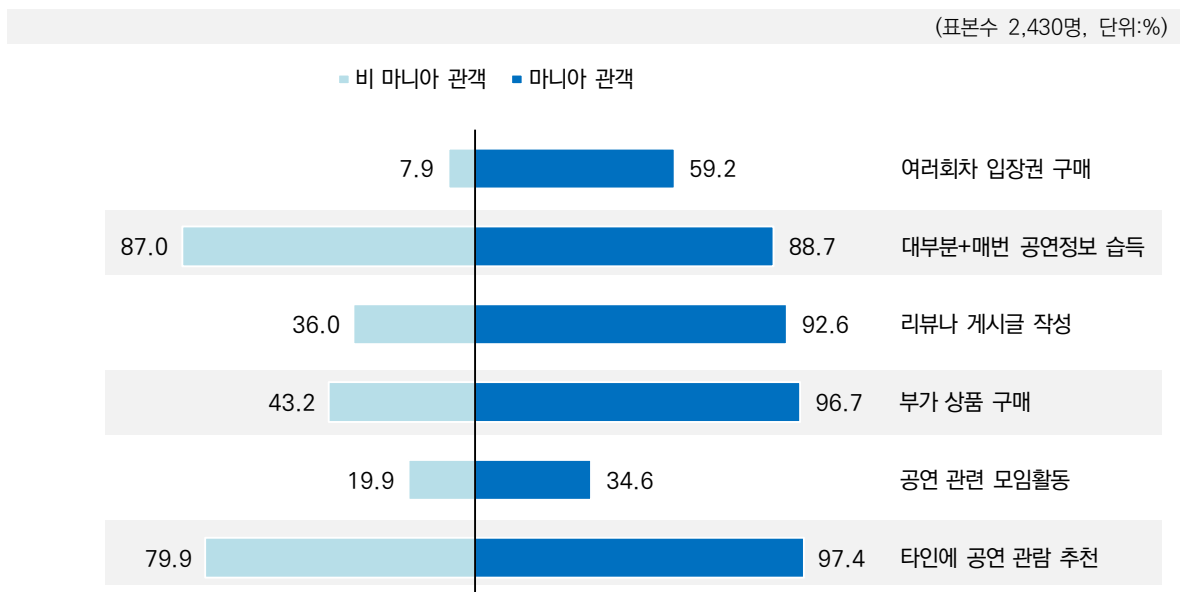
(단위:명)

	표본 수	공연 입장권 구매 형태		공연에 대한 정보 습득		리뷰나 게시글 작성		부가상품 구매 여부		공연 관련 동호회나 모임 활동 여부		타인에 공연 관람 추천 여부		
		1회 권 구매	여러 회차 구매	가끔 +미 습득	대부분+ 매번 습득	작성 안함	작성 함	구매 안함	구매 함	활동 안함	활동 함	추천 안함	추천 함	
전체	2,430	1,365	1,065	287	2,143	591	1,839	469	1,961	1,696	734	192	2,238	
공연 입장권 구매 형태	여러회차 구매	1,065	-	1,065	156	909	174	891	100	965	669	396	73	992
	1회권 구매	1,365	1,365	-	131	1,234	417	948	369	996	1,027	338	119	1,246
공연에 대한 정보 습득	대부분 +매번 습득	2,143	1,234	909	-	2,143	499	1,644	406	1,737	1,475	668	157	1,986
	가끔+미습득	287	131	156	287	-	92	195	63	224	221	66	35	252
리뷰나 게시글 작성	작성함	1,839	948	891	195	1,644	-	1,839	265	1,574	1,220	619	122	1,717
	작성 안함	591	417	174	92	499	591	-	204	387	476	115	70	521
부가상품 구입 여부	구매함	1,961	996	965	224	1,737	387	1,574	-	1,961	1,311	650	136	1,825
	구매 안함	469	369	100	63	406	204	265	469	-	385	84	56	413
공연 관련 동호회나 모임 활동 여부	활동함	734	338	396	66	668	115	619	84	650	-	734	43	691
	활동 안함	1,696	1,027	669	221	1,475	476	1,220	385	1,311	1,696	-	149	1,547
타인에 공연 관람 추천 여부	추천함	2,238	1,246	992	252	1,986	521	1,717	413	1,825	1,547	691	-	2,238
	추천 안함	192	119	73	35	157	70	122	56	136	149	43	192	-

(2) 응답자 특성과 마니아 관객 특성 항목 비교

- 마니아 관객 여부별 마니아 특성 판별을 위한 6개 항목의 응답 분포를 비교하였음. 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 응답률 차이가 가장 컸던 항목은 리뷰나 게시글 작성(56.6%p), 부가 상품 구매(53.5%p), 여러 회차 입장권 구매(51.3%p) 항목임
 - 공연 관련 정보를 사전에 확인하는 것은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 가장 적었음. 즉 연 4회 이상 유료 공연 관람자의 경우 공연 관련 정보를 대부분 사전에 확인하여 공연을 관람하고 있다고 해석할 수 있으며, 공연 관람 전에 관련 정보를 확인하는 것이 마니아 관객과 비 마니아 관객을 구분하는 명확한 기준이 되기는 어려운 것으로도 해석할 수 있음
 - 공연 관련 모임 활동을 하거나 타인에 공연을 추천하는 부분도 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 10%p 이상 나타나는 부분임

[그림 4-38] 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 마니아 관객 특성 항목이 성별과 차이가 있는지를 검증하였음. 여러 회차 입장권을 구매하는 행위는 마니아 관객이든 비 마니아 관객이든 여성이 남성보다 더 많이 해당하는 것이 통계적으로도 확인되었으며, 반대로 공연 관련 모임 활동은 여성보다 남성이 더 많이 하는 것으로도 확인되었음
 - 리뷰나 게시글을 작성하는 부분은 마니아 관객에게만 여성보다 남성이 더 많이 작성하는 것으로 나타남
 - 그 외 마니아 관객 특성 항목에 대해서는 남성과 여성의 차이는 통계적으로 유의하지 않았음. 즉 성별 차이는 없는 것으로 보임

[표 4-13] 성별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	여러회차 입장권 구매	대부분+매번 공연정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매	공연 관련 모임활동	타인에 공연 관람 추천
비 마니아 관객	남성	208	3.4	86.5	35.1	41.3	25.0	81.7
	여성	510	9.8	88.4	36.9	44.5	18.0	80.2
	유의확률			0.004**	0.500	0.658	0.442	0.035*
마니아 관객	남성	362	47.0	86.7	96.7	96.4	39.8	97.8
	여성	1,343	62.5	89.2	91.4	96.7	33.2	97.2
	유의확률			0.000**	0.190	0.001**	0.768	0.020*

* p<0.05, ** p<0.01

○ 마니아 관객 특성 항목이 연령별로 차이가 있는지를 검증하였음

- 리뷰나 게시글 작성, 공연 관련 모임 활동은 마니아 관객이나 비 마니아 관객 모두 연령별 차이가 통계적으로도 유의미한 것으로 확인되었는데, 리뷰글 게시의 경우 비 마니아 관객은 연령대가 높아질수록 글을 게시하는 비율이 감소하는 반면, 마니아 관객은 연령대가 높아질수록 게시글 작성 비율이 높다는 특징을 보이고 있음
- 공연 관련 모임 활동은 마니아 관객 여부와 상관없이 10대를 제외하면 40대 이상이 그 이전 연령대보다 더 많이 하는 것으로 확인됨
- 타인에게 공연 관람을 추천하는 것은 비 마니아 관객의 경우 연령대가 높을수록 추천하는 비율이 높지만, 마니아 관객은 모든 연령층에서 높은 비율로 타인에게 공연 관람을 추천하고 있음
- 마니아 관객의 경우 여러 회차의 입장권을 한 번에 구매하는 것은 연령대가 낮은 관객에게 더 많이 나타나고 있으며, 공연에 대한 사전정보 습득 부분도 30대 이전보다 40대 이상에서 더 많은 것으로 확인됨

[표 4-14] 연령별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	여러회차 입장권 구매	대부분+매번 공연정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매	공연 관련 모임활동	타인에 공연 관람 추천
비 마니아 관객	10대	11	9.1	90.9	36.4	36.4	45.5	81.8
	20대	103	12.6	86.4	36.9	44.7	14.6	72.8
	30대	236	9.7	86.0	41.9	43.6	17.8	77.1
	40대	182	6.6	89.0	38.5	48.4	17.6	80.2
	50대	109	5.5	89.0	27.5	43.1	27.5	88.1
	60세 이상	77	2.6	90.9	26.0	32.5	26.0	92.2
	유의확률		0.133	0.873	0.050*	0.328	0.020*	0.007**
마니아 관객	10대	32	75.0	93.8	84.4	96.9	46.9	100.0
	20대	326	77.9	84.4	89.9	96.9	32.8	96.3
	30대	612	61.8	85.3	92.2	95.1	31.2	97.5
	40대	503	50.1	91.7	94.6	98.2	30.8	97.2
	50대	166	46.4	97.6	92.8	98.8	53.0	98.2
	60세 이상	66	36.4	93.9	97.0	92.4	51.5	98.5
	유의확률		0.000**	0.000**	0.040*	0.013*	0.000**	0.679

* p<0.05, ** p<0.01

○ 월평균 공연 관람 비용별로도 마니아 특성 항목 간에 차이가 있는지를 검증하였음

- 여러 회차 입장권을 구매하는 것은 월평균 공연 관람 비용이 많을수록 더 많이 구매하는 것이 확인되었으며, 공연 관련 모임 활동 역시 공연 관람 비용이 많을수록 더 많이 활동하는 것으로 나타남. 타인에 공연 관람을 추천하는 것은 비 마니아 관객이나 마니아 관객 모두 10~30만 원 사이 지출하는 경우 추천하는 비율이 가장 높았음
- 비 마니아의 경우 부가 상품은 월평균 공연 관람 비용이 많을수록 더 많이 구매하는 것이 통계적으로도 유의미하였으나, 마니아 관객은 공연 관람 비용 규모와 상관없이 95% 이상이 구매하는 것 분석됨
- 그 외 공연 관련 정보를 습득하거나, 리뷰나 게시글을 작성하는 부분은 공연 관람을 얼마나 지출하는가와 큰 상관이 없는 것으로 나타남

[표 4-15] 월 평균 공연 관람 비용 별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	여러회차 입장권 구매	대부분+ 매번 공연정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매	공연 관련 모임활동	타인에 공연 관람 추천
비 마니아 관객	5만원 미만	83	10.8	90.4	48.2	47.0	28.9	80.7
	5-10만원 미만	80	5.0	96.3	51.3	40.0	22.5	93.8
	10-20만원 미만	147	2.7	98.6	49.7	52.4	19.0	85.7
	20-30만원 미만	92	13.0	96.7	39.1	56.5	29.3	83.7
	30-50만원 미만	59	8.5	94.9	54.2	69.5	42.4	66.1
	50만원 이상	43	23.3	95.3	30.2	58.1	37.2	79.1
	유의확률		0.000**	0.162	0.098	0.015*	0.009**	0.001**
마니아 관객	5만원 미만	195	58.5	87.2	90.8	94.9	33.3	97.9
	5-10만원 미만	145	31.7	93.1	94.5	99.3	36.6	97.2
	10-20만원 미만	440	45.5	90.0	94.8	95.7	28.0	98.4
	20-30만원 미만	316	59.5	90.5	91.1	96.2	32.3	99.1
	30-50만원 미만	316	69.9	87.7	90.8	96.5	40.2	96.5
	50만원 이상	291	82.1	85.2	92.8	98.6	41.2	94.8
	유의확률		0.000**	0.112	0.211	0.073	0.001**	0.016*

* p<0.05, ** p<0.01

○ 월평균 유료 공연 관람 횟수와 마니아 특성 항목 간 차이를 확인하였음

- 여러 회차의 입장권을 구매하는 것, 공연 관련 모임 활동, 타인에 공연 관람을 추천하는 것은 마니아 관객 여부와 상관없이 공연 관람 횟수가 많을수록 더 많은 것으로 확인됨
- 마니아 관객은 공연 관람 횟수가 많을수록 사전에 정보를 습득하는 비율이 낮게 나타나는데, 이는 사전에 정보를 별도로 수집하지 않고 다수의 공연을 관람하거나, 출연진만 다른 공연은 회차마다 공연 정보를 수집하지는 않기 때문으로 보임

[표 4-16] 월 평균 유료 공연 관람 횟수별 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

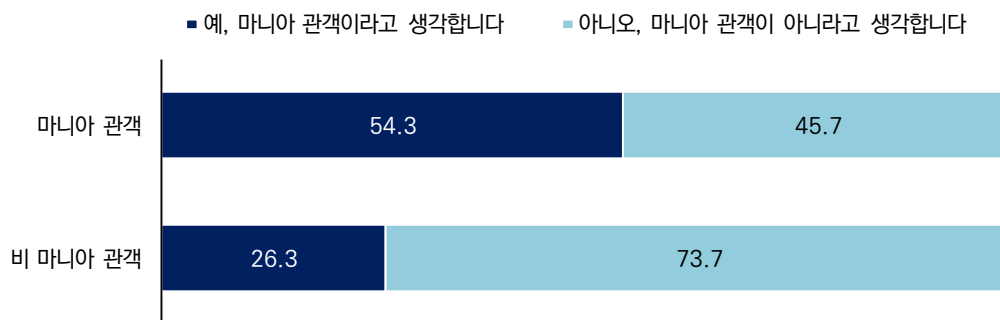
		표본수	여러회차 입장권 구매	대부분+매번 공연정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매	공연 관련 모임활동	타인에 공연 관람 추천
비 마니아 관객	1회 미만	436	6.2	87.4	32.8	44.5	16.3	83.3
	1-5회	251	8.4	88.8	41.4	42.6	23.5	78.9
	5회 이상	31	29.0	87.1	45.2	38.7	45.2	58.1
	유의확률		0.000**	0.689	0.035*	0.821	0.000**	0.004**
마니아 관객	1회 미만	708	44.6	91.2	92.7	97.0	25.8	99.2
	1-5회	752	65.0	88.8	92.6	95.9	40.0	97.2
	5회 이상	245	83.3	80.8	92.2	98.0	43.3	92.7
	유의확률		0.000**	0.000**	0.978	0.222	0.000**	0.000**

* p<0.05, ** p<0.01

- 스스로를 마니아 관객으로 인식하는가 여부와 실제 판별과정을 거쳐 마니아 관객으로 분류된 응답자의 응답 결과를 교차하여 비교하였음. 마니아 관객으로 판별된 응답자 중 스스로를 마니아 관객으로 인식하는 비율은 54.3%였으며, 비 마니아 관객 중에서는 26.3%가 스스로를 마니아 관객으로 인식하고 있었음

[그림 4-39] 마니아 관객의 자기 마니아 관객 인식 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,208명, 단위:%)



- 마니아 관객의 기준에 대해 한 개의 공연 작품을 반복해서 관람하거나 평소 공연에 대한 정보를 수집, 공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹상에 작성하는 것이 마니아 관객의 기준이라는 응답은 스스로를 마니아 관객으로 인식하든 인식하지 않든 공통적으로 높게 나타남
- 그러나 스스로를 마니아 관객으로 인식하는 경우 마니아 관객이 아니라고 인식하는 경우보다

공연에 대한 정보를 수집하거나, 공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹상에 작성하는 것이 마니아 관객의 조건에 해당된다고 응답한 비율이 더 높았음. 실제 군집분석을 통해 마니아 관객으로 판별된 경우가 비 마니아 관객으로 분류된 경우보다 공연정보 수집이나 리뷰글 작성을 더 중요한 조건으로 분류하고 있음. 즉 공연 마니아는 한 개의 공연 작품을 반복해서 관람하는 것은 기본적인 조건이며, 평소에도 공연에 대한 정보를 수집하거나 공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹상에 작성하는 것이 마니아의 중요한 조건으로 인식되고 있고, 실제 마니아들도 비 마니아에 비해 해당 행위를 더 많이 하는 것으로도 확인되었음

[표 4-17] 마니아 관객 기준에 대한 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	한 개의 공연 작품을 반복해서 관람	평소 공연에 대한 정보를 수집	공연에 대한 소개/ 줄거리/ 요약/ 비평/ 간략한 후기 등을 웹상에 작성	출연진 의 팬카페/ 팬덤 활동	공연 단체/ 공연장 홈페이지에 유료로 가입하여 활동	공연 관련 부가 상품을 구매	공연 단체/ 공연장/ 출연진 대상 정기/ 비정기 적 후원 활동 참여	공연 분야 동호회 등의 활동 또는 비정규 교육과정 이수	직접 작품에 출연하거나 제작 스태프/ 서포터 즈로 활동
자가 마니아 관객 인식	마니아 관객으로 인식	1,057	65.9	61.2	55.1	30.0	30.3	27.0	21.5	14.3	12.0
	마니아 관객이 아니라고 인식	1,151	68.6	48.3	46.0	36.3	33.5	26.1	26.2	16.5	13.6
마니아 판별 결과	마니아 관객	1,703	68.8	55.9	51.7	34.0	31.8	28.5	24.4	15.1	13.3
	비 마니아 관객	505	62.6	49.7	45.7	30.9	32.5	19.6	22.4	16.6	11.5

- 마니아 관객으로 분류되지 않더라도 자신을 마니아 관객으로 인식하는 경우와 그렇지 않은 경우를 비교한 결과, 여러 회차의 입장권을 구매하거나, 공연 관련 모임 활동을 하는 경우, 타인에게 공연 관람을 추천하는 경우는 스스로 마니아 관객이라고 인식하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 더 많은 것으로 확인됨
- 마니아 관객은 스스로 마니아고 인식하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 부가 상품을 더 많이 구매함
- 그 외 항목에서는 스스로 마니아라고 생각하는지 여부별로 큰 차이는 없는 것으로 나타남

[표 4-18] 스스로 마니아 관객으로 인식하는지 여부에 따른 마니아 관객 여부별 마니아 특성 항목 분포 비교
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	여러회차 입장권 구매	대부분+매번 공연정보 습득	리뷰나 게시글 작성	부가 상품 구매	공연 관련 모임활동	타인에 공연 관람 추천
비 마니아 관객	마니아 관객으로 인식	133	15.0	94.7	51.1	53.4	45.1	69.9
	마니아 관객이 아니라고 인식	371	6.5	96.2	45.0	52.6	21.0	87.6
	유의확률		0.003**	0.552	0.217	0.849	0.000**	0.000**
마니아 관객	마니아 관객으로 인식	924	71.5	89.4	93.2	97.9	45.9	96.5
	마니아 관객이 아니라고 인식	779	44.5	88.1	91.8	95.1	21.3	98.5
	유의확률		0.000**	0.386	0.274	0.001**	0.000**	0.013*

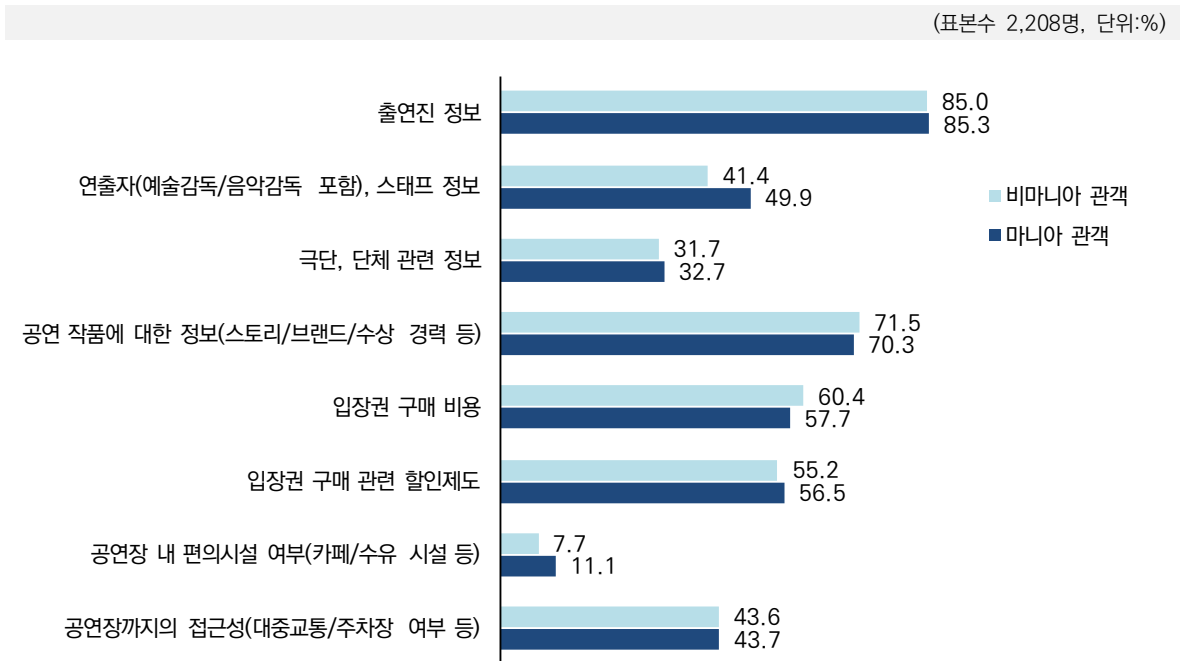
* p<0.05, ** p<0.01

3. 마니아 관객의 공연 관람 및 태도 특성⁵⁴⁾

가. 관람 전 확인 정보

- 공연 관람 전 마니아 관객 여부에 상관없이 가장 많이 확인하는 정보는 출연진 정보 > 공연 작품에 대한 정보 > 입장권 구매 비용 > 입장권 관련 할인제도 순으로 확인하고 있음

[그림 4-40] 공연 관람 전 확인하는 정보(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

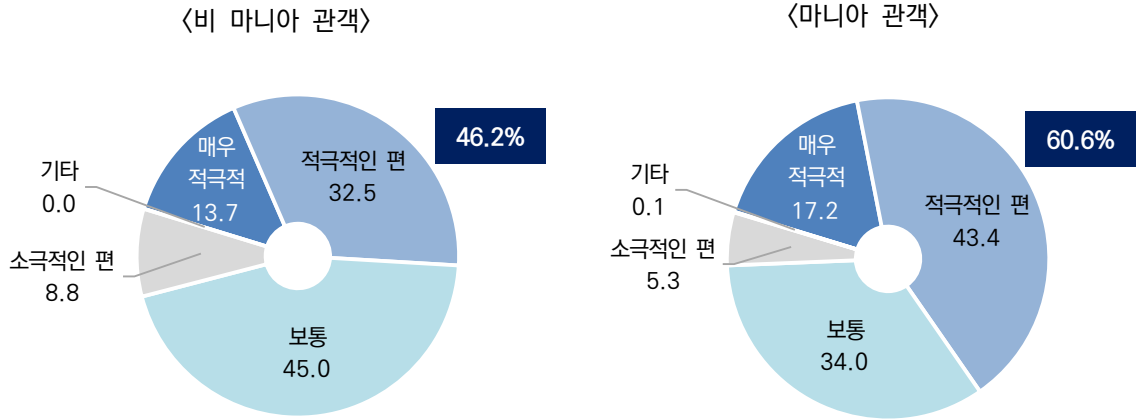


- 공연 관람 전 출연진이나 연출자, 극단이나 공연단체, 작품에 대한 정보를 수집하는 관람자 중 마니아 관객의 60.6%는 해당 공연을 관람하지 않더라도 작품 해설/작품 평가/수상 내역/출연진과 스태프 활동 사항 등의 공연 정보를 적극적으로 찾아보지만, 비 마니아 관객은 해당 비율이 46.2% 수준으로 상대적으로 낮았음
- 즉, 마니아 여부와 상관없이 일정 수준 이상으로 유료 공연을 관람하고 있는 관람자들은 관람 전 공연과 관련한 정보를 수집하고 있는 비율이 매우 높고(연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 88.3%), 찾아보는 정보의 내용도 크게 다르지 않지만, 해당 공연을 관람하지 않음에도 공연 관련 정보를 수집하는 비율에서는 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 차이가 있는 것을 확인할 수 있음

54) 본 장에서 언급되고 있는 비 마니아 관객은 일반적인 비관람자가 아닌 연 4회 이상 유료 공연을 관람하고 있지만, 마니아 관객의 특성을 덜 가지고 있는 관객이므로 다른 자료와 비교시 각별한 유의가 필요함

[그림 4-41] 공연을 관람하지 않더라도 공연 정보를 습득하는지 여부
-출연진, 연출자, 극단, 작품에 대한 정보 수집 관람자

(표본수 2,178명, 단위:%)



나. 공연 작품 선택 요인

- 공연 작품 선택 시 더 중요하게 고려하는 요인을 상대적으로 비교하도록 한 결과, 마니아 관객은 비 마니아 관객보다 출연진 > 연출자 > 극단/단체 > 기획사/제작사를 더 중요하게 고려하는 것으로 나타남
 - 반면, 비 마니아 관객과 마니아 관객 간의 차이는 출연진과 연출자 외에는 그 차이가 유의미하지 않았음
- 즉, 마니아 관객은 출연진, 연출자, 극단/단체, 기획사/제작사가 평소 선호하고 있는 대상인지가 관람할 공연을 선택하는 데 중요한 요인이고 특히 출연진과 연출자 선호에 대한 비 마니아 관객과의 차이도 유의미한 것으로 나타남

[표 4-19] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 (단위:%)

	표본수	출연진	작품성	연출자	극단/단체	수상작 여부	기획사/제작사
비 마니아 관객	476	63.7	70.0	49.4	43.9	35.1	24.8
마니아 관객	1,657	71.9	67.0	51.9	47.0	32.1	34.2

- 자신을 마니아 관객으로 인식하는 관람자 역시 자신을 마니아 관객이 아니라고 생각하는 관람자에 비해 출연진 > 연출자 > 극단/단체 > 기획사/제작사 여부가 관람하는 공연을 선택하는 데 더 중요 요인으로 평가하고 있음

[표 4-20] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자
(단위:%)

	표본수	출연진	작품성	연출자	극단/ 단체	수상작 여부	기획사/ 제작사
스스로 마니아 관객이 아니라고 생각함	1,102	65.6	67.2	48.4	44.2	34.8	28.2
스스로 마니아 관객이 라고 생각함	1,031	74.9	68.2	54.5	48.5	30.6	36.3

- 각각의 응답자들이 생각하는 공연 작품 선택 요인의 유사성을 비교하기 위해 다차원 척도(Multidimensional scaling, MDS)⁵⁵⁾ 분석을 시행하였음
 - 비 마니아 관객의 다차원 척도 분석 결과 모형의 적합성을 평가하는 Stress는 0.14808로 보통 정도이며, 결정계수(RSQ)는 0.87834로 약 87%의 설명력을 갖고 있음
 - 마니아 관객의 다차원 척도 분석 결과 모형 적합성은 0.11413으로 상대적으로 적합에 더 가깝고 RSQ 역시 0.96486으로 설명력이 더 높았음

[표 4-21] 다차원 척도 분석 결과 모델 적합도

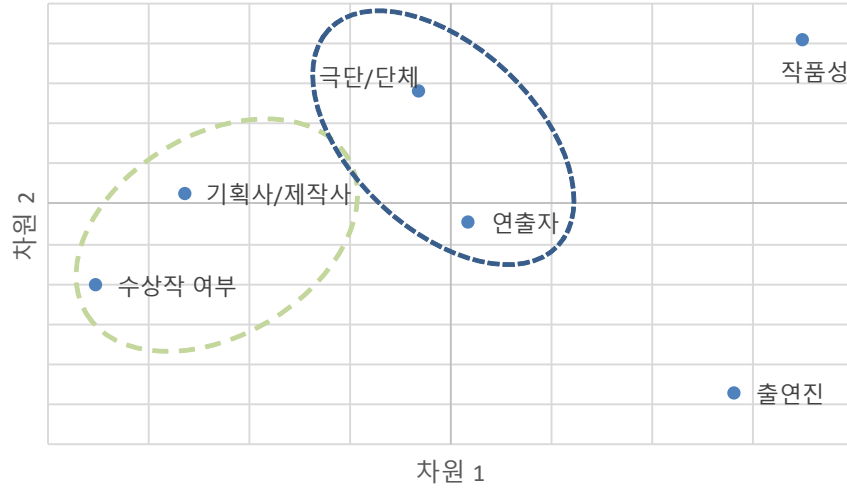
비 마니아 관객	Stress = 0.14808, RSQ = 0.87834
마니아 관객	Stress = 0.11413, RSQ = 0.96486

- 마니아 관객의 경우 공연 선택 요인 중 기획사/제작사, 수상작 여부는 다른 요인들에 비해 유사한 요인으로 인식하고 있으며, 극단/단체, 연출자 역시 비슷한 속성으로 평가하고 있음. 반면 출연진이나 작품성은 다른 선택 요인과 비교하는 대상이 되기보다 각각의 중요도를 가진 별개 요인으로 인식하고 있음. 즉, 마니아 관객이 관람할 공연을 선택하는 데 가장 중요하게 고려하고 있는 요인은 출연진이며 이는 다른 요인들과 비교되는 요인이 아니라 공연 선택에서 압도적으로 중요한 요인으로 인식되고 있으며, 작품성 역시 다른 요인과 비교되는 요인이 아닌 독립적으로 중요한 요인으로 인식되고 있음. 반면 연출자나 극단/단체, 수상작 여부나 기획사/제작사는 비슷한 속성의 요인으로 인식되고 있어 둘 요인 중 하나라도 만족하는 부분이 있다면 해당 공연을 관람하는 요인으로 작동할 수 있음
- 비 마니아 관객은 공연 선택 요인 중 수상작 여부와 기획사/제작사 부분을 비슷한 속성으로 인식하고 있고, 마니아 관객과는 다르게 출연진, 연출자, 극단/단체를 비슷한 속성으로 인식하고 있음. 즉 출연진, 연출자, 극단/단체 중 만족하는 부분이 있다면 해당 공연을 관람하는 것을 고려하는 것으로 분석할 수 있음

55) 대상들에 대한 유사성 자료나 대상을 설명하고자 하는 속성들에 대한 자료를 하나의 지각도(Perceptual Map)에 나타내는 방법(spss ver 10을 활용한 현대통계분석, 복두출판사)

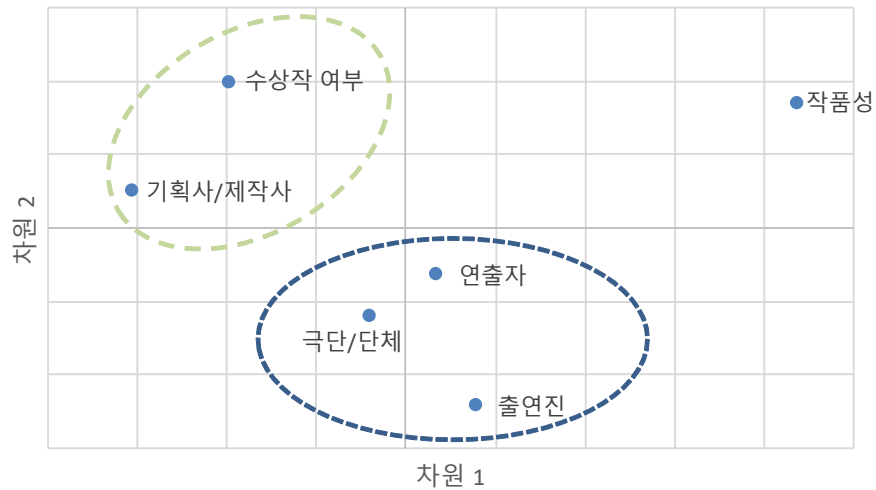
[그림 4-42] 공연 선택 요인의 유사성 분석 결과-마니아 관객

(표본수 1,705명)



[그림 4-43] 공연 선택 요인의 유사성 분석 결과-비 마니아 관객

(표본수 725명)



○ 마니아 관객 FGI 결과 마니아들은 작품성과 출연진을 주로 작품 선택의 요인으로 선택하고 있음

“작품성 위주로 선택하고, 여운이 오래 남는 작품을 선호하는 편이에요(55세 남자 자영업)”

“출연진, 작품성, 극장을 주로 보고 선택해요. 처음 국악 공연을 접할 때는 연출자/출연자를 잘 몰랐으나 관람 횟수가 늘어나면서 다양한 정보에 관심을 두게 되었어요(59세 주부)”

○ 특히 뮤지컬 관객의 경우 유명한 배우가 출연하거나 선호하는 제작진이 참여하는지를 중요하게 고려하고 있음

“뮤지컬과 연극은 TV나 매체에서 추천하거나 유명 배우가 출연하는 작품을 선택하는 편이에요(53세 남자 직장인)”

“뮤지컬을 볼 때 음악성을 중요하게 보고 음악감독이 누군지도 중요하죠(36세 남자 직장인)”

○ 음악 공연은 다른 장르의 공연에 비해 선호하는 예술가/지휘자, 연주곡을 고려하는 경우가 많았음

“특정 예술가의 출연이나 연주곡 위주로 관람하고 있어요(46세 여자 직장인)”

“첫 번째는 출연진이고 두 번째는 레퍼토리 같아요(37세 남자 직장인)”

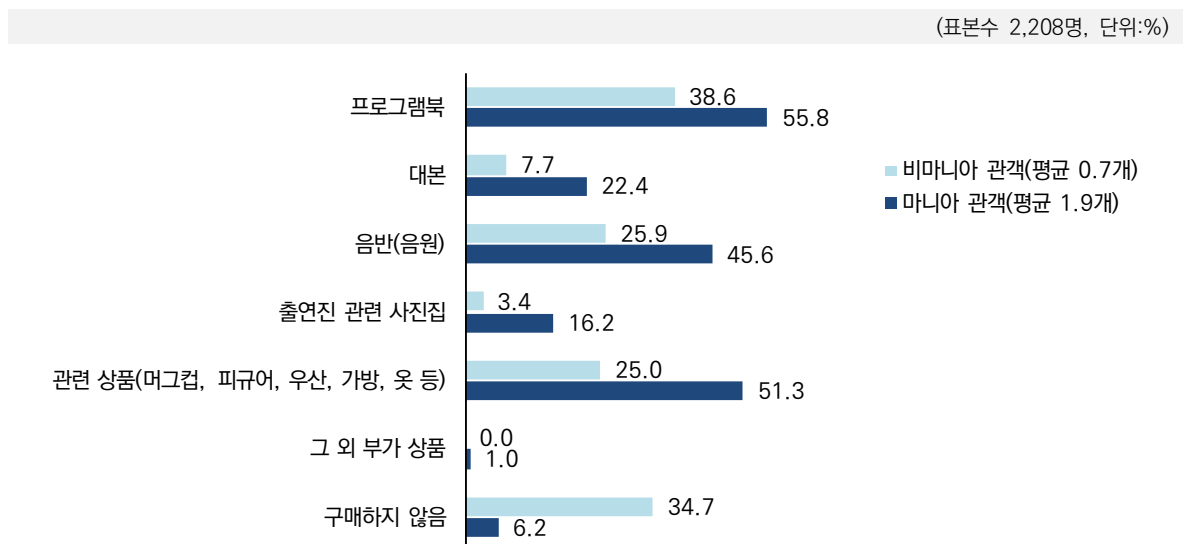
“연주곡과 출연진이 누구인지에 따라 관람 여부를 결정해요(55세 주부)”

다. 부가 상품 구매 경험

○ 비 마니아 관객보다 마니아 관객이 부가 상품을 구매하는 비율도 높고 구매하는 종류도 많은 편임

- 특히 마니아 관객의 절반 이상이 프로그램북이나 관련 상품을 구매하고 있고, 음반(음원)을 구매하는 경우도 45.6%로 평균 1.9 종류의 부가 상품을 구매하지만, 비 마니아 관객은 주로 프로그램북이나 관련 상품, 음반(음원) 중 1종 내외로 구매함

[그림 4-44] 부가 상품 구매 종류(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 구매한 부가 상품별 다른 부가 상품들은 어떤 것을 구매하는지 확인하기 위해 구매 상품간 교차분석을 시행한 결과 주로 프로그램북, 음반(음원), 관련 부가 상품 중심 구매
 - 대본이나 출연진 관련 사진집을 구매한 관객이 다른 마니아 관객보다 더 다양한 종류의 부가 상품을 구매하고 있음
 - 프로그램북을 구매한 마니아 관객들은 평균 2.5종의 부가 상품을 구매하며, 52.1%는 머그컵이나 피규어, 우산, 가방 등 관련 상품을 구매했고, 47.8%는 음반(음원)을 구매
 - 머그컵이나 피규어, 우산, 가방, 옷 등의 상품을 구매하는 관람객 중 56.7%는 프로그램북, 43.9%는 음반(음원)을 구매

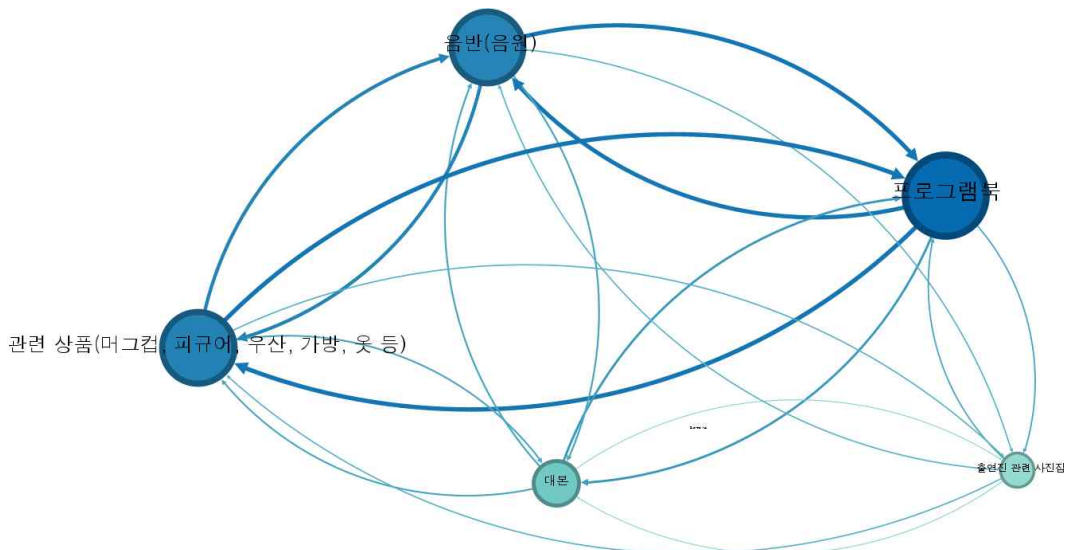
[표 4-22] 부가 상품 구매 종류간 교차(복수응답)-마니아 관객

(단위:%)

	표본수	프로그램 북	대본	음반(음원)	출연진 관련 사진집	관련 상품(머그 컵, 피규어, 우산, 가방, 옷 등)	그 외 부가 상품	구매 종류(종)
전체	1,703	55.8	22.4	45.6	16.2	51.3	1.0	2.6
프로그램북	950	100.0	28.0	47.8	18.0	52.1	1.1	2.5
대본	382	69.6	100.0	55.5	29.1	54.2	2.4	3.1
음반(음원)	776	58.5	27.3	100.0	20.4	49.4	1.4	2.6
출연진 관련 사진집	276	62.0	40.2	57.2	100.0	58.7	2.2	3.2
관련 상품(머그컵, 피규어, 우산, 가방, 옷 등)	873	56.7	23.7	43.9	18.6	100.0	1.1	2.5
그 외 부가 상품	17	58.8	52.9	64.7	35.3	58.8	100.0	3.7

[그림 4-45] 부가 상품 구매 종류 간 교차 비교 결과(복수응답)-마니아 관객

(표본수 1,703명)



○ 비 마니아 관객들은 마니아 관객보다 구매하는 부가 상품의 종류가 적은 편이며, 주로 프로그램북 또는 음반(음원), 관련 부가 상품 중 1~2종을 중심으로 구매

[표 4-23] 부가 상품 구매 종류간 교차(복수응답)-비 마니아 관객

(단위:%)

	표본수	프로그램북	대본	음반(음원)	출연진 관련 사진집	관련 상품(머그컵, 피규어, 우산, 가방, 옷 등)	구매 종류(종)
전체	505	38.6	7.7	25.9	3.4	25.0	1.4
프로그램북	195	100.0	13.3	30.3	5.6	21.5	1.7
대본	39	66.7	100.0	38.5	10.3	15.4	2.3
음반(음원)	131	45.0	11.5	100.0	7.6	35.1	2.0
출연진 관련 사진집	17	64.7	23.5	58.8	100.0	41.2	2.9
관련 상품(머그컵, 피규어, 우산, 가방, 옷 등)	126	33.3	4.8	36.5	5.6	100.0	1.8

라. 공연 관람 전·후 작품에 대한 리뷰 게시 행태

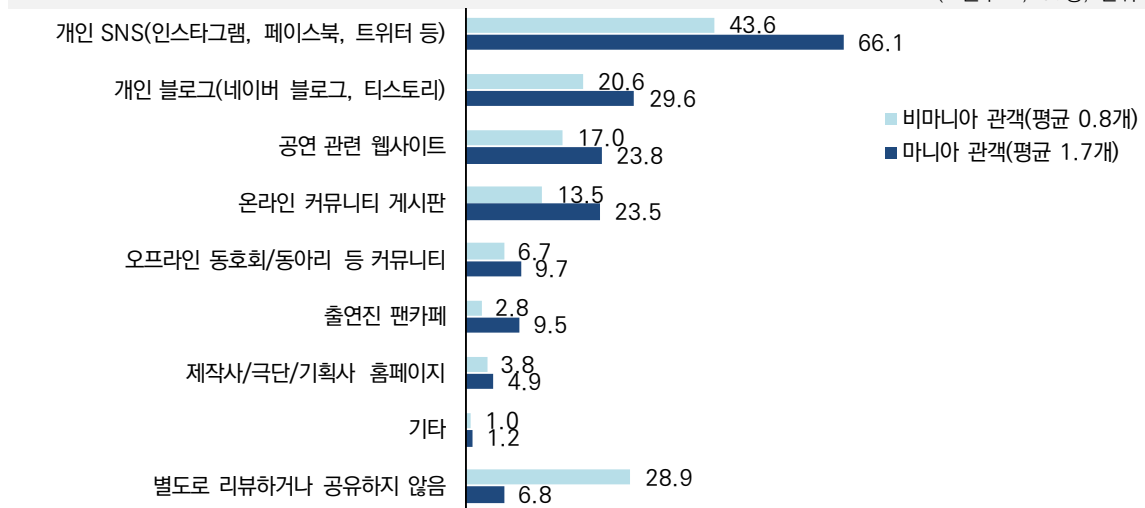
(1) 공연 관람 전·후 작품에 대한 리뷰 게시 여부

○ 공연 관람 전·후로 공연 작품을 리뷰하거나 관련 글을 공유하고 있는지를 확인한 결과, 마니아 관객 중 93.2%가 리뷰를 하거나 관련 글을 공유하고 있음

- 주로 개인 SNS에 게시하는 경우가 많았고, 개인 블로그(29.6%), 공연 관련 웹사이트(23.8%), 온라인 커뮤니티 게시판(23.5%) 등에 게시

[그림 4-46] 공연 관람 전·후 작품에 대한 리뷰 게시 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

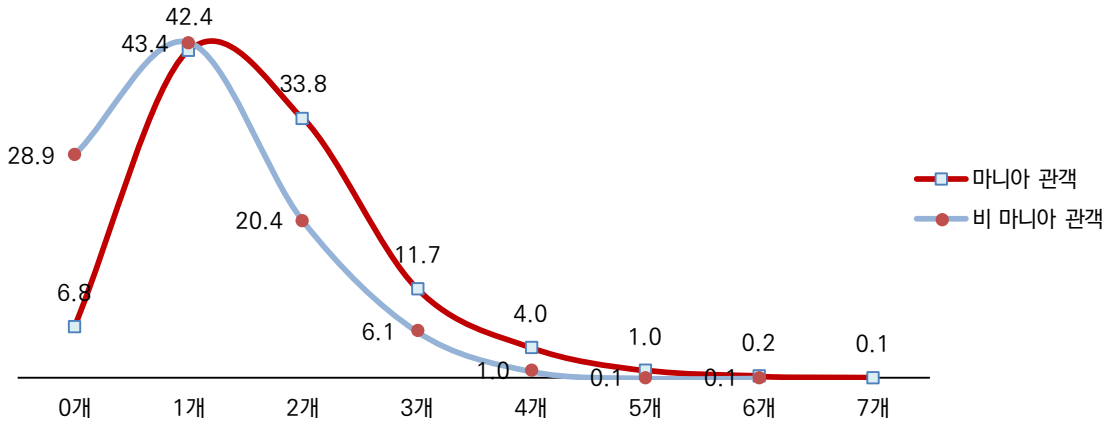
(표본수 2,208명, 단위:%)



○ 마니아 관객은 평균 1.7개 사이트에 리뷰를 작성하는 반면, 비 마니아 관객들은 평균 0.8개 사이트, 즉 1개 정도의 사이트에 리뷰를 작성하는 비율이 가장 높았음

[그림 4-47] 공연 관람 전·후 리뷰 게시 사이트 개수-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,208명, 단위:%)



(2) 리뷰 게시 내용

○ 공연 관람 전·후로 리뷰를 작성하는 관람객들은 주로 공연 관람에 대한 인증 또는 기록의 목적으로 사진과 함께 게재하는 방식과 공연 작품에 대한 전반적인 평가에 관한 내용을 주로 작성하고 있음

- 마니아 관객과 비 마니아 관객이 작성하는 내용에는 큰 차이가 없었지만, 마니아 관객은 공연에 대한 리뷰 외에도 공연장 위치나 주변 맛집 소개, 입장권 구매 방법에 관한 내용 등에 대한 글도 상대적으로 더 적극적으로 작성하는 편임

[표 4-24] 리뷰 게시 내용-리뷰 작성 관람객

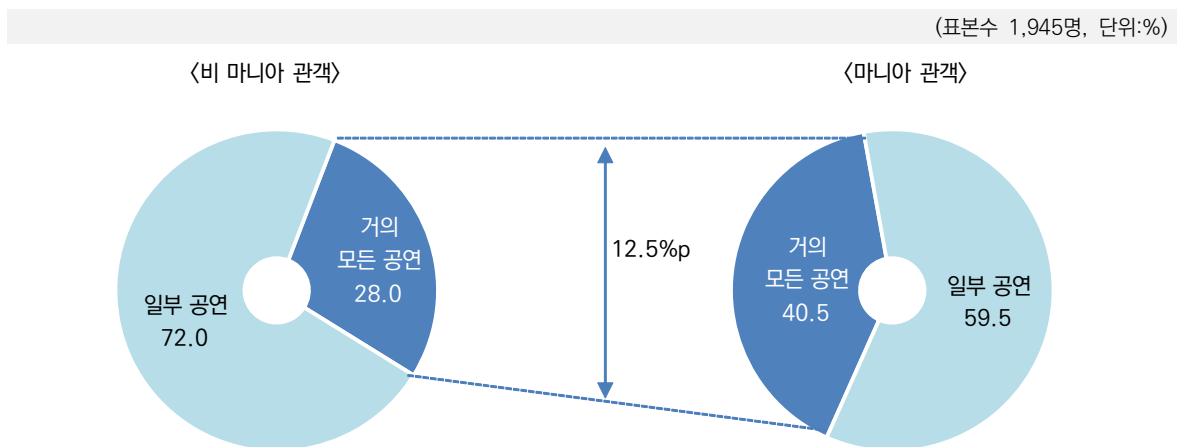
(단위:%)

	표본수	공연 관람 인증/또는 기록의 목적(사진 등 게재)	공연 작품에 대한 전반적인 평가(요약/비평)	공연장 위치, 주변 맛집 등에 관한 소개의 내용	입장권 구매 방법/할인 정보 제공 등의 정보 제공의 내용
비마니아 관객	360	43.1	51.1	3.3	2.5
마니아 관객	1,588	49.7	43.3	3.8	3.3

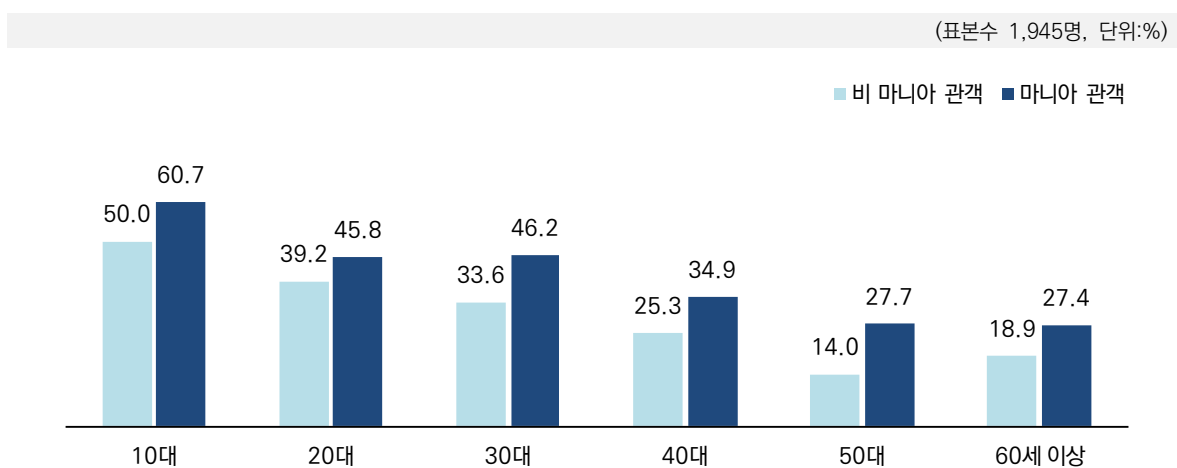
(3) 리뷰 게시 빈도

- 리뷰를 작성하는 경우 비 마니아 관객 중에서는 28.0%, 마니아 관객 중에서는 40.5%가 거의 모든 공연에서 리뷰를 작성하고 있음
- 연령대별로 공연 관련 리뷰를 작성하는 비율에서 큰 차이를 보이는데, 마니아 관객 중 10대의 60% 이상이 리뷰를 작성하는 반면, 60세 이상 관객 중에서는 27.4%만 리뷰를 작성
 - 그러나 비 마니아 관객 중 60세 이상 관객의 리뷰 작성 비율은 18.9%인데 반해, 마니아 관객 중에서는 27.4%가 리뷰를 작성하고 있으며, 50대의 리뷰 작성 비율은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 가장 큰 것으로 나타남
 - 즉, 연령대가 높을수록 인터넷 이용의 원활성 등의 차이로 리뷰를 작성하는 비율이 낮은 것은 마니아 관객과 비 마니아 관객 모두 유사하게 나타나나, 두 관람 유형 간의 차이는 낮은 연령대보다는 30대 이상에서부터 그 차이가 크게 나타나고 있음

[그림 4-48] 공연 관람 전·후 리뷰 게시 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자



[그림 4-49] 연령대별 공연 관람 전·후 리뷰 게시 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자

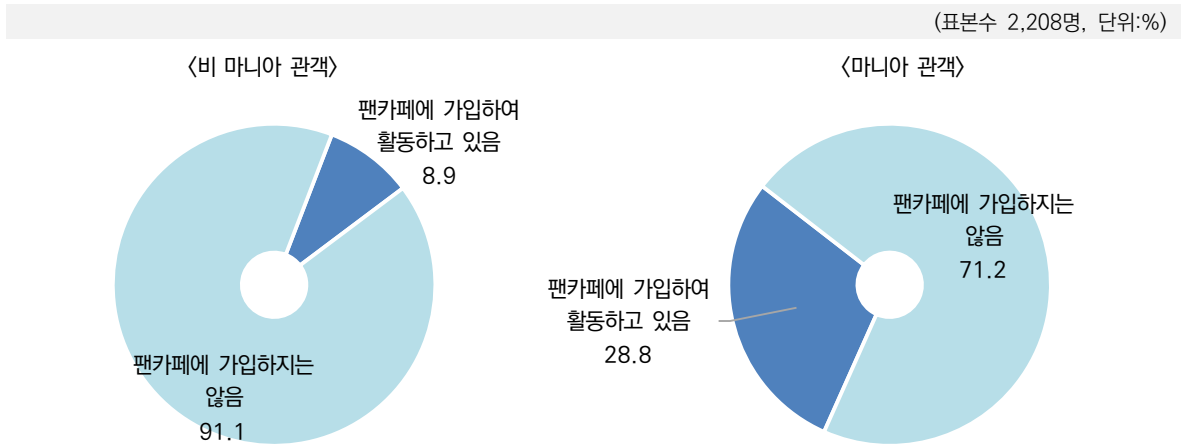


마. 팬덤/팬클럽 활동 행태

(1) 팬덤/팬클럽 활동 여부

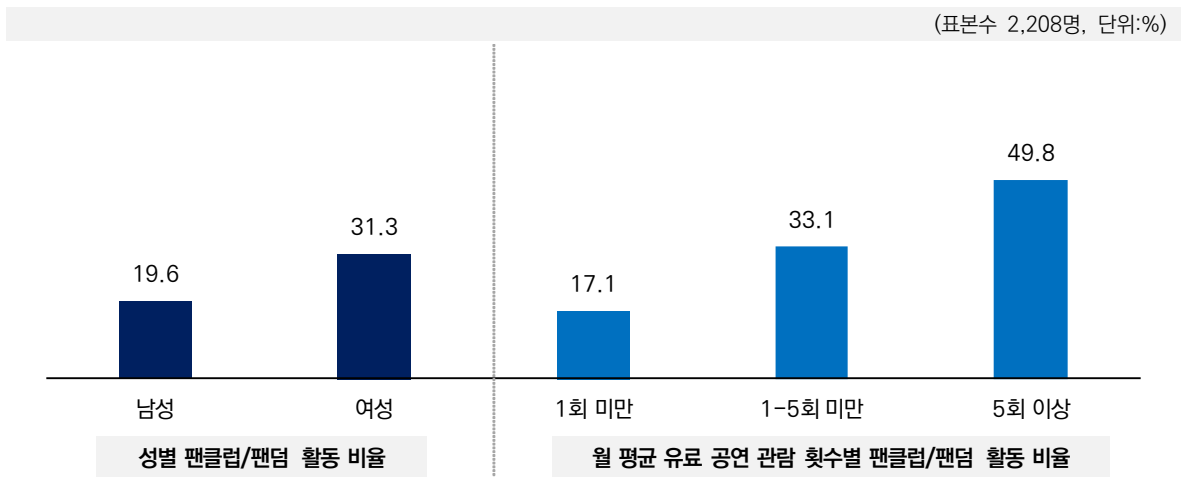
- 마니아 관객 중 특정 예술가(출연진)나 스태프, 제작사나 단체의 팬클럽 또는 팬덤으로 활동하고 있는 비율은 28.8%로 10명 중 약 3명 정도가 팬클럽이나 팬덤 활동을 하고 있음

[그림 4-50] 팬덤/팬클럽 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 마니아 관객 중에서도 여성 관객 중 31.3%가 팬클럽이나 팬덤 활동을 하고 있지만, 남성 관객은 19.6%만 팬덤이나 팬클럽 활동을 하고 있어 성별 차이가 확연한 편임
- 월평균 유료 공연 관람 횟수가 많을수록 팬클럽이나 팬덤 활동을 하는 비율도 높은 편으로 월평균 1회 미만 공연 관람자 대비 5회 이상 관람자가 팬클럽이나 팬덤 활동 비율이 약 2배 이상 많은 편임

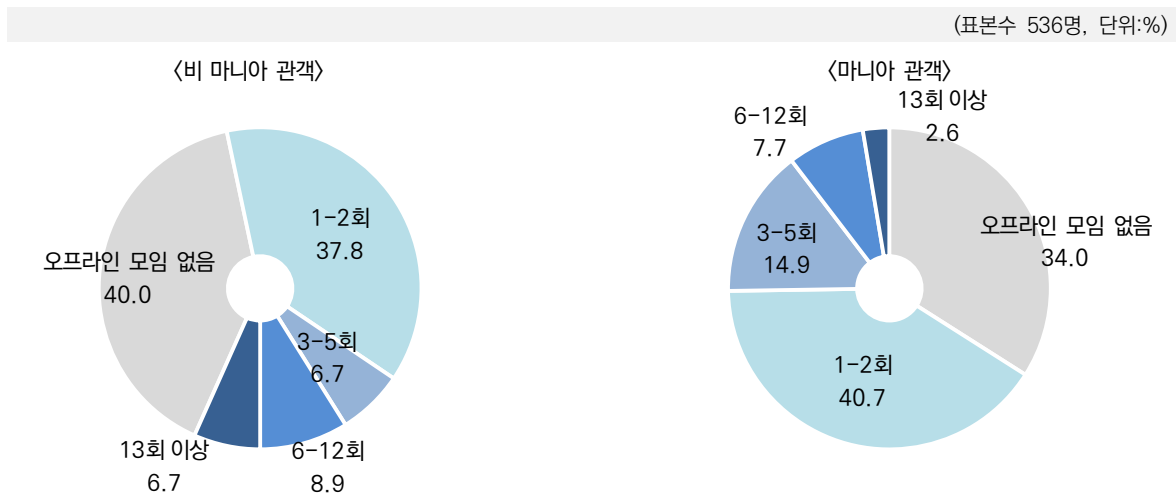
[그림 4-51] 성별 월 평균 공연 관람 횟수별 팬덤/팬클럽 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자



(2) 오프라인 모임 빈도

- 마니아 관객 중 팬덤/팬클럽 활동자들은 연평균 1~2회 활동하는 비율이 40.7%, 3~5회 활동하는 경우는 14.9%, 연 6회 이상 활동하는 비율은 10.4%이지만, 연 6회 이상 활동하는 비율은 마니아 관객보다 많은 15.6%가 활동하고 있음
 - 팬덤/팬클럽 활동자만으로 집계한다면 비 마니아 관객이 마니아 관객보다 오프라인 활동을 더 많이 하는 것으로 나타남

[그림 4-52] 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 횟수-팬덤/팬클럽 활동자

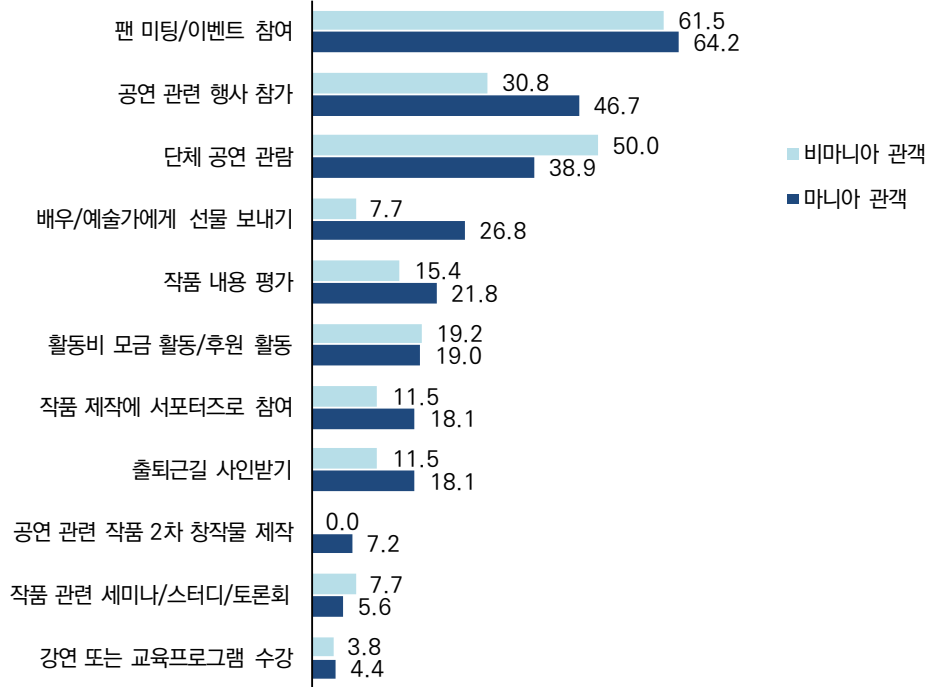


(3) 오프라인 활동 내용

- 연 1회 이상 오프라인으로 팬덤/팬클럽 활동자들은 주로 팬 미팅/이벤트에 주로 참여하고 있지만, 마니아 관객은 공연 관련 행사에 참여(46.7%)하거나 단체 공연을 관람(38.9%)하고, 배우/예술가에게 선물 보내기(26.8%) 등의 활동을 하지만, 비 마니아 중 팬덤/팬클럽 활동자들은 팬 미팅/이벤트 참여 외에 단체 공연을 관람(50.0%)하거나 공연 관련 행사에 참여(30.8%)하는 것 외 활동 비율은 높지 않았음
- 특히 마니아 관객 중 연 1~2회 정도 오프라인 활동을 하는 경우 팬 미팅/이벤트 참여(63.7%) > 공연 관련 행사 참가(41.5%) > 단체 공연 관람(34.1%) 외 활동 비율은 낮았으나, 연 3회 이상 오프라인 활동을 하는 마니아 관객들은 위 활동 외에도 작품 내용을 평가(25.5%)하거나, 활동비 모금 활동/후원 활동(21.6%), 작품 제작 서포터즈로 참여(21.6%), 공연 관련 작품 2차 창작물 제작(13.7%), 작품 관련 세미나/스터디/토론회 등 참여(9.8%) 등 선호하는 연출진이나 출연자에 대한 이벤트뿐만 아니라 공연 작품 제작이나 작품 관련 지식 습득에도 적극적인 것으로 조사됨

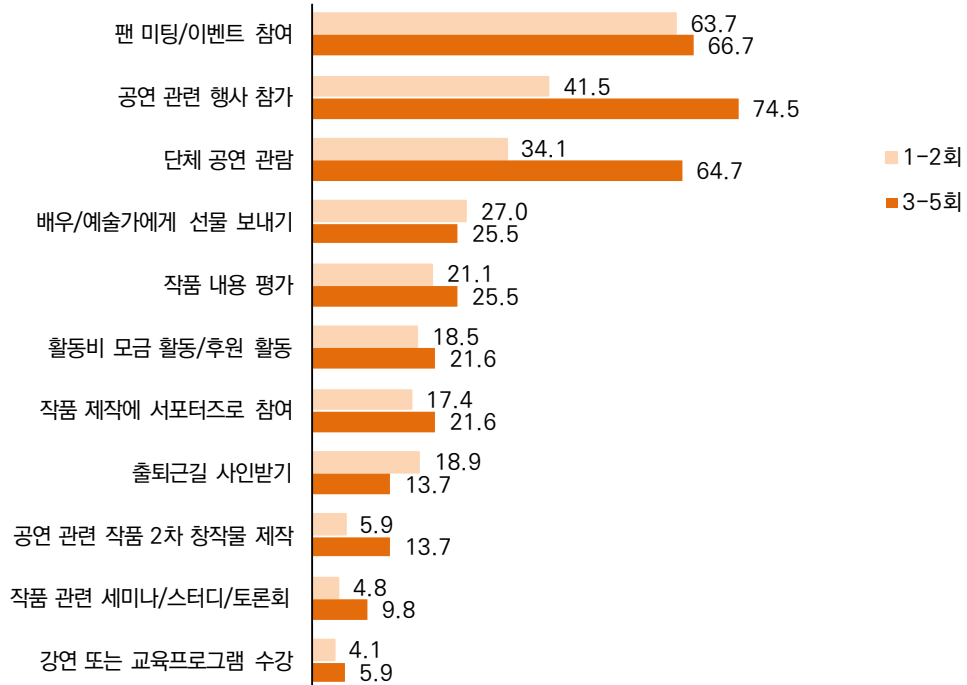
[그림 4-53] 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 내용(복수응답)-연 1회 이상 오프라인 모임 활동자

(표본수 347명, 단위:%)



[그림 4-54] 활동 횟수별 오프라인 팬덤/팬클럽 활동 내용(복수응답)
-마니아 관객 중 연 1회 이상 오프라인 모임 활동자

(표본수 321명, 단위:%)

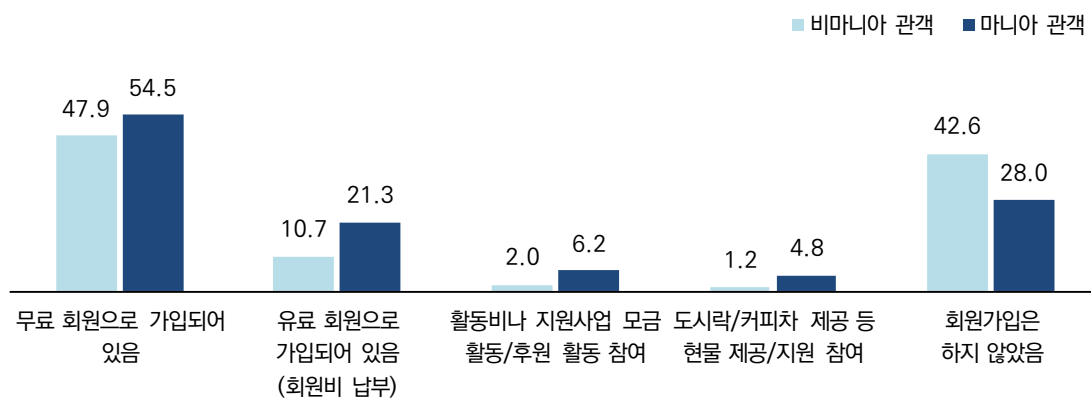


바. 회원 활동 여부

- 마니아 관객 중 72.0%, 비 마니아 관객 중 57.4%는 공연장이나 기획사, 극단/공연 단체 등의 회원으로 가입하여 활동하고 있음
 - 특히 유료 회원으로 가입되어 활동하는 비율은 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 2배 이상 많았고, 활동비나 지원사업 모금 활동/후원에 참여하거나 도시락/커피차 제공 등 현물 제공/지원에 참여하는 비율도 3배 가까이 많았음

[그림 4-55] 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,208명, 단위:%)



- 무료 회원으로 가입하여 활동하는 경우 →유료 회원으로 가입한 경우의 순으로 활동비나 지원사업 모금에 참여, 도시락/커피차 제공 등 현물 제공/지원 참여 등 적극적으로 활동하는 경우가 많았음

[표 4-25] 마니아 관객 중 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 (단위:%)

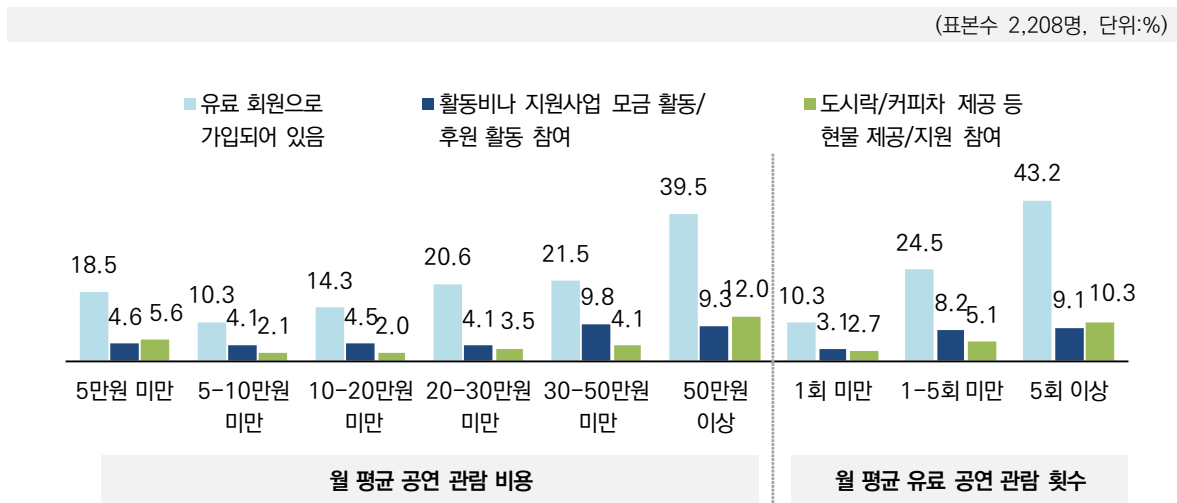
활동 항목	표본수	무료 회원으로 가입되어 있음 (%)	유료 회원으로 가입되어 있음(회원비 납부) (%)	활동비나 지원사업 모금 활동/후원 활동 참여 (%)	도시락/커피차 제공 등 현물 제공/지원 참여 (%)
무료 회원으로 가입되어 있음	928	100.0	14.8	5.0	4.7
유료 회원으로 가입되어 있음(회원비 납부)	362	37.8	100.0	7.2	6.9
활동비나 지원사업 모금 활동/후원 활동 참여	106	43.4	24.5	100.0	20.8
도시락/커피차 제공 등 현물 제공/지원 참여	82	53.7	30.5	26.8	100.0

- 유료 회원으로 가입한 비율은 대체로 월평균 공연 관람 비용이 많을수록, 월평균 유료 공연 관람 횟수가 많을수록 높게 나타남
 - 월평균 공연 관람 비용이 50만 원 이상인 관람자 중 39.5%가 유료 회원으로 활동하고

있지만, 월평균 공연 관람 비용이 5~10만 원인 경우는 10.3%만 유료 회원으로 활동하고 있음

- 월평균 유료 공연 관람 횟수가 5회 이상인 관람자 중 43.2%가 유료 회원으로 활동하고 있지만, 월 1회 미만 관람자 중에서는 10.3%만 유료 회원으로 활동하고 있어 약 4배 가까이 차이가 남
- 다만 유료 회원 활동 비율은 가구 소득에 비례하여 높아지지는 않았음. 즉 유료 활동 회원 이상의 활동 비율은 가구 소득과 상관없이 월평균 공연 관람 횟수와 더 관련이 있는 것으로 보임

[그림 4-56] 공연 관람 비용별, 공연 관람 횟수별, 공연장, 기획사 등에 회원 가입 활동 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자



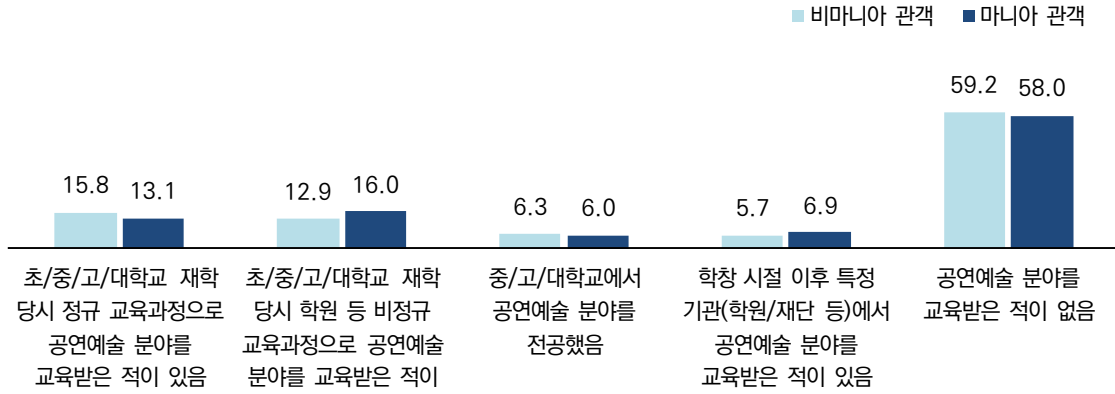
※ 세종문화회관과 인터파크 홈페이지 이용자를 대상으로 시행한 조사이므로 회원 가입에 대한 비율이나 유료 회원 가입 비율을 일반화하기는 어려울 수 있으므로 이를 고려하여 해석해야 함

사. 공연예술 관련 교육 경험

- 마니아 관객 중 42.0%, 비 마니아 관객 중 40.8%가 과거 공연예술 관련 교육을 받은 경험이 있음
 - 특히 마니아 관객은 정규 교육과정보다는 초/중/고/대학교 재학 당시 학원 등 비정규 교육과정의 공연예술 분야 교육(16.0%)을 받거나 학창 시절 이후 특정 기관(학원/재단 등)에서 공연예술 분야를 교육(6.9%)받은 경험이 비 마니아 관객보다 더 많은 편임
- 「2022년 국민문화예술활동조사」 결과, 비정규 과정으로 문화예술과 관련한 교육을 받은 경험이 있는 응답자가 그렇지 않은 응답자보다 공연예술 관람 비율이 높은 것도 확인되었음
 - 즉, 공연예술과 관련한 교육 경험은 공연예술을 관람하는 것에서 차이를 보이는 것뿐만 아니라 공연을 더 많이 보게 하는 데도 영향을 미치는 것으로 분석할 수 있음

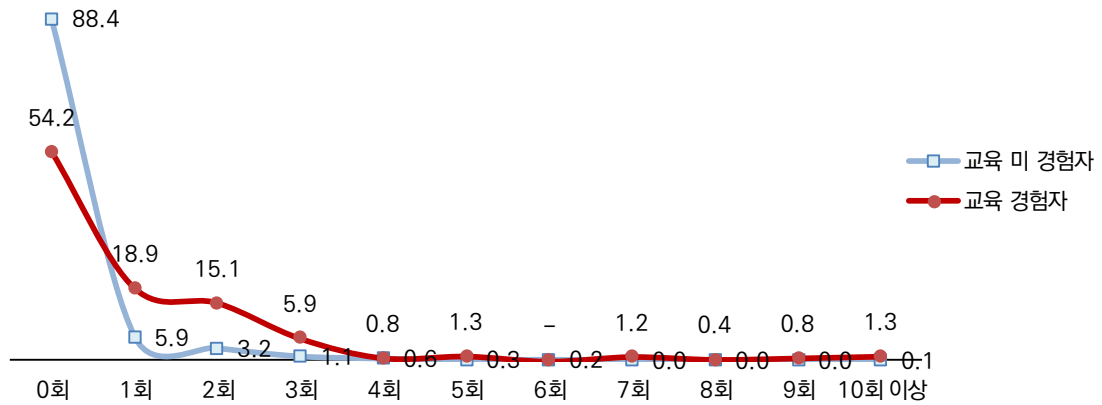
[그림 4-57] 공연예술 관련 교육 경험-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,208명, 단위:%)



[그림 4-58] 공연예술 관련 교육 경험여부 별 공연예술 관람 비율(2022년 국민문화예술활동조사)

(표본수 10,139명, 단위:%)

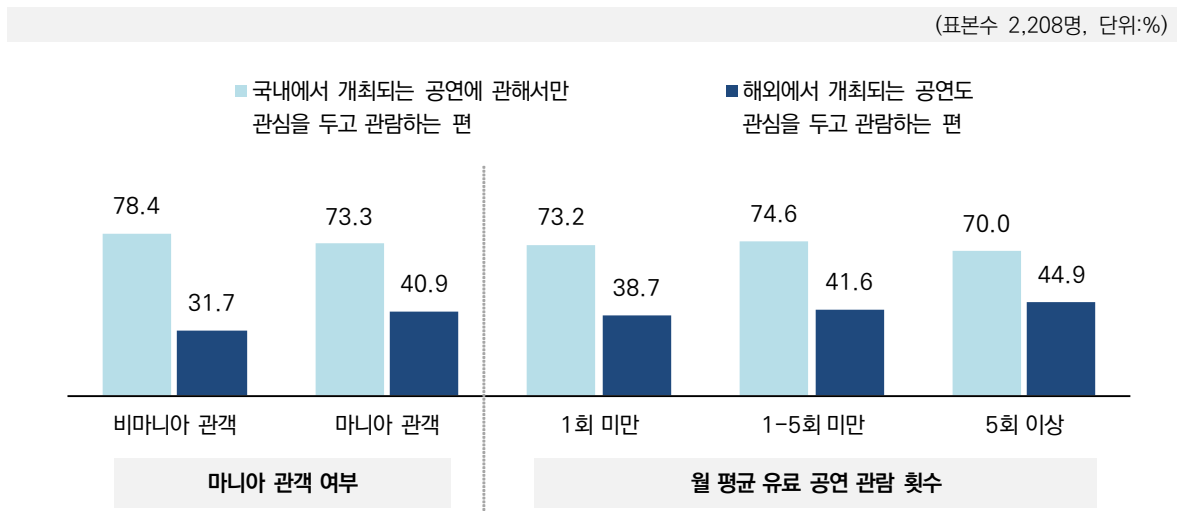


아. 해외 공연 관람 행태

(1) 해외 공연 관람 여부

- 마니아 관객 중 40.9%, 비 마니아 관객 중 31.7%가 해외에서 개최되는 공연도 관람하는 것으로 나타남
- 해외 공연 관람 경험 비율은 월평균 유료 공연 관람 횟수가 높을수록 많은 것으로 나타남
- 월평균 가구 소득이나, 월평균 공연 관람 비용, 팬클럽/팬덤 가입 활동 여부와는 큰 상관관계는 없었음

[그림 4-59] 해외 공연 관람 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

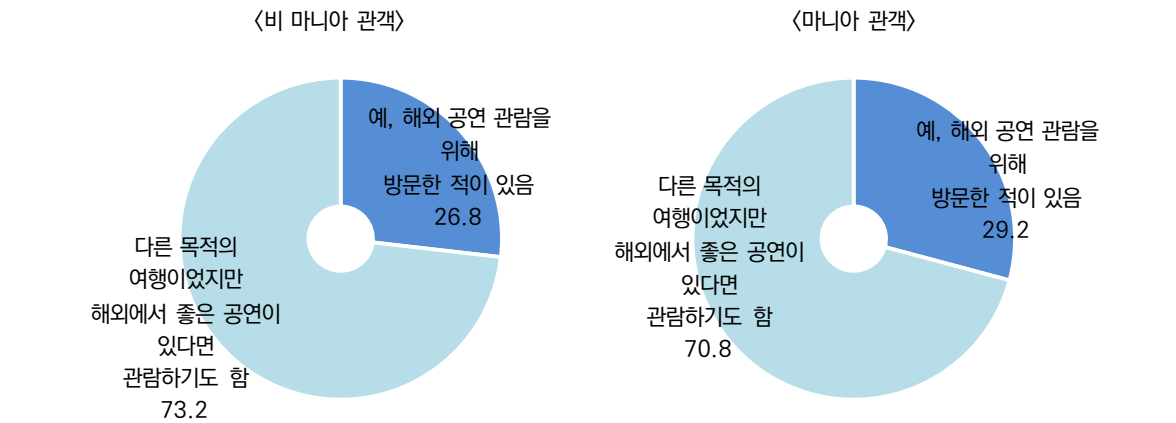


(2) 공연 관람을 위한 해외 방문 경험

- 마니아 관객 중 29.2%, 비 마니아 관객 중 26.8%는 해외 공연 관람을 위해 해외를 방문한 경험이 있음
- 마니아 관객 중 팬덤이나 팬클럽 활동을 하는 경우는 그 비율이 더 높아서, 38.5%가 해외 공연 관람을 위해 해외를 방문한 경험이 있는 것으로 조사됨
- 마니아 관객 중 35.0%, 마니아 관객 중 팬덤/팬클럽 활동 관람객의 51.4%가 좋아하는 예술가의 공연을 관람하기 위해 해외 지역을 방문한 것으로 나타남
- 팬카페에 가입하지 않았더라도 마니아 관객인 경우 28.5%가 좋아하는 예술가의 공연을 보기 위해 해외 공연장을 방문하였음
- 월평균 가구 소득과는 큰 상관관계는 없으나 월평균 공연 관람 비용, 월평균 유료 공연 관람 횟수와는 상관관계가 높았음. 즉 좋아하는 예술가의 해외 공연 관람 역시 마니아 관객의 주요 특징에 해당함이 확인됨

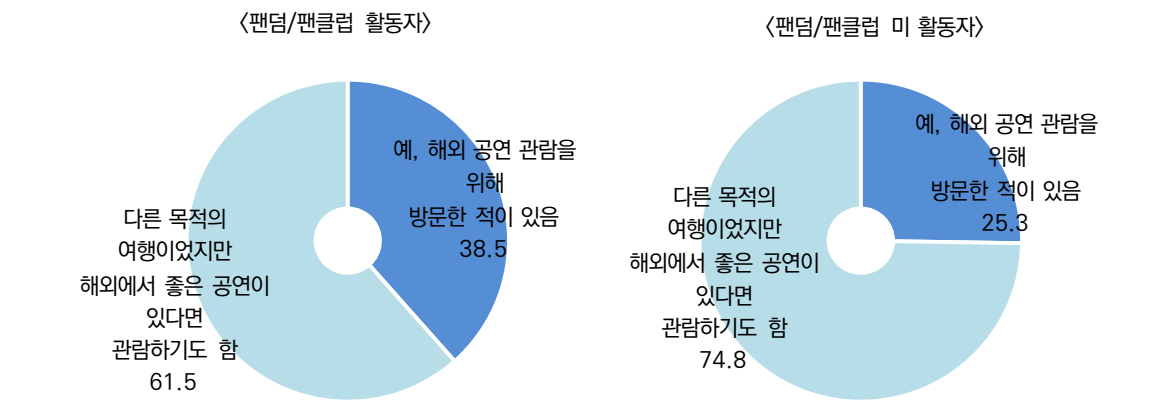
[그림 4-60] 해외 공연 관람을 위한 해외 방문 경험-해외 공연 관람자

(표본수 856명, 단위:%)



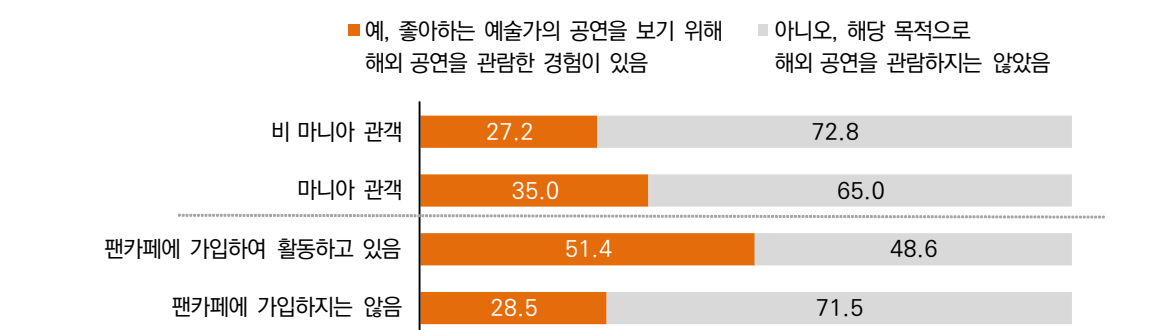
[그림 4-61] 해외 공연 관람을 위한 해외 방문 경험 -마니아 관객 중 팬클럽 활동자 & 해외 공연 관람자

(표본수 856명, 단위:%)



[그림 4-62] 좋아하는 예술가의 공연을 관람하기 위해 해외 공연장 방문 경험-해외 공연 관람자

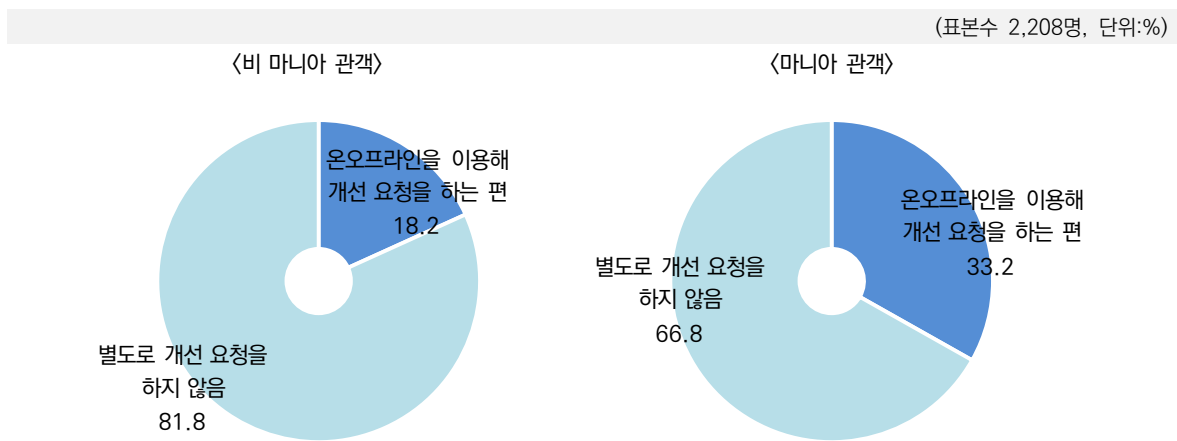
(표본수 1,309명, 단위:%)



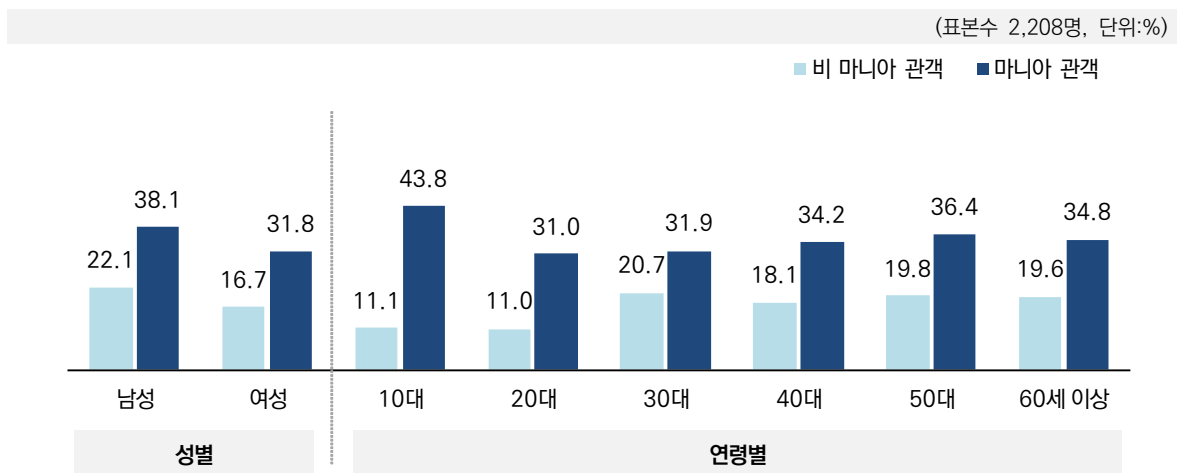
자. 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부

- 공연 기획사나 제작사, 극단/단체의 공연에 대해 불만족스러운 부분이 있을 때 이에 대해 직접 개선을 요청하는지를 확인한 결과, 마니아 관객 중 33.2%, 비 마니아 관객 중 18.2%가 온/오프라인을 통해 개선을 요청하는 것으로 나타남
 - 성별로는 남성이 여성보다 직접 개선을 요청하는 비율이 더 높았으며, 마니아 관객은 모든 연령대에서 30% 이상의 응답자들이 불만족스러운 사항에 개선을 요구했지만, 비 마니아 관객들은 주로 30대 이후가 그 이전 연령대보다 개선을 요청하는 경우가 상대적으로 많았음
 - 개선 요청 비율은 자신을 마니아라고 인식하는 경우가 그렇지 않은 경우보다 높았음
- 요약해 보면, 마니아 관객들은 기획사나 제작사, 극단이나 단체에 비교적 적극적으로 불만 사항에 대한 개선을 요구하고 있으며, 자신을 마니아라고 자각하는 비율이 높을수록 더 적극적으로 불만 개선을 요청하는 것으로도 분석할 수 있음

[그림 4-63] 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자



[그림 4-64] 성별, 연령별 공연 불만족 요인에 대한 의견 요청 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자

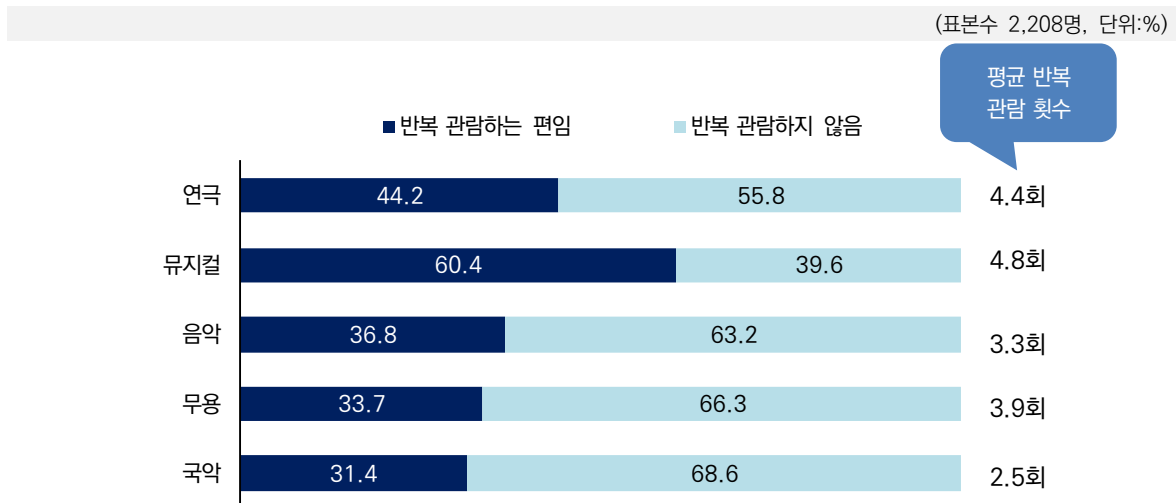


4. 공연 마니아의 장르별 관람 행태 비교

가. 장르별 반복 관람 여부 및 빈도

- 각 공연 장르별로 같은 공연 작품을 출연진이나 스태프, 또는 회차에 따라 여러 번 반복하여 관람하는지 확인한 결과, 뮤지컬이 반복 관람 비율이 60.4%, 평균 4.8회로 반복하여 관람하는 경우가 가장 많았고, 연극 44.2%(평균 4.4회) > 음악 36.8%(평균 3.3회) > 무용 33.7%(평균 3.9회) > 국악 31.4%(평균 2.5회) 반복하여 관람하는 것으로 나타남
- 무용이나 국악의 경우 다른 장르에 비해 반복 관람 비율이 적다고 해석하기보다 같은 출연진이 반복하는 공연이 적기 때문일 수도 있음. 무용의 경우 반복 관람하는 비율은 음악 공연에 비해 상대적으로 적지만, 반복 관람 횟수는 더 많은 편

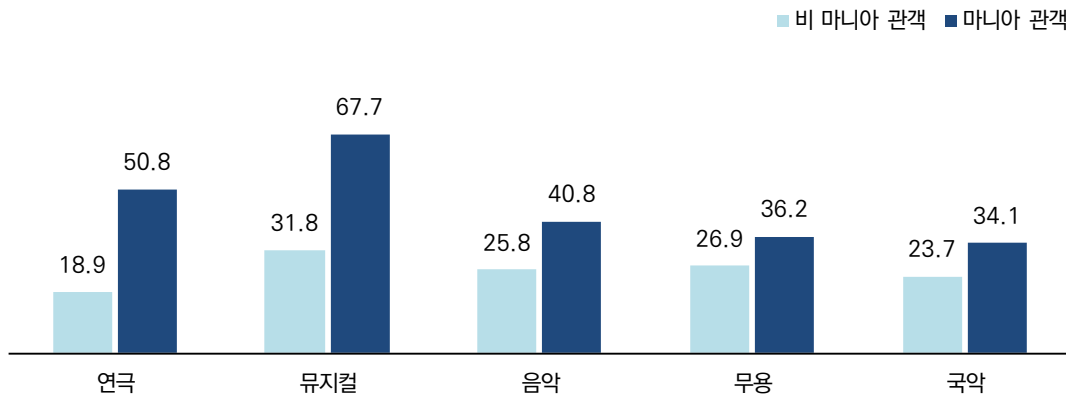
[그림 4-65] 장르별 반복 관람 여부 및 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자



- 마니아 관객이 비 마니아 관객 보다 각 장르별 반복하여 관람하는 비율이 높았으며, 반복 관람이 상대적으로 쉽지 않은 무용이나 국악 공연에서도 마니아 관객 10명 중 3명 이상이 여러번 반복하여 관람하고 있는 것으로 조사되었음
- 공연이 여러 회차 진행되는 경우가 많은 연극, 뮤지컬, 음악 공연의 경우 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 관람하는 비율이 2배 이상 많았음

[그림 4-66] 마니아 관객 여부별 반복 관람 여부(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,208명, 단위:%)



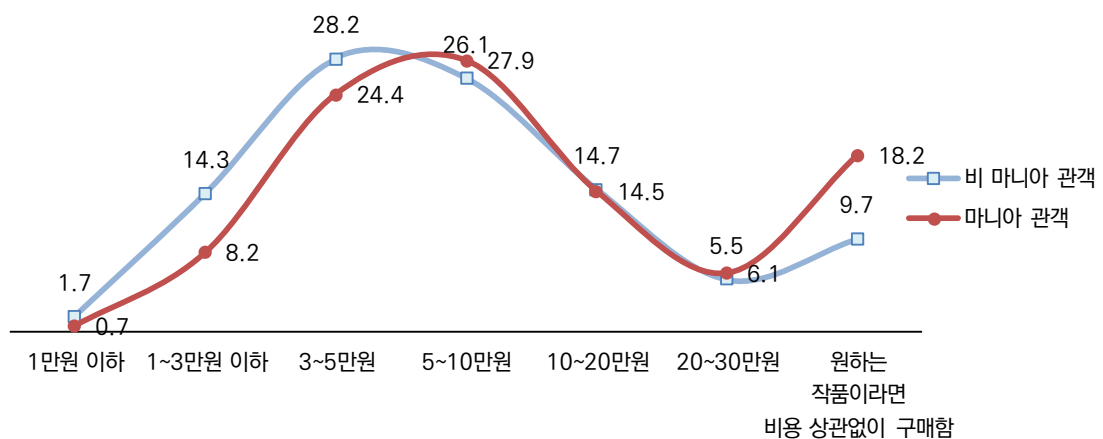
나. 입장권 구매 및 부가 상품 구매 비용

○ 연극 공연 관람자 중 마니아 관객들은 비 마니아 관객보다 원하는 작품이라면 비용에 상관없이 구매하는 비율이 2배 가까이 많았고, 부가 상품 역시 2배 이상 더 많이 구매하고 있음

- 비 마니아 관객들은 3~5만 원대의 공연 입장권을 가장 많이 구매하는 반면, 마니아 관객들은 5~10만 원대 입장권을 가장 많이 구매하고 있음
- 부가 상품의 경우 비 마니아 관객은 구매하지 않거나 구매하더라도 1만 원 이하의 상품을 주로 구매하는 반면, 마니아 관객들은 1~3만 원대 부가 상품을 가장 많이 구매하고 있음

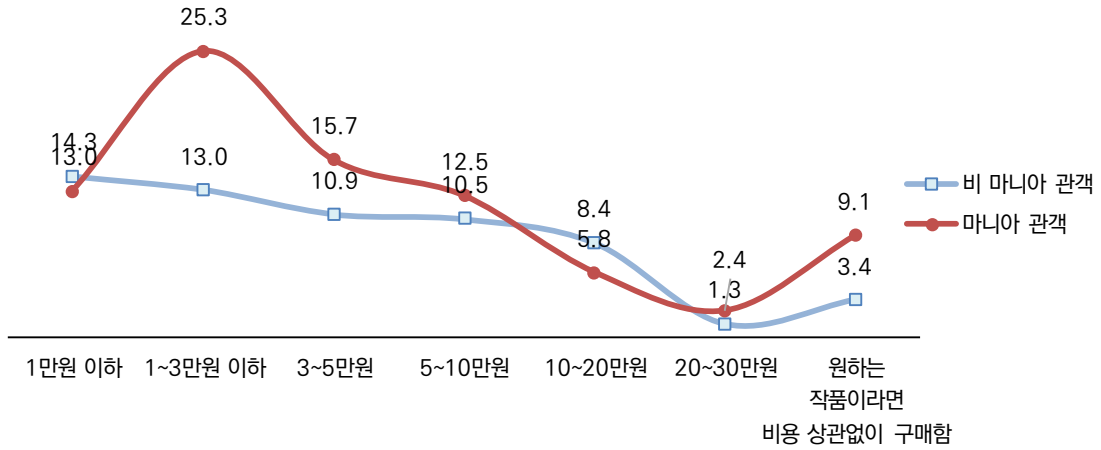
[그림 4-67] 입장권 구매 비용 분포-연극 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)



[그림 4-68] 부가 상품 구매비용 분포-연극 공연 관람자

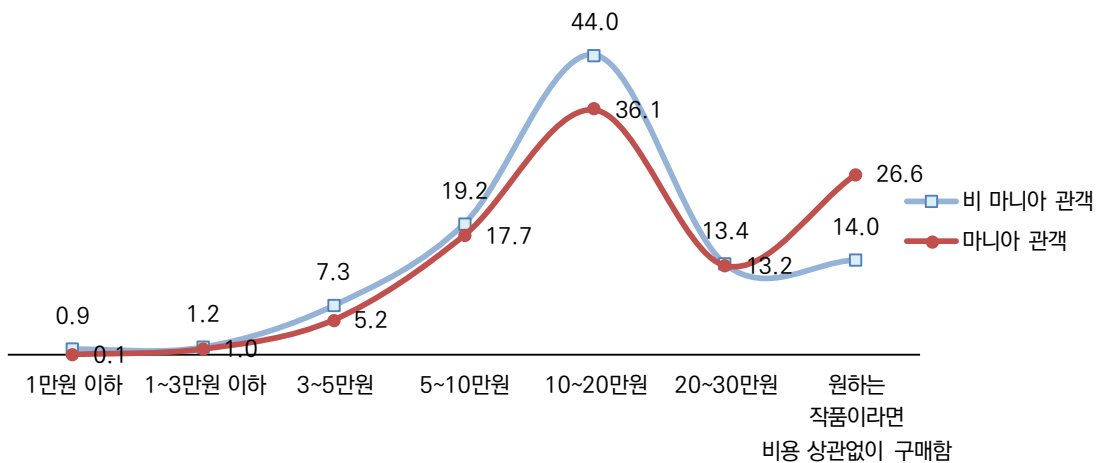
(표본수 1,155명, 단위:%)



- 뮤지컬 공연 관람자 중 마니아 관객들은 비 마니아 관객보다 원하는 작품이라면 비용에 상관없이 구매하는 비율이 2배 가까이 많았고, 부가 상품 역시 6배 이상 더 많이 구매하고 있음
 - 다만 뮤지컬의 경우 공연 입장권의 가격대가 높은 편으로 마니아 관객 여부와 상관없이 입장권 가격이 10~20만 원대인 경우가 가장 많았음(100% 기준으로 분석된 자료이고 마니아 관객은 비용 상관없이 구매하는 비율이 높아 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 입장권 구매 가격대가 낮다고 해석해서는 안 됨)
 - 부가 상품의 경우 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 더 높은 가격대의 상품들을 더 많이 구매하고 있음

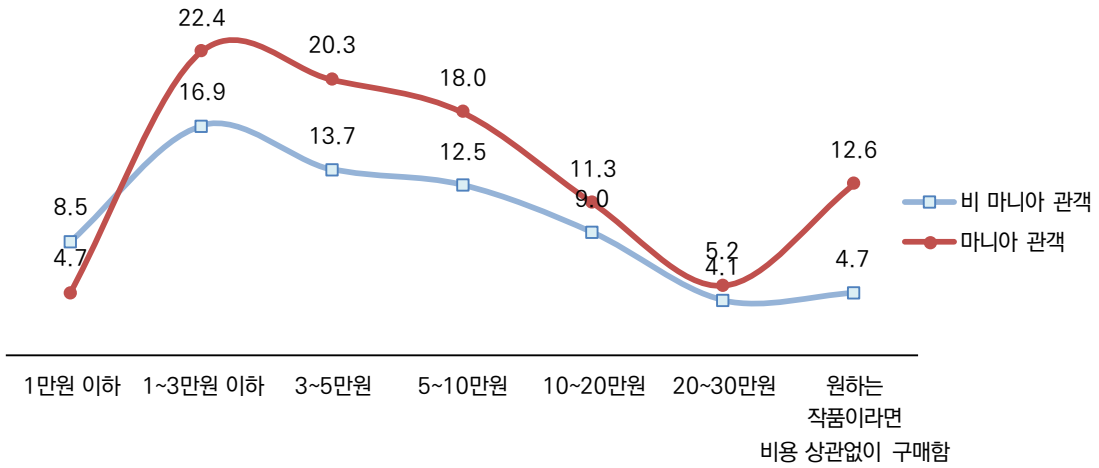
[그림 4-69] 입장권 구매 비용 분포-뮤지컬 공연 관람자

(표본수 1,680명, 단위:%)



[그림 4-70] 부가 상품 구매비용 분포-뮤지컬 공연 관람자

(표본수 1,680명, 단위:%)

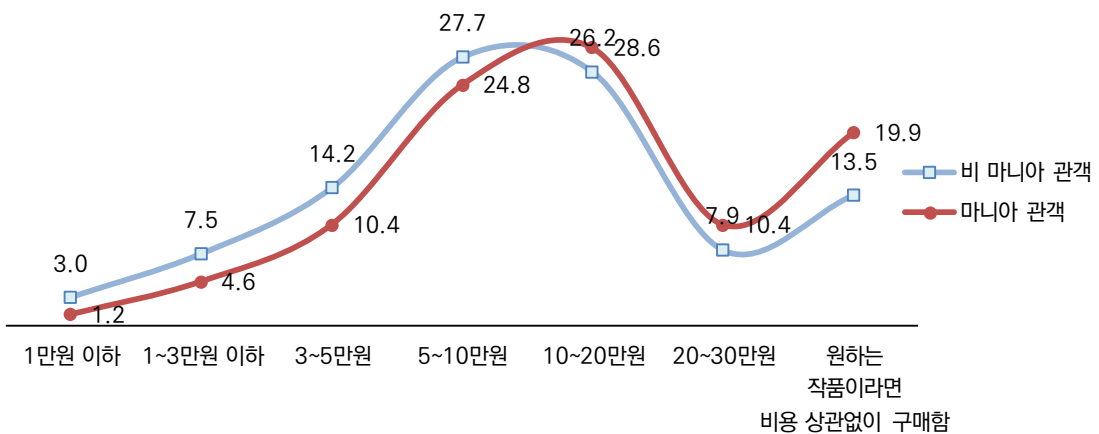


○ 음악 공연 역시 다른 공연에 비해 공연 입장권의 평균 가격이 높게 형성되어 있어 비 마니아 관객은 5~10만 원대 가격의 공연을, 마니아 관객은 10~20만 원대 가격의 공연을 가장 많이 관람하고 있음

- 다른 장르의 공연에 비해 원하는 작품이라면 비용에 상관없이 구매하는 비율은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간의 차이가 크지 않은 것이 특징
- 다만 부가 상품 구매에서는 차이를 보이는데, 마니아 관객들은 1~3만 원대 부가 상품을 가장 많이 구매하고 있고, 원하는 작품이라면 공연에 상관없이 구매하는 비율도 11.1%인데 반해, 비 마니아 관객은 1만 원 이하의 상품을 가장 많이 구매하고 있으며, 비용에 상관없이 구매하는 경우는 마니아 관객의 약 1/3 수준

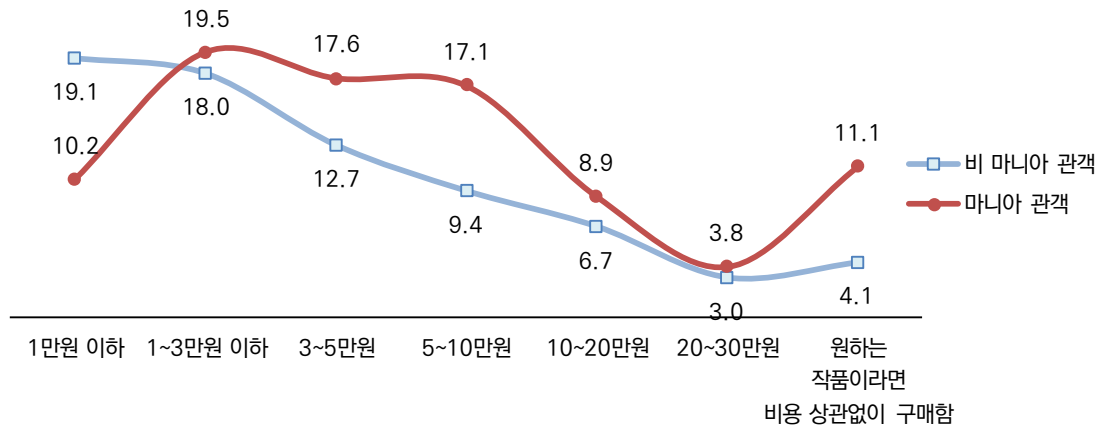
[그림 4-71] 입장권 구매 비용 분포-음악 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)



[그림 4-72] 부가 상품 구매비용 분포-음악 공연 관람자

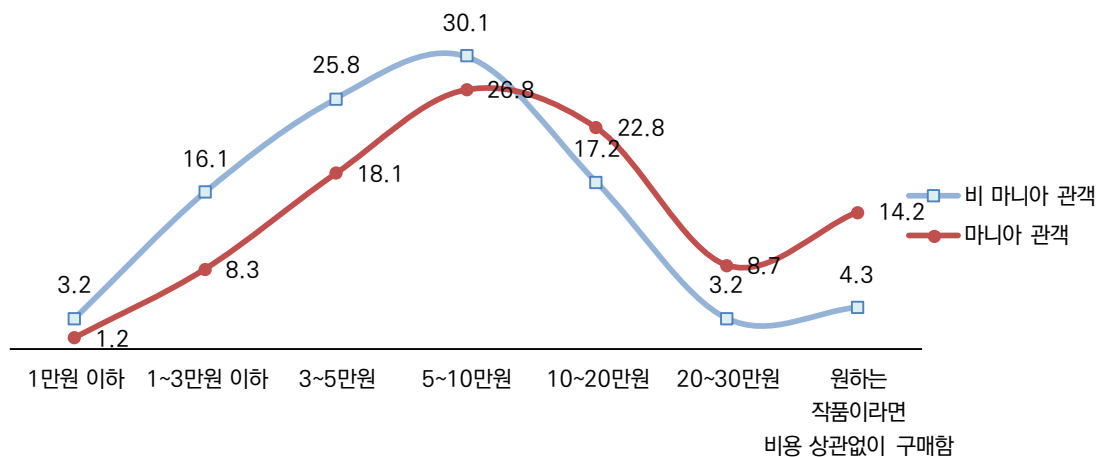
(표본수 1,155명, 단위:%)



- 무용 공연은 마니아 관객은 비용에 상관없이 공연 입장권을 구매하는 경우가 14.2%로 비 마니아 관객 4.3%에 비해 3배 이상 많았고 상대적으로 고가의 입장권을 구매하는 비율도 높은 편
 - 특히 부가 상품 구매에 있어서 마니아 관객들은 3만 원 이하의 부가 상품을 구매하는 층과, 5~10만 원대 부가 상품을 구매하는 층이 일부 구분된 것으로 보이며, 비 마니아 관객도 다른 장르와 달리 5~10만 원, 10~20만 원대 부가 상품을 구매하는 경우도 다소 분포하고 있음
 - 다만, 부가 상품을 금액에 상관없이 구매하는 비율은 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 약 4배 가까이 많은 편

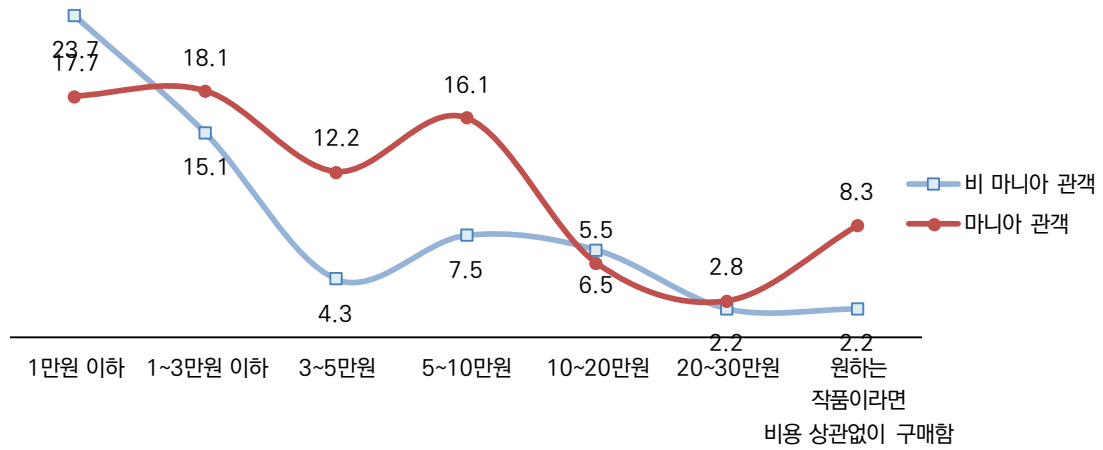
[그림 4-73] 입장권 구매 비용 분포-무용 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)



[그림 4-74] 부가 상품 구매비용 분포-무용 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)

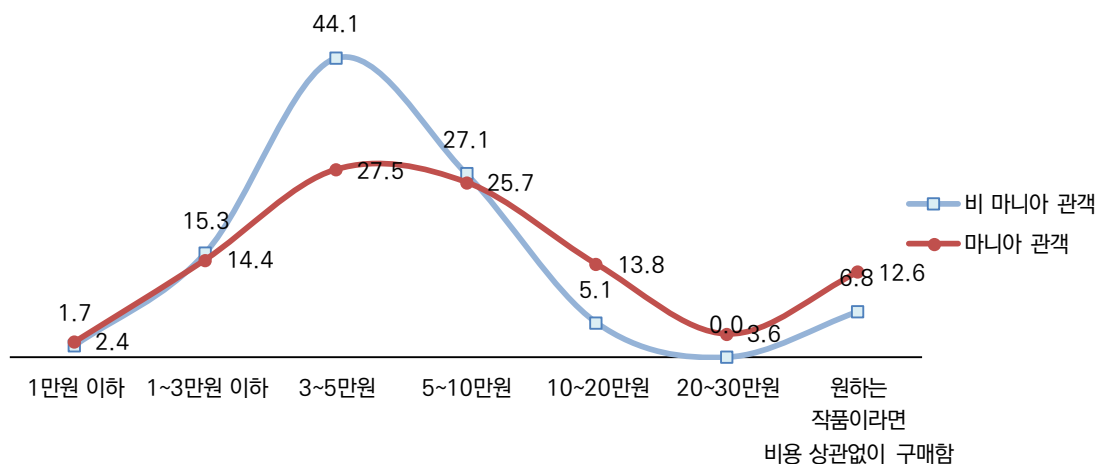


○ 국악 공연은 마니아 관객과 비 마니아 관객의 공연 입장권 분포가 확실한 차이를 보이는 장르임

- 마니아 관객은 3만 원 이상의 공연을 관람하는 경우가 많지만, 비 마니아 관객들은 3~5만 원대 공연을 중심으로 관람하고 그 이상의 가격에 공연 관람 비율은 급격히 낮아지는 것을 확인할 수 있음
- 부가 상품은 마니아 관객이 비 마니아 관객 모두 1만 원 이하의 상품을 주로 구매하는 편이지만, 원하는 작품이라면 비용에 상관없이 구매하는 비율은 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 약 5배 이상 많은 편

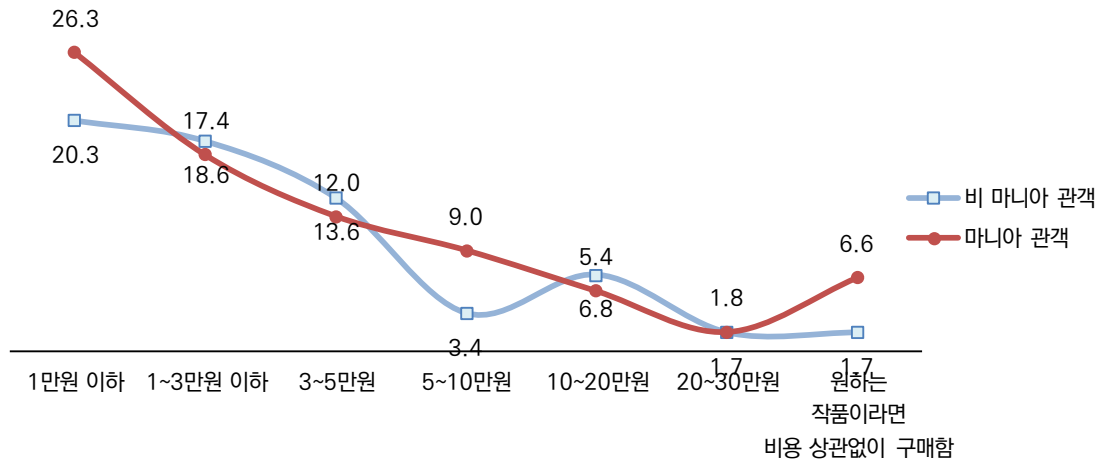
[그림 4-75] 입장권 구매 비용 분포-국악 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)



[그림 4-76] 부가 상품 구매비용 분포-국악 공연 관람자

(표본수 1,155명, 단위:%)



다. 입장권 구매처 및 구매 시기

- 마니아 관객 여부와 구매처 간에는 큰 관련성은 없었으나 공연 입장권의 구매 시기에는 차이가 있었음
 - 마니아 관객 중 연극 공연 관람자는 60.1%, 뮤지컬 관람자는 78.0%, 음악 공연 관람자는 72.0%가 공연 1개월 이전에 입장권을 구매하는 것으로 나타났으며 대체로 공연 3개월~1주 이내 가장 많이 구매
 - 반면, 무용이나 국악의 경우 공연 전 1~3개월에 구매하는 경우가 가장 많았고, 마니아 관객은 공연 전 3~6개월 이내 구매하는 비율이 비 마니아 관객에 비해 높았음

[표 4-26] 입장권 구매처 및 구매시기-각 공연 관람자

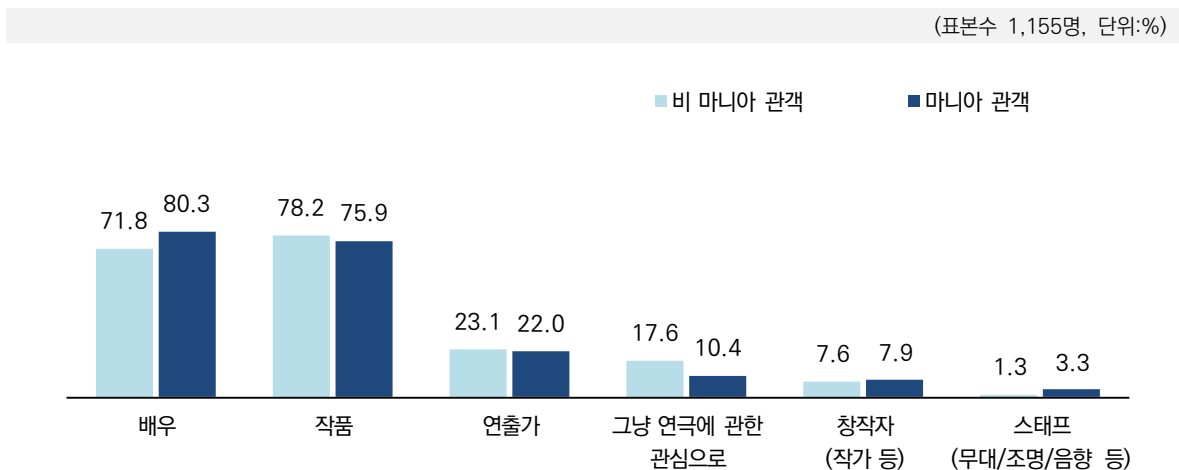
(단위:%)

		구매처		구매 시기					
		현장구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일	공연 1개월 이전에 구매
연극	비 마니아 관객	8.0	92.0	-	5.5	37.8	53.8	2.9	43.3
	마니아 관객	7.3	92.7	0.8	7.7	51.6	38.4	1.5	60.1
뮤지컬	비 마니아 관객	3.2	96.8	0.9	9.0	57.1	32.7	0.3	67.1
	마니아 관객	4.0	96.0	1.0	14.4	62.7	21.7	0.3	78.0
음악	비 마니아 관객	3.4	96.6	2.2	12.4	50.9	33.0	1.5	65.5
	마니아 관객	6.4	93.6	3.4	16.1	52.4	27.1	0.9	72.0
무용	비 마니아 관객	4.3	95.7	-	6.5	62.4	30.1	1.1	68.8
	마니아 관객	6.3	93.7	1.6	15.4	50.8	31.1	1.2	67.7
국악	비 마니아 관객	5.1	94.9	1.7	5.1	57.6	32.2	3.4	64.4
	마니아 관객	9.0	91.0	1.2	10.8	48.5	37.1	2.4	60.5

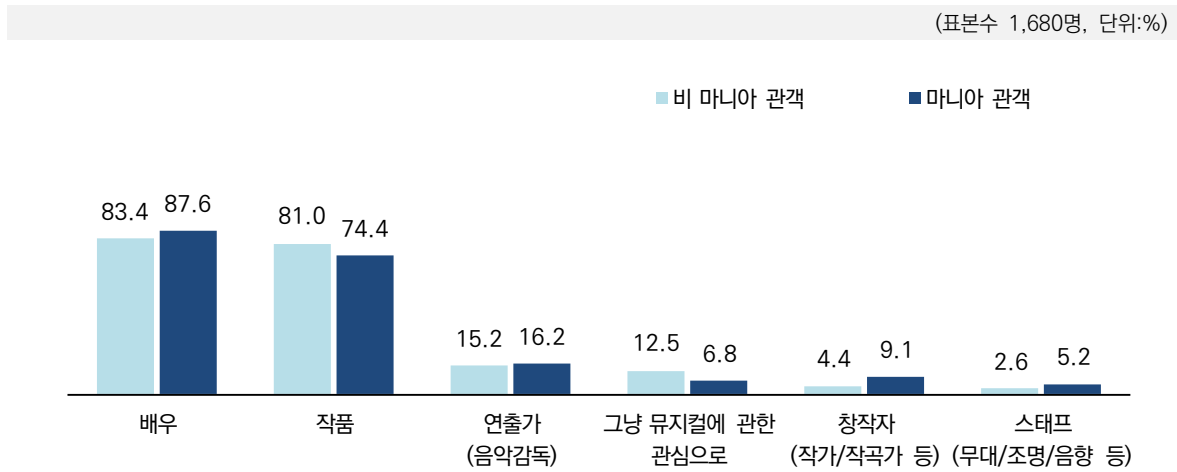
라. 장르별 공연 선택 요인

- 연극 공연과 뮤지컬 공연 관람자 중 마니아 관객은 작품보다는 선호하는 배우를 관람 공연 선택에 주된 요인으로 응답하는 경우가 많았고, 그 차이는 통계적으로도 유의미한 것으로 나타남
 - 연극 공연, 뮤지컬 공연 자체에 관한 관심으로 해당 장르의 공연을 관람하는 경우는 비 마니아 관객이 마니아 관객보다 유의미한 수준으로 더 많았고 이러한 이유로 마니아 관객으로 분류되지 않더라도 해당 장르의 공연을 자주 보는 관객이 많은 것으로 해석할 수 있음
- 뮤지컬 공연 관람자는 연극 공연 관람자와 달리 비 마니아 관객은 작품 자체를 고려하여 공연을 관람하는 사례가 마니아 관객보다 더 많지만, 마니아 관객은 선호하는 창작자와 스태프가 공연 관람을 선택하는데 유의미한 요인으로 분석됨
- 정리하면, 연극 공연 관람자 중 마니아 관객은 관람하는 공연을 선택하는데 배우가 중요 선택 요인이고 그 외 항목들은 공연 선택 시 비 마니아 관객과 큰 차이가 없었음
- 반면 뮤지컬 공연 관람자는 마니아 관객과 비 마니아 관객 간의 공연 선택 요인의 차이가 좀 더 명확한 편으로, 뮤지컬 공연 관람자 중 마니아 관객은 선호하는 배우, 창작자, 스태프가 참여하는지가 비 마니아 관객보다 더 중요한 것으로 나타남
- 연극과 뮤지컬 모두 연출가는 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 선택 차이가 크지 않았음

[그림 4-77] 연극 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 연극 공연 관람자



[그림 4-78] 뮤지컬 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 뮤지컬 공연 관람자



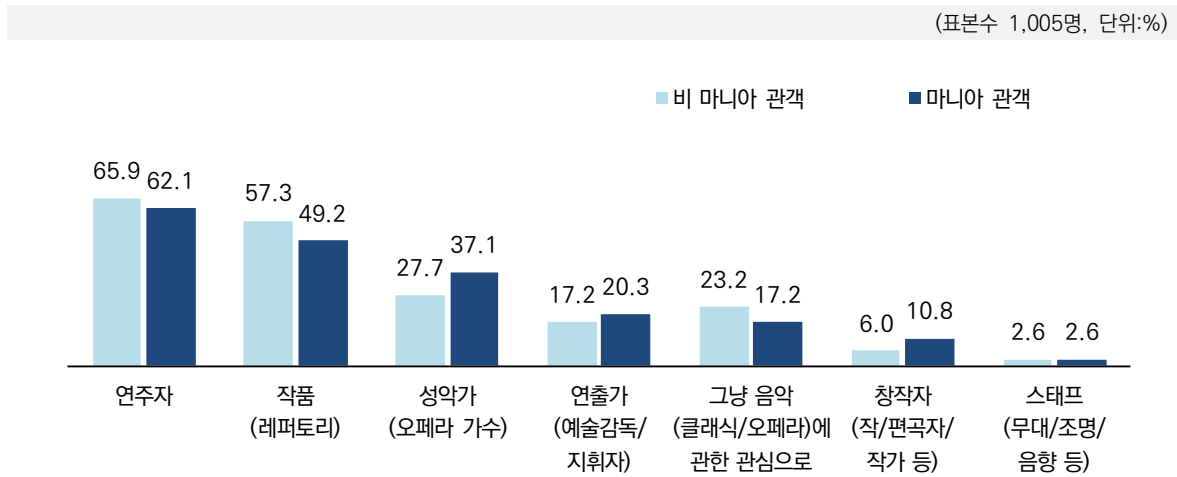
[표 4-27] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 각 공연 관람자
(단위:%)

		표본수	배우	작품	연출가	그냥 해당 장르의 공연에 관한 관심으로	창작자 (작가/작곡가 등)	스태프 (무대/조명/음향 등)
연극	비 마니아 관객	238	71.8	78.2	23.1	17.6	7.6	1.3
	마니아 관객	917	80.3	75.9	22.0	10.4	7.9	3.3
	유의확률		0.005**	0.467	0.721	0.002**	0.882	0.097
뮤지컬	비 마니아 관객	343	83.4	81.0	15.2	12.5	4.4	2.6
	마니아 관객	1,337	87.6	74.4	16.2	6.8	9.1	5.2
	유의확률		0.041*	0.011*	0.630	0.000**	0.005**	0.042*

* p<0.05, ** p<0.01

- 음악 공연 관람자들은 주로 연주자, 작품, 성악가, 연출가 순으로 관람할 공연을 선택하고 있으며, 그중 작품, 성악가, 음악 자체에 관한 관심, 창작자는 마니아 관객과 비 마니아 관객 간의 차이가 유의미한 것으로 확인됨
 - 마니아 관객은 선호하는 성악가와 창작자가 참여하는가를 비 마니아 관객보다 더 많이 고려하고 있지만, 비 마니아 관객은 마니아 관객보다 작품, 음악에 관한 관심으로 해당 작품을 관람하는 비율이 더 높았음
- 즉, 음악 공연 관람자 중 마니아 관객은 다른 장르와 유사하게 선호하는 성악가나 창작자가 참여하는지가 비 마니아 관객보다 좀 더 중요한 고려 요인이라면, 비 마니아 관객은 장르나 작품 자체를 보고 선택하는 경우들이 유의미하게 더 많은 것으로 나타남

[그림 4-79] 음악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 음악 공연 관람자



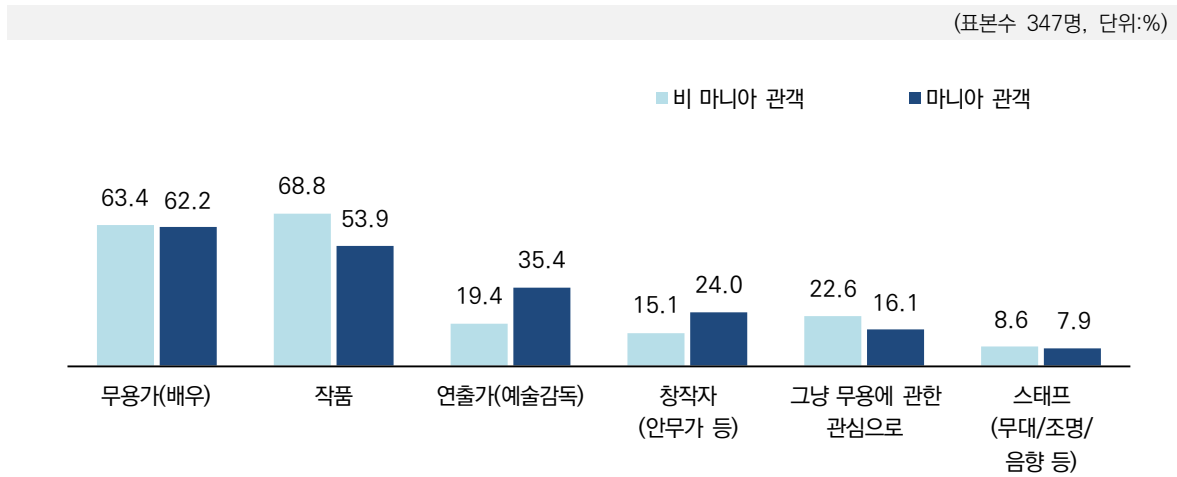
[표 4-28] 음악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 음악 공연 관람자 (단위:%)

		표본수	연주자	작품 (레퍼토리)	성악가 (오페라 가수)	연출가 (예술 감독/지휘자)	그냥 음악 (클래식/오페라)에 관한관심으로	창작자 (작/편곡자/작가등)	스태프 (무대/조명/음향등)
음악	비 마니아 관객	267	65.9	57.3	27.7	17.2	23.2	6.0	2.6
	마니아 관객	738	62.1	49.2	37.1	20.3	17.2	10.8	2.6
	유의확률		0.263	0.023*	0.006**	0.274	0.031*	0.021*	0.967

* p<0.05, ** p<0.01

- 무용 공연 관람자들은 주로 무용가, 작품, 연출가, 창작자 등을 고려하여 관람할 공연을 선택하지만, 마니아 관객은 비 마니아 관객보다 선호하는 연출가가 참여하였는지를 더 고려하는 반면, 비 마니아 관객은 작품 자체를 더 고려하는 것으로 나타남

[그림 4-80] 무용 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 무용 공연 관람자



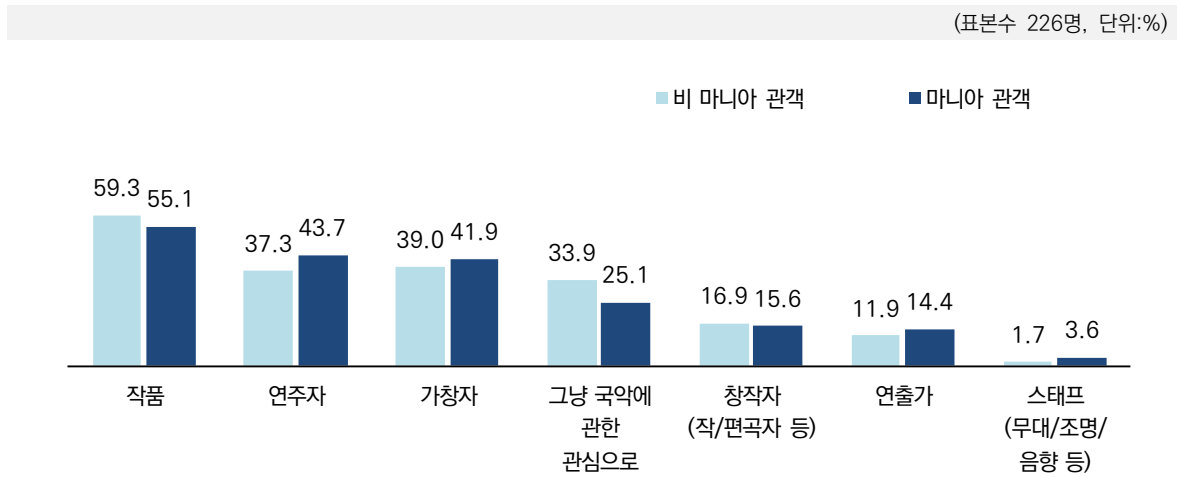
[표 4-29] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 무용 공연 관람자
(단위:%)

		표본수	무용가 (배우)	작품	연출가 (예술감독)	창작자 (안무가 등)	그냥 무용에 관한 관심으로	스태프 (무대/조명/음향 등)
무용	비 마니아 관객	93	63.4	68.8	19.4	15.1	22.6	8.6
	마니아 관객	254	62.2	53.9	35.4	24.0	16.1	7.9
	유의확률		0.834	0.013*	0.004**	0.073	0.166	0.826

* p<0.05, ** p<0.01

- 국악 공연 관람자들은 주로 작품, 연주자, 가창자를 관람할 공연을 선택할 때 주로 고려하고 있으며, 비 마니아 관객이 마니아 관객보다 작품, 국악이라는 공연 장르에 관한 관심으로 공연을 선택하는 비중이 상대적으로 높았음

[그림 4-81] 국악 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 국악 공연 관람자



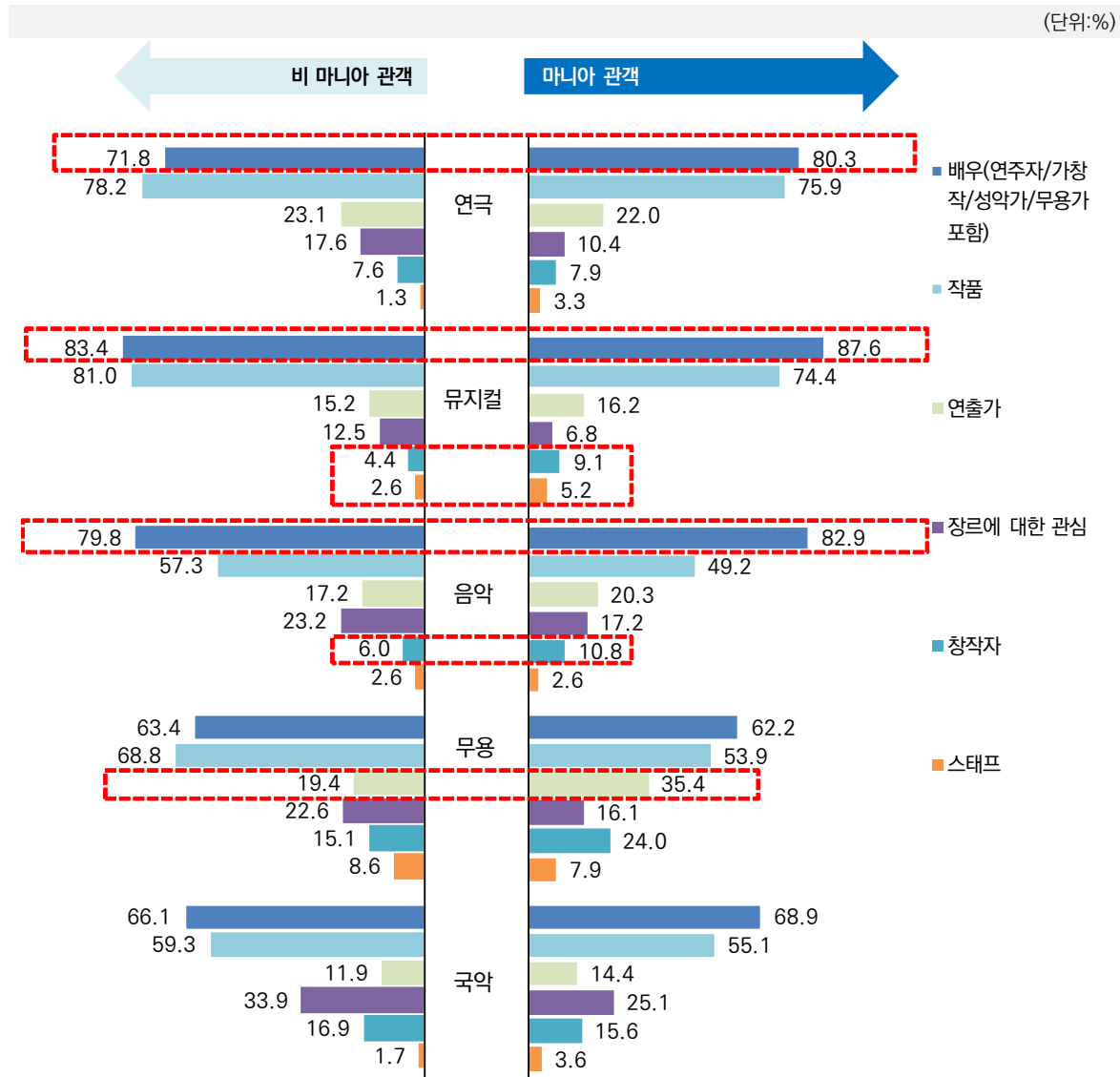
[표 4-30] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 국악 공연 관람자
(단위:%)

		표본수	작품	연주자	가창자	그냥 국악에 관한 관심으로	창작자 (작/편곡자 등)	연출가	스태프 (무대/조명/음향 등)
국악	비 마니아 관객	59	59.3	37.3	39.0	33.9	16.9	11.9	1.7
	마니아 관객	167	55.1	43.7	41.9	25.1	15.6	14.4	3.6
	유의확률		0.041*	0.514	0.834	0.011*	0.756	0.644	0.294

* p<0.05, ** p<0.01

- 모든 장르에서 관람 공연을 선택할 때 중요하게 고려하는 요인은 배우(연주자/가창자/성악가/무용가)와 작품으로 확인됨
- 다만 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 분명하게 나타나는 부분도 있는데, 연극, 뮤지컬, 음악 공연의 경우 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 선호하는 배우(연주자/가창자/성악가/무용가)의 출연 여부를 좀 더 많이 고려하고 있으며, 이는 통계적으로도 그 차이가 유의미한 것으로 분석됨
- 반면, 무용공연은 비 마니아 관객은 무용가보다는 작품을 더 많이 고려하는 반면, 마니아 관객은 연출가가 누구인지가 작품을 선택하는데 비 마니아 관객보다 더 중요하게 고려하는 것으로 확인됨
- 국악 공연의 경우 비 마니아 관객이 마니아 관객보다 작품이나 장르에 관한 관심으로 해당 공연을 선택하는 비율이 상대적으로 높은 편

[그림 4-82] 공연 관람시 주요 고려 요인(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 각 공연 관람자



마. 국악 공연 관람의 비율

- 국악 공연 관람자들을 대상으로 전체 국악 공연을 100으로 할 때, 전통적인 국악 공연과 여러 장르가 혼합된 퓨전 공연의 관람 비율을 확인하였음. 그 결과 비 마니아 관객과 비 마니아 관객 간의 국악 공연의 종류 차이는 통계적으로 유의미하지 않았음. 즉 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 관람하는 국악 공연의 종류 차이가 없다고 분석할 수 있음

[표 4-31] 국악 공연 관람의 비율-국악 공연 관람자

(단위:%)

		표본수	전통적인 국악공연	여러 장르가 혼합된 퓨전 공연	계
국악	비 마니아 관객	59	43.2	56.8	100.0
	마니아 관객	167	40.6	59.4	100.0
	유의확률	0.532			

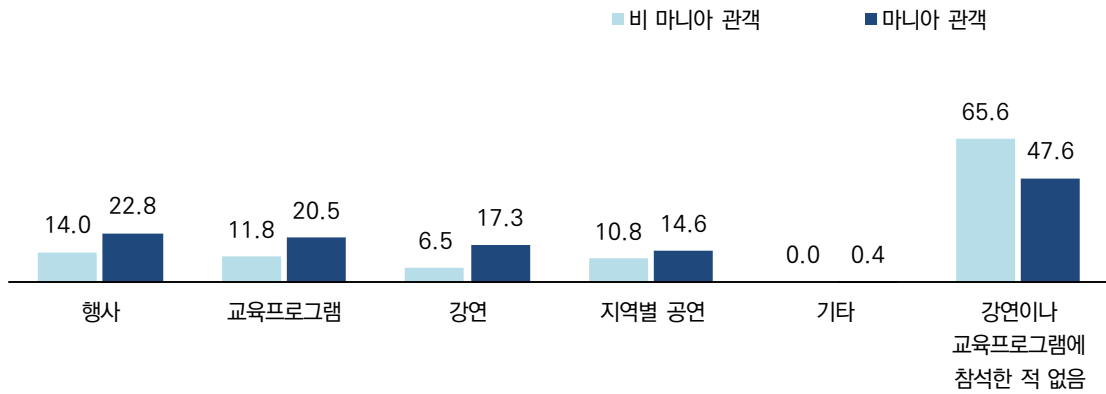
* p<0.05, ** p<0.01

바. 무용가의 오프라인 행사 참여 여부

- 무용 공연 관람자 중 마니아 관객들은 비 마니아 관객보다 선호하는 무용가(안무가)의 강연이나 교육프로그램, 행사 등에 더 많이 참여하고 있음
 - 행사에 참석하는 비율이 가장 높았고, 교육프로그램, 강연, 지역별 공연 관람 등의 순으로 참여
 - 특히 강연의 경우 비 마니아 관객보다 마니아 관객이 2배 이상 더 많이 참여하는 것으로 조사됨

[그림 4-83] 무용가의 오프라인 행사 참여 여부-무용 공연 관람자

(표본수 347명, 단위:%)



5. 공연 마니아 관객의 특징 요약

가. 마니아 관객 vs 비 마니아 관객 마니아 판별을 위한 특성 항목 비교

- 마니아 관객과 비 마니아 관객의 마니아 특성 항목 응답 내용을 비교한 결과, 공연 관람 전 공연 정보 습득과 관련한 항목을 제외하면 모든 항목에서 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 유의미한 것으로 분석됨
 - 공연 입장권 구매는 마니아 관객 중 51% 이상이 여러 회차 공연의 입장권을 구매하는 반면, 마니아 관객 중 92.3%는 1회 공연 건 만 구매하고 있음
 - 공연 관람 전·후 리뷰나 게시글 작성의 경우 비 마니아 관객은 약 36%만 리뷰나 게시글을 작성하는 반면, 마니아 관객은 92.6%나 리뷰 또는 게시글을 작성하고 있음
 - 부가 상품 구매에서도 차이를 보이는데, 비 마니아 관객 중에서는 43.3%만 부가 상품을 구매하는 반면, 마니아 관객 중에서는 96.7%가 부가 상품을 구매하고 있음
 - 모임 활동 역시 차이를 보이는데, 마니아 관객 중 34.6%가 공연 관련 모임 활동을 하지만, 비 마니아 관객 중에서는 19.9%만 모임 활동에 참여
 - 타인에 공연을 추천하는 비율은 마니아 관객이 더 높고, 마니아 관객은 특히 가족이 아닌 친구나 직장동료, 연인, 동호회/커뮤니티 등에 관람을 추천하고 있음
 - 공연 관람전에 공연과 관련한 정보를 확인하는 것은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 크지 않았으나, 이는 두 집단 간 차이가 없는 것이 아닌, 본 조사 대상의 특수성(인터파크와 세종문화회관 홈페이지 이용자) 때문일 것으로 예상함

[표 4-32] 마니아 관객 vs 비 마니아 관객 특성 항목 비교 결과-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)

		비 마니아 관객	마니아 관객
공연 입장권 구매 행태	1회 공연만 구매	92.3	40.8
	날짜별 여러 회차 구매	0.6	9.7
	공연 참여 인력을(출연진/스태프 등) 고려해 여러 회차 구매	2.3	19.9
	첫 번째 관람 후 공연 작품이 괜찮으면 반복 구매	4.7	29.4
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.000**	
공연 관람 전 공연 정보 습득 여부	매번 수집	52.8	52.1
	대부분 수집	34.4	36.5
	기금 수집	9.3	8.7
	수집하지 않음	3.5	2.6
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.640	
공연 관람전후 리뷰/게시글 작성	대부분 공연 관람 전후 작성하는 편	13.1	33.7
	기금 관람 전후 작성하는 편	23.0	58.9
	리뷰를 전혀 작성하지 않음	63.9	7.4
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.000**	
부가 상품 구매	매번 부가 상품 구매를 하는 편	4.6	11.5
	대부분 부가 상품 구매를 하는 편	4.1	22.7
	기금 부가 상품 구매를 하는 편	34.6	62.5
	부가 상품을 구매하지 않음	56.7	3.3
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.000**	
공연 관련 모임활동	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있음	19.9	34.6
	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있지 않음	80.1	65.4
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.000**	
타인에 공연 관람 추천	다른 사람에게는 추천하지는 않는 편임	20.1	2.6
	대부분 가족에게 관람할 것을 추천하는 편임	17.7	18.8
	대부분 친구나 직장동료, 연인에게 관람할 것을 추천하는 편임	56.4	65.5
	대부분 동호회/커뮤니티에 관람할 것을 추천하는 편임	5.7	12.7
	기타	0.1	0.5
	계	100.0	100.0
	유의확률(비 마니아 관객 vs 마니아 관객)	0.000**	

* p<0.05, ** p<0.01

나. 공연 선택 시 주요 고려 요인

- 관람할 공연을 선택할 때 중요하게 고려하는 요인에 대해 마니아 관객은 출연진과 연출자, 극단/단체, 기획사/제작사가 선호하는 곳인지를 비 마니아 관객보다 더 중요하게 고려하고 있으며 그 차이도 통계적으로 유의미하였음

[표 4-33] 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

	표본수	출연진	작품성	연출자	극단/단체	수상작 여부	기획사/제작사
비 마니아 관객	476	63.7	70.0	49.4	43.9	35.1	24.8
마니아 관객	1,657	71.9	67.0	51.9	47.0	32.1	34.2
유의확률		0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**

* p<0.05, ** p<0.01

- 마니아 관객과 비 마니아 관객들이 각 장르 공연을 선택할 때 어떤 부분을 상대적으로 더 고려하는지를 확인한 결과, 연극, 뮤지컬 공연은 배우를, 음악은 창작자를, 무용은 연출자를 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 좀 더 중요한 요인으로 응답

[표 4-34] 장르별 공연 작품 선택 요인의 중요성 비교(복수응답)-각 장르별 관람자

(단위:%)

	표본수	배우 (무용가/ 성악가/ 가창자/ 연주자 포함)	연출자	스태프 (무대/ 조명/음향 등)	창작자 (작가 등)	작품	해당 장르 공연에 관한 관심으로	
연극	비 마니아 관객	238	71.8	23.1	1.3	7.6	78.2	17.6
	마니아 관객	917	80.3	22.0	3.3	7.9	75.9	10.4
	유의확률		0.005**	0.721	0.097	0.882	0.467	0.002**
뮤지컬	비 마니아 관객	343	83.4	15.2	2.6	4.4	81.0	12.5
	마니아 관객	1,337	87.6	16.2	5.2	9.1	74.4	6.8
	유의확률		0.041*	0.630	0.042*	0.005**	0.011*	0.000**
음악	비 마니아 관객	267	79.8	17.2	2.6	6.0	57.3	23.2
	마니아 관객	738	82.9	20.3	2.6	10.8	49.2	17.2
	유의확률		0.250	0.274	0.967	0.021*	0.023*	0.031*
무용	비 마니아 관객	93	63.4	19.4	8.6	15.1	68.8	22.6
	마니아 관객	254	62.2	35.4	7.9	24.0	53.9	16.1
	유의확률		0.834	0.004**	0.826	0.073	0.013*	0.166
국악	비 마니아 관객	59	66.1	11.9	1.7	16.9	59.3	33.9
	마니아 관객	167	68.9	14.4	3.6	15.6	55.1	25.1
	유의확률		0.697	0.644	0.294	0.756	0.041*	0.011*

* p<0.05, ** p<0.01

다. 확인하는 공연 관람 정보의 내용 및 정보 확인의 적극성 비교

- 공연을 관람하기 전에 찾아보는 정보의 내용은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간 차이가 크지 않았음. 그러나 관람하지 않는 공연에 대해서는 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 더 적극적으로(매우 적극적+적극적) 관련 정보를 수집하고 있으며, 그 차이도 통계적으로 유의미한 수준. 즉 마니아 관객은 공연 선택 시 비 마니아 관객보다 출연진이나 연출자, 창작자 등을 더 중요하게 고려하고 있으며, 이러한 정보는 해당 공연을 관람하지 않더라도 비교적 적극적으로 확인하는 것으로 분석됨

[표 4-35] 공연 관람 전 확인하는 정보의 내용(복수응답)

(표본수 2,328명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
출연진 정보	85.0	85.3
연출자(예술감독/음악감독 포함), 스태프 정보	41.4	49.9
극단, 단체 관련 정보	31.7	32.7
공연 작품에 대한 정보(스토리/브랜드/수상 경력 등)	71.5	70.3
입장권 구매 비용	60.4	57.7
입장권 구매 관련 할인제도	55.2	56.5
공연장 내 편의시설 여부(카페/수유 시설 등)	7.7	11.1
공연장까지의 접근성(대중교통/주차장 여부 등)	43.6	43.7

[표 4-36] 관람하지 않는 공연에 관한 정보를 찾아보는지 여부

-출연진, 연출자, 극단/단체, 공연작품에 대한 정보 확인자

(표본수 2,178명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
매우 적극적인 편이다	13.7	17.2
적극적인 편이다	32.5	43.4
보통이다	45.0	34.0
소극적인 편이다	8.8	5.3
기타	-	0.1
유의확률	0.000**	

* p<0.05, ** p<0.01

라. 공연 관련 부가 상품 구매 및 리뷰 작성 행태

- 마니아 관객은 비 마니아 관객보다 공연 관련 부가 상품을 더 많이, 더 다양하게 구매하고 있음
- 특히 마니아 관객 중 절반 내외가 프로그램북, 음반(음원), 관련 굿즈 등을 구매하고 있으며, 평균 구매하는 부가 상품도 약 2~3종 내외를 구매하고 있음

[표 4-37] 부가 상품 구매 여부 및 구매 종류-연 4회 이상 유료 공연 관람자
(표본수 2,208명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
프로그램북	38.6	55.8
대본	7.7	22.4
음반(음원)	25.9	45.6
출연진 관련 사진집	3.4	16.2
관련 상품(머그컵, 파규어, 우산, 가방, 옷 등)	25.0	51.3
그 외 부가 상품	0.0	1.0
구매하지 않음	34.7	6.2
구매상품의 종류(개수)	0.7	1.9

- 마니아 관객 중 93% 이상이 공연과 관련한 리뷰를 작성하거나 관련 내용을 공유하고 있으며, 특히 개인 SNS, 온라인 커뮤니티 게시판, 출연진 팬카페에 리뷰를 작성하거나 공유하는 비율이 비 마니아 관객보다 2개 이상 많았음

[표 4-38] 공연 작품에 대한 리뷰/공유 경로(복수응답)-연 4회 이상 유료 공연 관람자
(표본수 2,208명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
개인 SNS(인스타그램, 페이스북, 트위터 등)	43.6	66.1
개인 블로그(네이버 블로그, 티스토리)	20.6	29.6
공연 관련 웹사이트	17.0	23.8
온라인 커뮤니티 게시판	13.5	23.5
오프라인 동호회/동아리 등 커뮤니티	6.7	9.7
출연진 팬카페	2.8	9.5
제작사/극단/기획사 홈페이지	3.8	4.9
별도로 리뷰하거나 공유하지 않음	28.9	6.8

- 마니아 관객은 주로 공연 관람에 대한 인증과 기록을, 비 마니아 관객은 공연 작품에 대한 평가를 목적으로 리뷰를 작성하는 편이며, 마니아 관객 중 40.5%가 거의 모든 공연 관람 전후에 리뷰를 작성하고 있어 비 마니아 관객보다 더 자주 리뷰를 작성하는 것으로 분석됨

[표 4-39] 공연 작품에 대한 리뷰 작성 내용-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자
(표본수 1,948명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
공연 관람 인증/또는 기록의 목적(사진 등 게재)	43.1	49.7
공연 작품에 대한 전반적인 평가(요약/비평)	51.1	43.3
공연장 위치, 주변 맛집 등에 관한 소개의 내용	3.3	3.8
입장권 구매 방법/할인 정보 제공 등의 정보 제공의 내용	2.5	3.3
유의확률	0.016*	

* p<0.05, ** p<0.01

[표 4-40] 공연 작품에 대한 리뷰 작성 빈도-연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 리뷰 작성자
(표본수 1,948명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
거의 모든 공연 관람 전후에 작성	28.0	40.5
일부 공연에 대해서만 작성	72.0	59.5
유의확률	0.000**	

* p<0.05, ** p<0.01

마. 공연 관련 기부/단체(기관) 회원/팬클럽·동호회 활동 경험

- 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 팬덤이나 팬카페 활동을 더 많이 하고 있으며, 비 마니아 관객보다 좀 더 다양한 오프라인 활동에 참여하고 있는 것으로 나타남
- 특히 배우나 예술가에게 선물을 보내는 행위는 마니아 관객이 비 마니아 관객보다 3배 이상 많이 하는 것으로 나타남

[표 4-41] 팬덤/팬카페 활동 여부-연 4회 이상 유료 공연 관람자
(표본수 2,208명, 단위:%)

		비 마니아 관객	마니아 관객
팬덤/팬카페 활동 여부	활동함	8.9	28.8
	활동 안함	91.1	71.2
	유의확률	0.000**	

* p<0.05, ** p<0.01

[표 4-42] 오프라인 팬덤/팬카페 활동 내용(복수응답)-오프라인 팬덤/팬카페 활동자
(표본수 347명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
팬 미팅/이벤트 참여	61.5	64.2
공연 관련 행사 참가	30.8	46.7
단체 공연 관람	50.0	38.9
배우/예술가에게 선물 보내기	7.7	26.8
작품 내용 평가	15.4	21.8
활동비 모금 활동/후원 활동	19.2	19.0
작품 제작에 서포터즈로 참여	11.5	18.1
출퇴근길 사인받기	11.5	18.1
공연 관련 작품 2차 창작물 제작	-	7.2
작품 관련 세미나/스터디/토론회	7.7	5.6
강연 또는 교육프로그램 수강	3.8	4.4

- 마니아 관객 중 72%가 공연장, 기획사, 극단/공연 단체 등에 회원가입 활동하고 있으며, 비 마니아 관객보다 유료 회원으로 가입하여 회원비를 납부하거나 활동비나 지원사업 모금 활동에 참여, 도시락 차 등의 현물 제공에 참여하는 사례도 2배 이상 많은 것으로 나타남

[표 4-43] 공연장, 기획사, 극단/공연 단체 등에 회원가입 활동 여부(복수응답)
-연 4회 이상 유료 공연 관람자
(표본수 347명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
무료 회원으로 가입되어 있음	47.9	54.5
유료 회원으로 가입되어 있음(회원비 납부)	10.7	21.3
활동비나 지원사업 모금 활동/후원 활동 참여	2.0	6.2
도시락/커피차 제공 등 현물 제공/지원 참여	1.2	4.8
회원가입은 하지 않았음	42.6	28.0
기타	0.2	0.1

- 이상의 내용을 정리해 보면, 마니아 관객은 비 마니아 관객보다 팬덤/팬카페에 가입하여 활동하는 비율도 상대적으로 높고, 팬 미팅이나 이벤트 참여 외에도 배우나 예술가에 선물을 보내거나 작품 내용의 평가, 서포터즈로 활동, 2차 창작물 제작 등 좀 더 적극적인 형태의 오프라인 활동을 더 많이 하고 있음. 더불어 공연장이나 극단/단체에 유료 회원으로 가입해서 정기적으로 회비를 납부하거나 후원 활동에 참여, 도시락/커피차 등 현물 제공에도 더 적극적으로 참여하는 것이 확인됨

바. 문화예술 활동 경험의 특성

- 학창 시절 또는 그 이후 공연예술과 관련한 교육 경험이 있는지를 비교하였으나 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 교육 경험에는 큰 차이가 없었음. 다만 이는 본 자료의 분석 대상이 연 4회 이상 유료 공연을 관람한 경우만 분석된 것으로 일반 관람자와 차이라고는 볼 수 없음
- 일반 관람자와의 비교를 위해 문화체육관광부의 「2022년 국민문화예술활동조사」 결과 공연예술 관련 교육 경험자와 미 경험자 간 공연예술 관람 횟수를 비교한 결과, 공연예술 교육 경험자가 미 경험자보다 공연예술을 관람한 비율도 30% 이상 많았고, 더 많이 관람하는 것도 확인되었음. 즉 공연예술에 대한 교육 경험은 공연을 더 많이, 더 자주 보게 하는 중요한 요인이나, 일정 수준 이상(본 연구에서는 연 4회)으로 공연을 자주 보는 경우, 교육 경험 여부에 의한 관람의 정도 차이는 미미한 것으로 보임

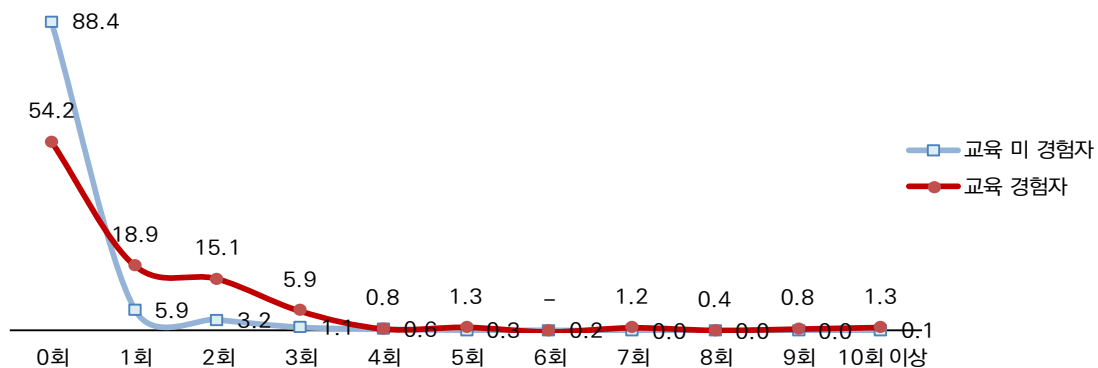
[표 4-44] 공연예술 관련 교육 경험-연 4회 이상 유료 공연 관람자 (표본수 2,208명, 단위:%)

	비 마니아 관객	마니아 관객
초/중/고/대학교 재학 당시 정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	15.8	13.1
초/중/고/대학교 재학 당시 학원 등 비정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	12.9	16.0
중/고/대학교에서 공연예술 분야를 전공했음	6.3	6.0
학창 시절 이후 특정 기관(학원/재단 등)에서 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	5.7	6.9
공연예술 분야를 교육받은 적이 없음	59.2	58.0
유의확률	0.892	

* p<0.05, ** p<0.01

[그림 4-84] 공연예술 관련 교육 경험여부 별 공연예술 관람 횟수(2022년 국민문화예술활동조사)

(표본수 10,139명, 단위:%)



- 해외에서 개최되는 공연에 관심을 두고 있는 비율은 마니아 관객이 비 마니아 관객에 비해 많았고, 그 차이도 유의미하였음. 그러나 해외 공연을 관람하기 위해 해외 지역을 방문하거나 다른 목적으로 해외 방문 시 공연을 관람한 비율은 마니아 관객과 비 마니아 관객 간에 차이가 없었음
- 다만, 좋아하는 예술가의 공연을 관람하기 위해 해외 공연장을 방문한 경험은 마니아 관객이 비 마니아 관객에 비해 많았음

[표 4-45] 해외 공연 관람 경험의 차이 비교-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(단위:%)

		비 마니아 관객	마니아 관객
해외 공연 관람 경험	해외 공연 관람	31.7	40.9
	유의확률	0.000**	
공연 관람을 위한 해외 지역 방문 경험	해외 공연을 관람하기 위해 해당 지역 방문	20.6	23.9
	다른 목적의 여행이나 좋은 공연이 있다면 관람하기도 함	56.3	57.9
	유의확률	0.155	
좋아하는 예술가의 공연을 관람하기 위해 해외 공연장 방문한 경험	공연 관람 경험 있음	27.2	35.0
	유의확률	0.014*	

* p<0.05, ** p<0.01

사. 마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략

- FGI 결과 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 내용들을 정리하면 크게 ①공연 입장권의 비용에 대한 부분, ②공연 회차/지역 공연의 증가를 통한 공연을 접할 기회의 증가, ③공연 관람 분위기 조성, ④공연 관련 다양한 선행 경험, ⑤질 좋은 공연의 경험 등으로 정리할 수 있음
- 특히 공연 입장권 비용은 무조건 낮추는 것이 아니라 좌석 선택의 기준을 다양화하자는 의견이 많았음

<공연 입장권에 대한 의견>

“20대 이상이라면 월 3~4회 정도는 공연을 관람해야 마니아 관객이라고 생각해요. 공연을 관람할 때 비용을 고려하지 않을 수 없는데, 좌석별로 입장권 가격이 더 세분되어야 한다고 생각합니다. 국내의 경우 현재 1층 1열 전체가 18만 원으로 책정되어 있는데 시야 확보에 따라 사이드 쪽은 16만 원, 14만 원 등등으로 세분되면 합리적일 듯하다고 생각해요. 현재는 입장권 취소 수수료가 30%에 달하고 있어서 선뜻 구매하기가 꺼려져요. 세종문화회관의 경우, 10일 전 취소의 경우 취소 수수료 10%를 적용하는데 그 정도는 괜찮다고 생각해요(43세 여자 직장인)”

“국내 극장의 경우, 시야 확보가 잘 이루어지지 않는 1층 1열 사이드 좌석의 경우에도 VIP 입장권으로 판매하고 있는데 1층 또한 여러 등급으로 좌석을 나누어 판매해야 한다고 생각해요. 외국의 경우, 시야 확보가 잘되지 않는 극장의 경우, 무대 단차를 높이고 앞 열의 좌석은 좀 더 저렴한 가격으로 판매하고 있어요(38세 여자 직장인)”

“연주자의 입장에서 대관료 인하가 필요하다고 생각하고 음악에 쉽게 접근할 수 있는 여건 조성을 해야 한다고 생각합니다(64세 남자 사업가)”

“단체 관객 예매 시 할인 혜택이 최우선으로 주어지면, 자연스럽게 관람 빈도가 증가하고 마니아 관객이 될 것 같아요(55세 주부)”

<공연 회차의 증가를 통한 공연을 접할 기회의 증가>

“한 달에 3~4회 정도는 공연을 봐야 마니아라고 생각합니다. 입장권 구매 가격이 좀 더 저렴해지면 더 많은 마니아가 생겨날 수 있을 것 같아요. 발레, 오케스트라 공연의 경우 대체로 시즌성으로 공연 기간이 짧은 편인데, 공연 회차를 더 늘리면 더 많은 관객이 조금은 더 저렴한 입장권 가격으로 공연 관람이 가능해진다고 생각해요. 숄소리조차 내기 힘든 엄숙한 공연 관람 분위기가 좀 더 자유로워져야 한다고 생각합니다. 우리나라의 경우 남의 눈을 과도하게 의식하는 경향이 있는 것으로 느껴지고, 이러한 점이 공연 관람에 있어서 불편을 느끼게 하는 요소로 작용한다고 생각해요(55세 남자 자영업)”

“세종문화회관 천원의 행복 공연처럼 정부에서 저렴한 가격으로 지원하는 공연을 일회성이라도 접하는 기회가 필요하다고 생각해요(53세 남자 직장인)”

“일반 관객의 수준에 맞게 쉬운 곡들 위주로 접할 수 있는 공연 구성이 중요한데 클래식 음악의 곡 중에서 대중적인 곡들에 대한 정보 공유 활성화가 필요해요. 접근성이 좋은 장소에서 사람들이 무료로 볼 수 있는 야외 음악회 개최가 필요하다고 생각해요(46세 여자 직장인)”

“마니아 관객이 되기 전에 공연을 찾는 관객이 많아져야 하고 그 다수가 공연 입장권을 구매하게 만들기 위해서는 미디어를 통해 구매자를 자극해야 한다고 생각해요. 국악 공연은 상대적으로 작품에 대한 홍보가 잘 이루어지지 않는데, 미디어에서 이를 홍보해서 관심을 유도하게 만드는 것이 선행되어야 한다고 생각합니다. 공연 관람 장애요인: 초대권이 많이 배포된 공연인지 유료 관객이 많은 공연인지에 따라 공연 관람 분위기가 질적으로 다르고, 초대권이 많이 배포된 공연은 공연 관람 예절이 부족한 관객이 많다고 느껴집니다(59세 남자 직장인)”

“요즘의 국악 공연 홍보는 현대적으로 잘 이루어지고 있다고는 생각해요. 길거리에서 눈길을 끄는 포스터도 발견한 적이 있고 호기심이 생겨 보러 간 적도 있어요. 이러한 홍보들이 계속 필요하다고 생각합니다. 다만 공연에 대한 권위 의식 또는 선입견(공연계가 대중문화보다 좀 권위 있게 보이려고 하는 듯한 느낌)을 이 있다고 생각해요. 실제 공연을 관람해 보면 관객 대다수는 평범한 사람들이고 우아한 사람만 가는 것은 아니잖아요. 대중적으로 다가가기 쉽게 홍보할 수 있는 전략이 필요하다고 생각해요(59세 주부)”

“지역에 따른 공연 관람의 기회 차이가 심함. 지방자치단체의 지원으로 소소한 예술 공연을 제작하여 관람의 기회를 제공하면 좋겠다고 생각해요. 기술적 결함은 극에 대한 몰입을 저해하기 때문에 제작사의 노력이 필요하다고 생각합니다(29세 여자 직장인)”

〈공연 관련 다양한 선행 경험〉

“연극 동아리에 있었는데 그 기회로 연극에 관해 관심을 두게 되었고 그것이 계기가 되어 다양한 장르의 공연에 관한 관심으로 이어졌어요. 국문을 전공하고 판소리에 관해 관심을 두게 되며 직접 배우게 되었고 해금에도 관심이 생겨 해금 교육도 받게 되었습니다. 국악기를 배우며 국악 공연에 관한 관심이 높아졌어요(26세 남자 대학생)”

“동호회에 가입하면 많은 마니아 관객이 생겨날 수 있다고 생각해요. 공연을 접해 보지 않은 사람들도 친구 초대로 동호회에 가입하는 경우가 있는데 한 번 보게 되면 서서

히 빠져들게 되고, 다양한 것을 접하게 되면서 혼자 가는 경우도 생기는 것 같아요(43세 여자 직장인)”

〈질 좋은 공연의 경험〉

“공연 자체에 대한 관심도가 높았고, 국악 쪽에 관심이 특히 많아진 이유는 창극의 작품 내용이 질적으로 굉장히 좋아졌기 때문이에요. 한국 사람으로서 한국만의 것을 많이 접하고자 하는 생각도 있었어요. 창극에 관심을 두게 되면서 좋아하는 소리꾼이 생겼고 해당 소리꾼이 출연하는 창극은 입장권을 예매해서 공연을 관람하고 있어요(52세 여자 직장인)”

〈공연 관람 분위기 조성〉

“시체 관극은 문제가 되지만, 공연 중에 집중하는 암묵적인 규칙은 필요하다고 생각합니다. 기술적 결함이 잦아지고 보상에 대한 부분도 미흡하여 이에 대한 투자와 노력이 필요하다고 생각합니다. 이러한 문제는 제작사에 대한 불신과 불쾌감으로 이어져서 장기적으로 보면 마니아 관객이 떠나는 요인이라고 생각합니다(33세 여자 직장인)”



05

|

공연 마니아 관객 양성을 위한 전략 및 제언

제5장 공연 마니아 관객 양성을 위한 전략 및 제언

1. 개요

- 그동안 우리나라 공연시장에서 공연 마니아 관객은 공연기획/제작·유통·소비에 다양한 영향을 미친다고 평가되고 있음
 - 2006년 뮤지컬 ‘김종욱 찾기’ 제작사는 기획 단계 검증을 위해 뮤지컬 동호회 926명을 대상으로 설문조사를 시행하여 선호하는 배우와 작품 콘셉트 등을 확인하고 조사 결과를 작품에 반영하는 등 공연시장에서 공연 마니아 관객은 제3의 큰 손으로 불릴 정도로⁵⁶⁾ 그 영향력이 점차 증가하고 있음
 - 물론 공연 마니아 관객의 리뷰가 영향력을 갖게 되면서 작품에 지나치게 개입한다는 문제가 발생하기도 하지만,⁵⁷⁾ 반대로 공연 관련 지식수준이 높아서 온라인으로 같은 마니아뿐 아니라 비 마니아 관객의 작품 감상 길잡이 역할을 하는 등 공연시장에 미치는 긍정적 영향도 부정할 수 없음

- 이 연구의 설문조사에서도 밝혀졌듯이 공연 마니아 관객은 리뷰 또는 게시글을 많이 작성하며, 타인에게 공연 관람을 추천하고, 부가 상품 구매율이 높으며, 여러 회차 입장권을 구매하고, 공연 관련 모임 활동이 많으며, 관람 여부 상관 없이 공연 관련 정보 수집을 적극적으로 하는 등 다양한 특성을 보유하고 있음
 - 다만 설문조사에서 연 4회 이상 유료 공연 관람자 중 비 마니아 관객으로 분류한 집단도 공연 마니아 관객의 특성을 보유하고 있지만, 특성에서 가장 영향력이 있는 항목(리뷰 또는 게시글 작성, 부가 상품 구매 등)의 평균값이 낮고 그 외 항목도 공연 마니아 관객 평균값보다 낮게 나타난다는 점은 비 마니아 관객의 공연 관련 관여도 즉 관심 정도가 낮기 때문임
 - 관여도는 다양한 선행연구에서 밝혀졌듯이 관심 정도로 정의할 수 있는데 특정 대상에 관여도가 높을수록 관심 정도가 커질 수 있음⁵⁸⁾
 - 본 조사 결과에서도 마니아 관객의 조건으로 한 개의 공연 작품을 반복해서 관람(67.3%) 관람하거나, 공연에 대한 정보를 수집(54.5%), 공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹 상에 작성(50.3%), 출연진의 팬카페/팬덤활동(33.3%), 공연 단체/공연장 홈페이지에 유료로 가입하여 활동(32.0%) 등을 마니아 관객의 주요 조건으로 응답한 비율이 많았음

56) 김희연((2006.05.01.), 「뮤지컬 마니아는 ‘제3의 큰손’», 경향신문.

57) 김영주(2012.08.14.), 「한국 뮤지컬 마니아 1」, 더 뮤지컬.
www.themusical.co.kr/Magazine/Detail?num=1032 참조.

58) 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 569. 참조.

- 한편 공연 마니아 관객 양성 전략을 수립하기 위해서는 양성의 사전적 의미를 살펴볼 필요가 있는데 양성이란 명사로 “실력이나 역량 따위를 길러서 발전시킴, 가르쳐서 유능한 사람을 길러냄”⁵⁹⁾이라는 뜻을 내포하고 있음
 - 이에 본 장에서는 공연 마니아 관객 양성을 위해 필요한 점(실력이나 역량 등) 무엇인지 파악하여 우리나라 공연 마니아 관객의 질적 성장을 위한 기본 전략을 제시하였음

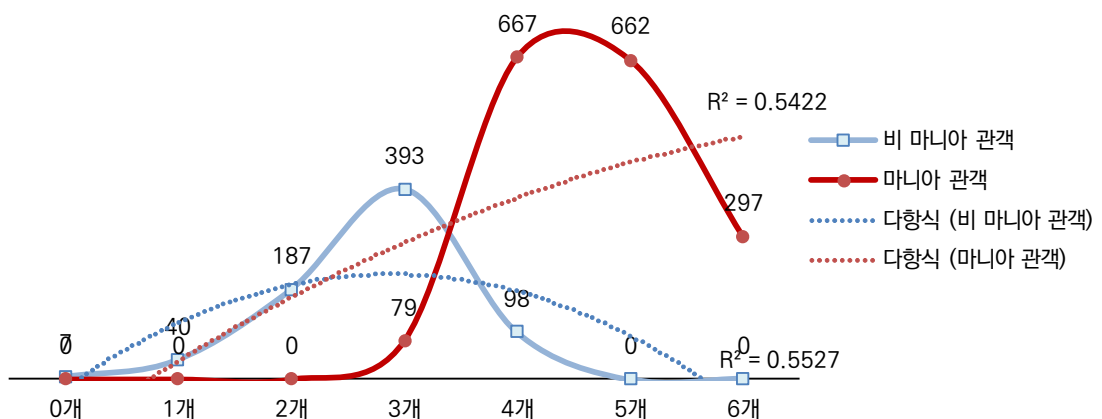
2. 공연 마니아 관객 양성 전략

가. 공연 마니아 관객의 특성 항목에 따른 전략

- 이 연구에서 정의한 공연 마니아 관객은 모두 동일한 수준의 특성을 보유하지 않았음. 즉, 공연 마니아 관객도 앞서 특성 항목을(리뷰 또는 게시물 작성, 타인에게 공연 관람 추천, 부가 상품 구매, 여러 회차 입장권 구매, 공연 관련 모임 활동, 공연 관련 정보 수집) 충족하는 비율별로 집단이 구분됨
- 설문조사 분석 결과 공연 마니아 관객을 구분하는데 가장 영향을 미친 항목은 ‘①부가 상품 구매’, ‘②공연 관련 리뷰작성’ 항목에 해당
 - 공연 마니아 관객으로 구분한 1,705명을 집단별로 구분하면, 항목 ①, ②번을 포함해 마니아 특성 항목을 최소 3개 충족하는 집단(79명), 4개 충족하는 집단(667명), 5개 충족하는 집단(662명), 6개 충족하는 집단(297명)으로 구분할 수 있음

[그림 5-1] 비 마니아 집단 vs 마니아 집단의 마니아 특성 항목 해당 개수 비교
-연 4회 이상 유료 공연 관람자

(표본수 2,430명, 단위:%)



59) <https://dict.naver.com/dict.search?query=%EC%96%91%EC%84%B1&from=tsearch>
<https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>

- 다만 위와 같이 집단별 구분은 가능하지만, 각 항목에 관한 관심 정도 또는 애착 정도는 집단마다 또는 개인마다 다를 수 있음. 즉, 공연 마니아 관객의 관심 정도 또는 애착 정도의 정성적 판단은 공연 마니아 관객으로 구분한 1,705명 모두 개별 인터뷰를 이용하여 파악할 수 있는 부분으로 향후 이 부분에 대한 심화 연구가 요구됨

[표 5-1] 특성 항목별 정성적 판단 기준

특성 항목	정성적 판단 기준	공연 마니아 관객 구분
① 리뷰 또는 게시글 작성	공연에 관한 전반적인 내용을 매번 상세하게 작성할수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	1. 항목이 증가할수록 관심 정도가 높을수록 적극적인 공연 마니아 관객
② 타인에게 공연 관람 추천	타인에게 공연 관람 추천을 많이 할수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	
③ 부가 상품 구매	부가 상품을 다양하고 많이 구매할수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	
④ 여러 회차 입장권 구매	여러 회차 입장권을 구매할수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	2. 항목이 감소할수록 관심 정도가 낮을수록 일반적인 공연 마니아 관객
⑤ 공연 관련 모임 활동	공연 관련 모임 활동을 많이 할수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	
⑥ 공연 관련 정보 수집	공연 관련 정보 수집에 적극적일수록 관심 정도가 높다고 볼 수 있음	

(1) 리뷰 또는 게시글 작성과 관련된 전략 검토

- 공연 마니아 관객과 비 마니아 관객의 리뷰 작성 항목 간의 관계를 확인하기 위해 회귀분석을 실시하였음. 종속변수는 마니아 관객/비 마니아 관객 여부를 활용하였고, 독립변수는 ① 공연 관람 전후 리뷰 작성 빈도, ② 리뷰 작성 경로, ③ 리뷰 작성 내용을 활용하였음
 - 회귀식에 대한 결정계수(R Square)는 0.396으로 약 40% 정도의 설명력을 가지고 있으며, D-W 통계량은 1.683으로 자기 상관의 가능성은 크지 않음

[표 5-2] 마니아 관객 여부 및 리뷰 작성 항목간 회귀분석 모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				유의확률 F 변화량	Durbin-Watson
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도1	자유도2		
1	.630a	0.396	0.393	0.35655	0.396	113.313	14	2415	0.000	1.683

a. 예측자: (상수), KCC4_4, KKB3_1, KCC4_3, KC4_6, KC4_7, KC4_5, KC4_2, KC4_4, KCC4_2, KC4_3, KC4_1, KKB3_2, KCC4_1, 리뷰 공유 경로 개수

b. 종속변수: KQCL_1

- 회귀식으로 추정된 계수를 보면, ① 리뷰를 얼마나 자주 작성하는가, ② 어떤 내용의 리뷰를 작성하는가에 대한 부분이 마니아 관객 여부가 통계적으로도 유의미한 관계를 보이고 있으며, 그 중 ① 리뷰를 얼마나 자주 작성하는지가 가장 영향을 많이 미치는 것으로 나타남. 얼마나

많은 사이트에 리뷰를 작성하는가, 어떤 사이트에 리뷰를 작성하는가는 유의미한 관계가 보이지 않음. 즉, 리뷰 작성의 내용도 중요한 편이지만 실제로 리뷰를 얼마나 잦은 빈도로 작성하는가가 마니아 관객의 중요한 특징인 것으로 볼 수 있으므로, 아주 심도 깊은 내용을 작성하기보다 공연마다 관련 리뷰가 활발하게 작성되고 공유될 수 있도록 장려하는 캠페인 또는 이벤트 행사를 기획하는 것도 마니아 관객을 양성하는데 적절한 전략이 될 수 있음

[표 5-3] 마니아 관객 여부 및 리뷰 작성 항목간 회귀계수

변수명	변수값	비표준화 계수 B	표준화 오류	표준화 계수 베타	t	유의확률
(상수)	상수	0.137	0.017		8.149	0.000
리뷰 공유 경로 개수	리뷰 공유 경로 개수	0.048	0.071	0.112	0.670	0.503
KKB3_1	매번 리뷰 작성	0.497	0.025	0.485	19.706	0.000
KKB3_2	대부분 리뷰 작성	0.513	0.023	0.560	22.564	0.000
KC4_1	개인 SNS에서 작성	0.015	0.072	0.016	0.203	0.839
KC4_2	개인 블로그에 작성	-0.037	0.073	-0.035	-0.510	0.610
KC4_3	공연 관련 웹사이트에 작성	-0.004	0.073	-0.004	-0.057	0.955
KC4_4	온라인 커뮤니티 게시판에 작성	0.004	0.073	0.003	0.053	0.958
KC4_5	동호회/동아리 홈페이지에 작성	-0.017	0.075	-0.010	-0.222	0.824
KC4_6	출연진 팬카페	0.057	0.078	0.032	0.730	0.465
KC4_7	제작사/극단/기획사 홈페이지에 작성	-0.023	0.080	-0.010	-0.284	0.777
KCC4_1	공연 작품에 대한 전반적인 평가	0.118	0.031	0.123	3.842	0.000
KCC4_2	공연 관람 인증/기록	0.156	0.031	0.167	5.042	0.000
KCC4_3	공연장 위치, 맛집 등	0.191	0.050	0.071	3.844	0.000
KCC4_4	입장권 구매/할인 정보	0.181	0.053	0.062	3.418	0.001

(2) 부가 상품 구매와 관련한 전략 검토

- 공연 마니아 관객 여부와 부가 상품 구매 빈도와 구매 금액, 구매 상품의 종류 간의 관계를 확인하기 위한 회귀분석을 실시하였음. 종속변수는 마니아 관객/비 마니아 관객 여부를 활용하였고, 독립변수는 ① 부가 상품 구매 빈도, ② 부가 상품 구매 종류, ③ 부가 상품 구매 금액을 활용하였음
 - 회귀식에 대한 결정계수(R Square)는 0.412로 약 41% 정도의 설명력을 가지고 있으며, D-W 통계량은 1.678로 자기 상관의 가능성은 크지 않음

[표 5-4] 마니아 관객 여부 및 부가 상품 구매 항목간 회귀분석 모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량					Durbin-Watson
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도1	자유도2	유의확률 F 변화량	
1	.642a	0.412	0.412	0.35098	0.412	851.248	2	2427	0.000	1.678

a. 예측자: (상수), KC3, kb4, kd2

b. 종속변수: KQCL_1

- 회귀식으로 추정된 계수를 보면, ① 부가 상품을 얼마나 자주 구매하는가, ② 부가 상품은 몇 종류나 구매하는가에 대한 부분이 마니아 관객 여부가 통계적으로도 유의미한 관계를 보이고 있으며, 그 중 ① 부가 상품의 구매 빈도가 가장 영향을 많이 미치는 것으로 나타남. 부가 상품 구매를 위해 얼마를 지급하는가는 크게 유의미하지 않았음. 즉, 구매 금액보다는 얼마나 자주, 몇 종류의 상품을 구매하는가가 마니아 관객의 중요한 특성인 것으로 분석됨. 따라서 부가 상품 구매를 통한 해당 공연이나 출연진 등에 관한 관심 정도가 지속해서 유지될 수 있도록 적절한 가격대의 다양한 부가 상품을 기획하는 것도 마니아 관객 양성을 위한 좋은 전략이 될 수 있을 것으로 보임

[표 5-5] 마니아 관객 여부 및 부가 상품 구매 항목간 회귀계수

변수명	변수값	비표준화 계수 B	표준화 오류	표준화 계수 베타	t	유의확률
(상수)	상수	0.178	0.029		6.069	0.000
kb4	부가 상품 구매 빈도	0.582	0.029	0.417	20.167	0.000
KC3	부가 상품 구매 종류	0.038	0.007	0.109	5.101	0.000
kd2	부가 상품 구매 금액	0.008	0.005	0.037	1.792	0.073

(3) 여러 회차 입장권 구매 관련 전략 검토

- 공연 마니아 관객 여부와 여러 회차 입장권의 구매, 반복 관람의 관계를 확인하기 위한 회귀분석을 실시하였으나, 회귀식에 대한 결정계수가 0.25 정도로 설명력이 약하였음. 이는 장르별로 입장권의 반복 구매가 어려운 장르가(클래식 음악, 무용, 국악) 포함되어 있기 때문에 실제 상관관계 분석을 시행하면 반복 관람에 대한 부분은 해당 장르에서는 상관관계가 없거나 매우 낮은 것으로 확인되고 있음
- 연극 공연 관람자의 경우 ① 여러 회차의 입장권을 구매하고, ② 반복 관람하며, ③ 반복 관람하는 횟수가 많을수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 특히 반복 관람 횟수보다는 여러 회차 입장권을 구매하고 반복 관람하는 행위 자체가 더 상관관계가 높은 것으로 나타남

[표 5-6] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과
-연극 공연 관람자

		마니아 관객 여부	여러 회차 구매 여부	반복 관람 여부	반복 관람 횟수
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.439**	.328**	.135**
	유의확률 (양측)		0.000	0.000	0.000
	N	1155	1155	1155	1155
여러 회차 구매 여부	Pearson 상관	.439**	1	.556**	.273**
	유의확률 (양측)	0.000		0.000	0.000
	N	1155	1155	1155	1155
반복관람 여부	Pearson 상관	.328**	.556**	1	.304**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000
	N	1155	1155	1155	1155
반복관람 횟수	Pearson 상관	.135**	.273**	.304**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000	
	N	1155	1155	1155	1155

** 상관계수가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 뮤지컬 공연 관람자 역시 ① 여러 회차의 입장권을 구매하고, ② 반복 관람하며, ③ 반복 관람하는 횟수가 많을수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 연극과 마찬가지로 반복 관람 횟수보다는 여러 회차 입장권을 구매하고 반복 관람하는 행위 자체가 더 상관관계가 높은 것으로 나타남

[표 5-7] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과
-뮤지컬 공연 관람자

		마니아 관객 여부	여러 회차 구매 여부	반복관람 여부	반복관람 횟수
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.415**	.273**	.106**
	유의확률 (양측)		0.000	0.000	0.000
	N	1680	1680	1680	1680
여러 회차 구매 여부	Pearson 상관	.415**	1	.549**	.254**
	유의확률 (양측)	0.000		0.000	0.000
	N	1680	1680	1680	1680
반복관람 여부	Pearson 상관	.273**	.549**	1	.302**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000
	N	1680	1680	1680	1680
반복관람 횟수	Pearson 상관	.106**	.254**	.302**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000	
	N	1680	1680	1680	1680

** 상관계수가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 상대적으로 반복 관람이 어려운 장르에 해당하는 음악 공연 관람자는 연극이나 뮤지컬에 관람객보다 ① 여러 회차의 입장권을 구매하고, ② 반복 관람하는 경우만 마니아 관객 여부와 상관관계가 있는 것으로 확인됨

[표 5-8] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과
-음악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	여러 회차 구매 여부	반복관람 여부	반복관람 횟수
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.424**	.137**	0.018
	유의확률 (양측)		0.000	0.000	0.572
	N	1005	1005	1005	1005
여러 회차 구매 여부	Pearson 상관	.424**	1	.224**	.078*
	유의확률 (양측)	0.000		0.000	0.013
	N	1005	1005	1005	1005
반복관람 여부	Pearson 상관	.137**	.224**	1	.256**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000
	N	1005	1005	1005	1005
반복관람 횟수	Pearson 상관	0.018	.078*	.256**	1
	유의확률 (양측)	0.572	0.013	0.000	
	N	1005	1005	1005	1005

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 마찬가지로 반복 관람이 어려운 장르에 해당하는 무용 공연 관람자는 연극이나 뮤지컬에 관람객보다 ① 여러 회차의 입장권을 구매하고, ② 반복 관람하는 경우만 마니아 관객 여부와 상관관계가 있는 것으로 확인됨

[표 5-9] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과
-무용 공연 관람자

		마니아 관객 여부	여러 회차 구매 여부	반복관람 여부	반복관람 횟수
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.407**	0.087	-0.083
	유의확률 (양측)		0.000	0.104	0.121
	N	347	347	347	347
여러 회차 구매 여부	Pearson 상관	.407**	1	.119*	-0.029
	유의확률 (양측)	0.000		0.026	0.584
	N	347	347	347	347
반복관람 여부	Pearson 상관	0.087	.119*	1	.154**
	유의확률 (양측)	0.104	0.026		0.004
	N	347	347	347	347
반복관람 횟수	Pearson 상관	-0.083	-0.029	.154**	1
	유의확률 (양측)	0.121	0.584	0.004	
	N	347	347	347	347

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 국악 공연 관람자 역시 연극이나 뮤지컬에 관람객보다 ① 여러 회차의 입장권을 구매하고, ② 반복 관람하는 경우만 마니아 관객 여부와 상관관계가 있는 것으로 확인됨

[표 5-10] 마니아 관객 여부 및 여러 회차 입장권 구매 및 반복 관람 간의 상관관계 분석 결과
-국악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	여러 회차 구매 여부	반복관람 여부	반복관람 횟수
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.438**	0.098	0.109
	유의확률 (양측)		0.000	0.140	0.103
	N	226	226	226	226
여러 회차 구매 여부	Pearson 상관	.438**	1	.248**	.228**
	유의확률 (양측)	0.000		0.000	0.001
	N	226	226	226	226
반복관람 여부	Pearson 상관	0.098	.248**	1	.613**
	유의확률 (양측)	0.140	0.000		0.000
	N	226	226	226	226
반복관람 횟수	Pearson 상관	0.109	.228**	.613**	1
	유의확률 (양측)	0.103	0.001	0.000	
	N	226	226	226	226

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 이상의 결과를 종합해 보면, 여러 회차의 입장권을 구매하고, 반복 관람하는 것은 마니아 관객 여부와 유의미한 관계를 보이지만, 반복 관람이 불가능한 장르의 경우에는 반복 관람 여부나 관람 횟수는 사실상 큰 관계는 없는 것으로 분석할 수 있음. 따라서 여러 회차의 입장권을 구매하는 경우 부여하는 인센티브나 관련 행사의 경우 연극, 뮤지컬, 음악 장르의 공연에서는 효과를 보일 것으로 예상되며, 여러 회차의 입장권을 구매할 만큼 반복 공연이 많지 않은 무용이나 국악 장르에서는 관련 행사나 이벤트는 현재의 상연 형태로는 마니아 관객을 양성하는 데 큰 효과는 없을 것으로 예상됨

(4) 모임 활동과 관련 전략 검토

- 공연 마니아 관객 여부와 모임 활동 여부 간의 관계를 확인하기 위한 회귀분석을 실시하였으나, 회귀식에 대한 결정계수가 0.05 정도로 설명력이 약하였음. 이는 장르별로 마니아 관객의 모임 활동 형태가 다르기 때문으로 확인되었는데, 상관관계 분석을 시행하면 팬카페나 커뮤니티 등이 많지 않은 무용이나 국악 장르 관람자의 경우 해당 변수와의 상관 정도는 없는 것으로 확인되었음
- 연극 공연 관람자의 경우 ① 동호회나 동아리, 커뮤니티 등의 모임 활동을 하고, ② 팬클럽 활동을 하고 있으며, ③ 팬클럽에서도 여러 활동에 참여할수록, ④ 유료 회원으로 가입하거나 후원 활동, 모금 활동 참여, 도시락이나 커피차 지원과 같은 현물 제공/지원에 참여하는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 다만 모든 항목이 상관 정도가 높지는 않은 편. 즉, 마니아 관객일수록 관련 항목에 해당하는 경우가 많으나 영향이 매우 큰 것은 아닌 것으로 해석할 수 있음

[표 5-11] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과
-연극 공연 관람자

		마니아 관객 여부	모임활동 여부	팬클럽 활동 여부	팬클럽 활동 유형 개수	회원 가입 여부
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.086**	.202**	.127**	.185**
	유의확률 (양측)		0.004	0.000	0.000	0.000
	N	1155	1155	1155	1155	1155
모임활동 여부	Pearson 상관	.086**	1	.272**	.227**	.122**
	유의확률 (양측)	0.004		0.000	0.000	0.000
	N	1155	1155	1155	1155	1155
팬클럽 활동 여부	Pearson 상관	.202**	.272**	1	.561**	.238**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	1155	1155	1155	1155	1155
팬클럽 활동 유형 개수	Pearson 상관	.127**	.227**	.561**	1	.218**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	1155	1155	1155	1155	1155
회원 가입 여부	Pearson 상관	.185**	.122**	.238**	.218**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	1155	1155	1155	1155	1155

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 뮤지컬 공연 관람자의 경우에도 ① 동호회나 동아리, 커뮤니티 등의 모임 활동을 하고, ② 팬클럽 활동을 하고 있으며, ③ 팬클럽에서도 여러 활동에 참여할수록, ④ 유료 회원으로 가입하거나 후원 활동, 모금 활동 참여, 도시락이나 커피차 지원과 같은 현물 제공/지원에 참여하는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 연극 공연 관람자와 마찬가지로 모든 항목이 상관 정도가 높지는 않은 편

[표 5-12] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과
-뮤지컬 공연 관람자

		마니아 관객 여부	모임활동 여부	팬클럽 활동 여부	팬클럽 활동 유형 개수	회원 가입 여부
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.073**	.182**	.126**	.158**
	유의확률 (양측)		0.003	0.000	0.000	0.000
	N	1680	1680	1680	1680	1680
모임활동 여부	Pearson 상관	.073**	1	.301**	.254**	.136**
	유의확률 (양측)	0.003		0.000	0.000	0.000
	N	1680	1680	1680	1680	1680
팬클럽 활동 여부	Pearson 상관	.182**	.301**	1	.556**	.236**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	1680	1680	1680	1680	1680
팬클럽 활동 유형 개수	Pearson 상관	.126**	.254**	.556**	1	.238**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	1680	1680	1680	1680	1680
회원 가입 여부	Pearson 상관	.158**	.136**	.236**	.238**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	1680	1680	1680	1680	1680

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 음악 공연 관람자의 경우에도 ① 동호회나 동아리, 커뮤니티 등의 모임 활동을 하고, ② 팬클럽 활동을 하고 있으며, ③ 팬클럽에서도 여러 활동에 참여할수록, ④ 유료 회원으로 가입하거나 후원 활동, 모금 활동 참여, 도시락이나 커피차 지원과 같은 현물 제공/지원에 참여하는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았으나 상관 정도가 높지는 않은 편

[표 5-13] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과
-음악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	모임활동 여부	팬클럽 활동 여부	팬클럽 활동 유형 개수	회원 가입 여부
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	.095**	.205**	.146**	.176**
	유의확률 (양측)		0.003	0.000	0.000	0.000
	N	1005	1005	1005	1005	1005
모임활동 여부	Pearson 상관	.095**	1	.340**	.253**	.166**
	유의확률 (양측)	0.003		0.000	0.000	0.000
	N	1005	1005	1005	1005	1005
팬클럽 활동 여부	Pearson 상관	.205**	.340**	1	.603**	.294**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	1005	1005	1005	1005	1005
팬클럽 활동 유형 개수	Pearson 상관	.146**	.253**	.603**	1	.207**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	1005	1005	1005	1005	1005
회원 가입 여부	Pearson 상관	.176**	.166**	.294**	.207**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	1005	1005	1005	1005	1005

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 다른 장르에 비해 팬카페나 관련 커뮤니티가 적은 무용 관람자의 경우에는 ① 동호회나 동아리, 커뮤니티 등의 모임 활동 여부는 마니아 관객과 큰 관련성이 없었으며, 작은 규모이지만, ② 팬클럽 활동을 하고 있으며, ③ 팬클럽에서도 여러 활동에 참여할수록, ④ 유료 회원으로 가입하거나 후원 활동, 모금 활동 참여, 도시락이나 커피차 지원과 같은 현물 제공/지원에 참여하는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 다만 상관 정도가 높지는 않은 편

[표 5-14] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과
-무용 공연 관람자

		마니아 관객 여부	모임활동 여부	팬클럽 활동 여부	팬클럽 활동 유형 개수	회원 가입 여부
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	0.091	.190**	.126*	.154**
	유의확률 (양측)		0.091	0.000	0.019	0.004
	N	347	347	347	347	347
모임활동 여부	Pearson 상관	0.091	1	.309**	.307**	.132*
	유의확률 (양측)	0.091		0.000	0.000	0.014
	N	347	347	347	347	347
팬클럽 활동 여부	Pearson 상관	.190**	.309**	1	.659**	.250**
	유의확률 (양측)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	347	347	347	347	347
팬클럽 활동 유형 개수	Pearson 상관	.126*	.307**	.659**	1	.191**
	유의확률 (양측)	0.019	0.000	0.000		0.000
	N	347	347	347	347	347
회원 가입 여부	Pearson 상관	.154**	.132*	.250**	.191**	1
	유의확률 (양측)	0.004	0.014	0.000	0.000	
	N	347	347	347	347	347

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 국악 공연 관람자의 경우에는 ① 동호회나 동아리, 커뮤니티 등의 모임 활동 여부나 ③ 팬클럽에서 활동하는 유형의 개수는 마니아 관객 여부와 관련성이 없는 것으로 나타남. 그러나 작은 규모이지만 ② 팬클럽 활동을 하고 있으며, ④ 유료 회원으로 가입하거나 후원 활동, 모금 활동 참여, 도시락이나 커피차 지원과 같은 현물 제공/지원에 참여하는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 다만 상관 정도가 높지는 않은 편

[표 5-15] 마니아 관객 여부 및 모임 활동 여부간 상관관계 분석 결과
-국악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	모임활동 여부	팬클럽 활동 여부	팬클럽 활동 유형 개수	회원 가입 여부
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	0.098	.211**	0.081	.143*
	유의확률 (양측)		0.144	0.001	0.225	0.031
	N	226	226	226	226	226
모임활동 여부	Pearson 상관	0.098	1	.330**	.322**	0.129
	유의확률 (양측)	0.144		0.000	0.000	0.054
	N	226	226	226	226	226
팬클럽 활동 여부	Pearson 상관	.211**	.330**	1	.629**	.218**
	유의확률 (양측)	0.001	0.000		0.000	0.001
	N	226	226	226	226	226
팬클럽 활동 유형 개수	Pearson 상관	0.081	.322**	.629**	1	.235**
	유의확률 (양측)	0.225	0.000	0.000		0.000
	N	226	226	226	226	226
회원 가입 여부	Pearson 상관	.143*	0.129	.218**	.235**	1
	유의확률 (양측)	0.031	0.054	0.001	0.000	
	N	226	226	226	226	226

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 이상의 결과를 종합해 보면, 모임 활동을 하거나 팬카페 활동을 하고, 극단이나 단체에 회원으로 가입하여 활동하는 것은 마니아 관객의 특징으로 정리할 수 있지만, 다른 항목에 비해 상관성은 낮은 편이며, 특히 팬카페나 커뮤니티가 많지 않은 무용이나 국악 장르의 경우 모임 활동 여부가 마니아 관객 여부를 결정하는 요인은 아닌 것으로 확인됨. 그럼에도 불구하고 팬클럽 활동이나 극단이나 단체의 회원으로 가입하여 활동하는 것은 모든 장르에서 마니아 관객과 유의미한 상관관계를 보여 그와 관련된 활동을 장려하는 기획은 필요함

(5) 공연과 관련한 정보 수집 관련 전략 검토

- 공연 마니아 관객 여부와 공연 정보 수집 간의 관계를 확인하기 위한 회귀분석을 실시하였으나, 회귀식에 대한 결정계수가 0.115 정도로 설명력이 약하였음. 이는 마니아 관객들은 대부분 공연 관련 정보를 수집하고 있어 변별력이 약한 편이며, 장르별로 관람객들의 정보 수집의 행태가 다르기 때문으로 보임
 - 연극 공연 관람자의 경우 ① 관람하지 않는 공연이라도 공연 정보를 찾아보는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음. 다만 상관 정도가 높지는 않은 편으로 즉, 마니아 관객은 수집하는 정보의 양이나 종류보다는 얼마나 적극적으로 수집하는가가 더 중요한 요인인 것으로 확인됨

[표 5-16] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과
-연극 공연 관람자

		마니아 관객 여부	공연 관람 전 정보 수집 여부	수집하는 정보의 종류	정보 수집의 적극성
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	-.058*	0.025	.122**
	유의확률 (양측)		0.048	0.402	0.000
	N	1155	1155	1155	1155
공연 관람 전 정보 수집 여부	Pearson 상관	-.058*	1	0.049	.058*
	유의확률 (양측)	0.048		0.097	0.049
	N	1155	1155	1155	1155
수집하는 정보의 종류	Pearson 상관	0.025	0.049	1	.079**
	유의확률 (양측)	0.402	0.097		0.007
	N	1155	1155	1155	1155
정보 수집의 적극성	Pearson 상관	.122**	.058*	.079**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.049	0.007	
	N	1155	1155	1155	1155

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 뮤지컬 공연 관람자의 경우에도 ① 관람하지 않는 공연이라도 공연 정보를 찾아보는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음

[표 5-17] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과
-뮤지컬 공연 관람자

		마니아 관객 여부	공연 관람 전 정보 수집 여부	수집하는 정보의 종류	정보 수집의 적극성
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	-0.039	0.042	.104**
	유의확률 (양측)		0.111	0.088	0.000
	N	1680	1680	1680	1680
공연 관람 전 정보 수집 여부	Pearson 상관	-0.039	1	0.045	0.041
	유의확률 (양측)	0.111		0.068	0.092
	N	1680	1680	1680	1680
수집하는 정보의 종류	Pearson 상관	0.042	0.045	1	.074**
	유의확률 (양측)	0.088	0.068		0.002
	N	1680	1680	1680	1680
정보 수집의 적극성	Pearson 상관	.104**	0.041	.074**	1
	유의확률 (양측)	0.000	0.092	0.002	
	N	1680	1680	1680	1680

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 음악 공연 관람자의 경우에도 ① 관람하지 않는 공연이라도 공연 정보를 찾아보는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음

[표 5-18] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과
-음악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	공연 관람 전 정보 수집 여부	수집하는 정보의 종류	정보 수집의 적극성
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	-0.018	0.018	.169**
	유의확률 (양측)		0.562	0.566	0
	N	1005	1005	1005	1005
공연 관람 전 정보 수집 여부	Pearson 상관	-0.018	1	0.051	0.009
	유의확률 (양측)	0.562		0.107	0.784
	N	1005	1005	1005	1005
수집하는 정보의 종류	Pearson 상관	0.018	0.051	1	0.054
	유의확률 (양측)	0.566	0.107		0.088
	N	1005	1005	1005	1005
정보 수집의 적극성	Pearson 상관	.169**	0.009	0.054	1
	유의확률 (양측)	0	0.784	0.088	
	N	1005	1005	1005	1005

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 무용 공연 관람자의 경우에도 ① 관람하지 않는 공연이라도 공연 정보를 찾아보는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음

[표 5-19] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과
-무용 공연 관람자

		마니아 관객 여부	공연 관람 전 정보 수집 여부	수집하는 정보의 종류	정보 수집의 적극성
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	-0.019	-0.015	.148**
	유의확률 (양측)		0.730	0.783	0.006
	N	347	347	347	347
공연 관람 전 정보 수집 여부	Pearson 상관	-0.019	1	0.078	.152**
	유의확률 (양측)	0.730		0.146	0.004
	N	347	347	347	347
수집하는 정보의 종류	Pearson 상관	-0.015	0.078	1	.129*
	유의확률 (양측)	0.783	0.146		0.016
	N	347	347	347	347
정보 수집의 적극성	Pearson 상관	.148**	.152**	.129*	1
	유의확률 (양측)	0.006	0.004	0.016	
	N	347	347	347	347

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 국악 공연 관람자의 경우에도 ① 관람하지 않는 공연이라도 공연 정보를 찾아보는 경우일수록 마니아 관객인 경우가 많았음

[표 5-20] 마니아 관객 여부 및 공연 정보 수집 관련 상관관계 분석 결과
-국악 공연 관람자

		마니아 관객 여부	공연 관람 전 정보 수집 여부	수집하는 정보의 종류	정보 수집의 적극성
마니아 관객 여부	Pearson 상관	1	0.048	-0.011	.171*
	유의확률 (양측)		0.477	0.872	0.010
	N	226	226	226	226
공연 관람 전 정보 수집 여부	Pearson 상관	0.048	1	.145*	.140*
	유의확률 (양측)	0.477		0.029	0.035
	N	226	226	226	226
수집하는 정보의 종류	Pearson 상관	-0.011	.145*	1	0.004
	유의확률 (양측)	0.872	0.029		0.950
	N	226	226	226	226
정보 수집의 적극성	Pearson 상관	.171*	.140*	0.004	1
	유의확률 (양측)	0.010	0.035	0.950	
	N	226	226	226	226

** : 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

- 이상의 결과를 종합해 보면, 공연 정보를 수집하는 것은 마니아 관객의 분명한 특성이지만, 마니아 관객들 대부분이 공연 관람 전 정보를 수집하고 관람하기 때문에 이 부분이 기본적으로 충족될 수 있도록 공연과 관련한 충분한 정보를 제공하는 점은 필수임. 이에 더해 다양한 정보를 제공하는 것도 중요하지만, 모든 장르에서 얼마나 적극적으로 공연 관련 정보를 수집하는가가 마니아 관객의 중요한 요인으로 분석된 만큼, 충분한 양의 공연 정보와 함께 해당 정보의 공유나 재활용이 활발하게 이루어질 수 있는 전략도 마련하는 것이 필요할 것으로 보임
- 다음으로 공연 마니아 관객의 특성 항목은 ①리뷰 또는 게시글 작성, ②타인에게 공연 관람 추천, ③부가 상품 구매, ④여러 회차 입장권 구매, ⑤공연 관련 모임 활동, ⑥공연 관련 정보 수집 순서로 설명할 수 있는데 공연 마니아 관객이 각 항목을 실행하는 방법과 특징에 대해 살펴볼 필요가 있음

[표 5-21] 특성 항목별 실행 방법

항목	실행 방법	특징
① 리뷰 또는 게시글 작성	온라인	온라인으로 작성할 수밖에 없는 구조
② 타인에게 공연 관람 추천	온오프라인	오프라인도 가능하지만 주로 개인 SNS를 활용한 온라인이 많음
③ 부가 상품 구매	온오프라인	오프라인은 공연을 관람해야 가능하고 온라인은 시공간 제약이 없음
④ 여러 회차 입장권 구매	온오프라인	오프라인도 가능하지만 주로 온라인이 많음
⑤ 공연 관련 모임 활동	온오프라인	오프라인은 구성원 합의로 실행의 제약이 있지만 온라인은 시공간 제약이 없음
⑥ 공연 관련 정보 수집	온오프라인	오프라인도 가능하지만 주로 다양한 정보를 검색할 수 있는 온라인이 많음

- 리뷰 또는 게시글 작성을 제외한 나머지 항목은 모두 오프라인과 온라인 실행이 가능하지만, 특징에서 확인할 수 있는 것처럼 각 항목을 효과적으로 실행하는 방법은 오프라인보다 온라인이 강점을 가짐
- 결과적으로 공연 마니아 관객은 온라인 공간을 주 무대로 활동한다고 해석할 수 있으므로 온라인을 기반으로 전략을 수립하여 오프라인으로 연계할 수 있는 전략이 필요함

나. 공연 마니아 관객의 온라인 리뷰 또는 게시글 자료 활용 전략

- 선행연구에서 밝혀진 것처럼⁶⁰⁾ 공연 마니아 관객은 먼저 오프라인에서 공연을 체험하고 다음으로 온라인 글쓰기를 하면서 둘의 상호작용을 통해 관람의 즐거움이 확장되었고 이러한 이유로 독특한 연쇄 관람 문화를 만든 것으로 확인되었음

60) 이만희(2019), 「온·오프라인의 상호작용으로 구축되는 연쇄적 관극 문화에 관한 고찰: 뮤지컬 <프랑켄슈타인>(2014/2015)을 중심으로」, 한국극예술연구, 63호, 강주영(2021), 「한국 뮤지컬 마니아 관객의 문화매개자적 특성 연구: 뮤지컬 <마리 퀴리> 라이브 TALK 채팅을 중심으로」, 한국콘텐츠학회논문지, 21권 12호. 참조.

- 이 연구의 조사에서 공연 마니아 관객의 글은 ‘리뷰 또는 게시글’로 정의했는데 이러한 글은 공연 마니아 관객뿐 아니라 비 마니아 관객까지 공연 작품에 대한 관심도를 유발하고 공연 관람 길잡이가 되어주는 등 공연시장에 큰 영향을 미친다고 평가할 수 있음
 - 보편적으로 공연 마니아 관객이 리뷰 또는 게시글을 작성하는 매체는 개인이 운영하는 블로그, 트위터, 페이스북, 인스타그램 등의 SNS뿐 아니라 인터넷 카페나 커뮤니티 포털(디시인사이드 등) 등 다양한 곳으로 파악되고 있음
- 앞서 공연 마니아 관객의 특성 항목에서도 ‘리뷰 또는 게시글 작성’이 마니아 관객을 구분할 수 있는 가장 영향력이 높은 항목으로 나타남
- 공연 마니아 관객의 리뷰 또는 게시글은 선의적인 개념으로 소위 작품의 질을 떨어뜨리는 공연시장을 견제할 수 있는 경쟁력 확보 수단으로 작용함
 - 또한, 비 마니아 관객의 유인, 특히 공연 관객이라는 공동체 안에서 의사소통 능력을 신장하는 역할을 할 수 있으므로 공연 마니아 관객의 다양한 리뷰 또는 게시글을 활용은 효과적인 마케팅 전략으로 활용될 수 있음
- 공연 마니아 관객의 온라인 리뷰 또는 게시글 자료 활용 전략
- 프리뷰 공연 시 공연 마니아 관객의 리뷰 또는 게시글 자료 활용 마케팅, 공연 공식 홈페이지 또는 공식 온라인 카페 등 리뷰 이벤트, 공연 마니아 관객이 각종 커뮤니티에 작성한 리뷰 또는 게시글 자료를 활용한 마케팅 등을 고려할 수 있음
- 나아가 공연 마니아 관객 대상 다양한 주제의 글쓰기 교실, 특강, 워크숍, 성과발표회 등 글쓰기 독려 전략도 공연 마니아 관객의 질적 역량을 끌어올리는 방안으로 작용할 수 있음

다. 공연 마니아 관객의 관심 단계에 따른 전략

- 다양한 선행연구에서 밝혀진 것처럼 관여도는 주어진 상황의 특정 대상에 관한 개인의 중요성 지각 정도로 정의되는데⁶¹⁾ 관여도가 높을수록 관심 정도가 커지고 관여도가 낮을수록 관심 정도가 낮아짐⁶²⁾
- 여기서 관심(Concern)은 특정 과제를 마주할 때 개인이 가지는 복합적인 감정, 사고 등을 의미함.⁶³⁾ 이러한 관심도에 대해 텍사스 대학교 ‘교사 교육 연구 개발 센터(R&DCTE)’

61) 이문규·홍성태(2001), 「소비자 행동의 이해」, 법문사; 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 569.

62) 안찬호·한진욱·김동규(2018), 「생활스포츠 야구동호인의 매니아수준이 스포츠 소비행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과」, 한국체육과학회지, 27권 3호, p. 569.

63) Hall, G. E., George, A. A., & Rutherford, W. L.(1979), 「Measuring Stages of Concerns about the Innovation: a Manual for the Use of the SoCQ Questionnaire」, TX: Univ. of Texas at Austin. R & D Center for Teacher Education.; 신민철·박민우(2023), 「관심기반수용모형(CBAM)에 기반한 초, 중등 교사의 에듀테크 활용 수업 관심도 및 실행형태 분석」, 교육공학연구, 39권 1호, p. 281.

연구원들은 관심 기반 수용 모델(Concerns-Based Adoption Model:CBAM, Hall, Wallace, & Dossett, 1973)을 설계함.⁶⁴⁾

- 관심 기반 수용 모델은 개인의 단계마다 관심을 찾아낸 뒤 이것을 기반해 새로운 교육프로그램과 교육과정에 어떤 촉진 활동이 필요한지 구체적 방안 도출하기 위한 모델⁶⁵⁾
- 해당 연구진은 2006년 「Measuring Implementation in Schools: THE STAGES OF CONCERN QUESTIONNAIRE」 연구에서 혁신에 관한 관심의 7단계를 구체적으로 설정함
- 여기서 혁신은 새로운 전략, 프로그램, 관행 또는 그동안 사용했던 도구일 수도 있음⁶⁶⁾
- 이에 본 전략에서는 ‘혁신’을 ‘공연 관람’으로 대체하여 ‘공연 관람에 관한 관심의 단계’로 설정했고 다음과 같은 비교표를 도출하였음

※ 다만 아래 비교표는 공연 마니아 관객 양성 전략을 위한 기본 가이드이며, 세부적으로 어떤 촉진 활동이 필요할지 살펴보려면 해당 단계를 기반으로 별도의 설문조사를 시행하여 방안을 도출할 필요가 있음

[표 5-22] 혁신에 관한 관심의 단계와 공연 관람에 관한 관심의 단계 비교표

관심 단계		단계의 표현 - 혁신	단계의 표현 - 공연 관람
개인	0단계 무관심	혁신에 관한 관심이나 참여가 거의 없음	공연 관람에 관한 관심이나 참여가 거의 없음
	1단계 정보적 관심	개인은 혁신에 대해 전반적으로 인지하고 있으며, 혁신에 대해 더 자세히 알고자 하는 관심이 있음. 혁신의 일반적인 특성, 효과, 사용 요건 등 실질적 측면에 관심 있음	공연 관람에 대해 전반적으로 인지하고 더 자세히 알고자 하는 관심이 있음
	2단계 개인적 관심	개인은 혁신의 요구 사항을 충족하는 자신의 적합성 또는 자신의 역할에 대해 불확실해함. 개인은 조직의 보상 구조와 자신의 관계를 분석하고 의사 결정에서 자신의 역할을 결정하며, 기존 구조 또는 개인적 혁신과 잠재적 충돌을 고려함. 이 프로그램이 개인과 동료에게 미치는 재정적 또는 지위 영향도 고려함	공연 관람 시 요구되는 자신의 적합성 또는 자신의 역할에 대해 불확실해함
과제	3단계 운영적 관심	개인은 혁신을 사용하는 과정과 작업, 정보와 자원을 최대한 활용하는 데 중점을 두고 효율성, 조직화, 관리, 일정과 관련된 문제가 주를 이룸	공연을 관람하는 과정과 작업, 정보와 자원을 최대한 활용하는 데 중점을 둬

(계속→)

64) Archie A. George·Gene E. Hall·Suzanne M. Stiegelbauer(2006), Measuring Implementation in Schools: THE STAGES OF CONCERN QUESTIONNAIRE, p. 1.

65) 신민철·박인우(2023), 「관심기반수용모형(CBAM)에 기반한 초, 중등 교사의 에듀테크 활용 수업 관심도 및 실행형태 분석」, 교육공학연구, 39권 1호, p. 281.

66) Archie A. George·Gene E. Hall·Suzanne M. Stiegelbauer(2006), Measuring Implementation in Schools: THE STAGES OF CONCERN QUESTIONNAIRE, p. 1.

관심 단계		단계의 표현 - 혁신	단계의 표현 - 공연 관람
결과	4단계 결과적 관심	개인은 혁신이 자신의 직접적인 영향력 영역에 있는 학생에게 미치는 영향에 초점을 맞춤. 고려 사항은 학생과 혁신의 관련성, 성과 및 역량을 포함한 학생 결과의 평가, 학생 결과를 개선하는 데 필요한 변화를 포함	공연 관람 활동이 자신의 직접적인 영향력 영역에 있는 공연 관계자(또는 다른 관객)에 미치는 영향에 초점을 맞춤
	5단계 협력적 관심	혁신의 사용과 관련해 다른 사람들과 조율하고 협력하는 데 중점을 둠	공연 관람 방법 관련 공연 관계자(또는 다른 관객)와 조율하고 협력하는 데 중점을 둠
	6단계 대안적 관심	혁신을 크게 변경하거나 더 강력한 대안으로 대체할 가능성을 포함해 혁신을 통해 더욱 보편적 이점을 얻을 방법을 모색하는 데 집중함	공연 관람으로 더욱 보편적 이점을 얻을 방법을 모색하는 데 집중함

- 위와 같은 관심 기반 수용 모델(CBAM)을 응용한 ‘공연 관람에 관한 관심의 단계’에서 공연 마니아 관객은 다음과 같은 단계로 구분할 수 있음
 - 3단계, 4단계 : 일반적인 공연 마니아 관객
 - 5단계, 6단계 : 적극적인 공연 마니아 관객

- 결과적으로 일반적인 공연 마니아 관객은 공연 또는 공연 관람에 관한 운영, 결과에 관해 보조할 수 있는 전략 수립이 필요하며, 적극적인 공연 마니아 관객은 협력, 대안을 보조할 수 있는 전략 수립이 필요함
 - 일반적인 공연 마니아 관객 : 공연 관람을 더욱 효율적으로 즐기는 방법 제공, 다양하고 정확한 정보제공 전략 등
 - 적극적인 공연 마니아 관객 : 공연 관계자(또는 다른 관객)와 공연 관련 협력할 방법 제공, 더욱 활발한 공연 마니아 관객 활동으로 얻는 이점 제공 전략 등

라. 전문가 및 공연 마니아 관객 FGI의 결과를 반영한 전략

- 이 연구에 참여한 공연 분야 전문가들과 공연 마니아 관객들은 다양한 전략을 제시했는데 이중 공연 마니아 관객 양성을 위해 적합한 전략을 분류하여 요약하였음
- 공연 분야 전문가들이 제안한 공연 마니아 관객 양성 전략
 - 타 장르와 교류할 수 있는 장을 마련하여 공연 마니아 관객 간 소통 기회를 제공
 - 관객과의 대화를 통해 공연 작품에 대해 조금 더 깊이 이해할 수 있는 다양한 프로그램을 구성하고 대본집 등을 발매
 - 생애 첫 공연 관람 마케팅 전략으로 관객개발이 필요하며, 나아가 공연 마니아 관객은 재관람 할인제도 강화 필요
 - 공연 작품 연습 과정 공개나 이벤트 개최로 공연기획/제작사 또는 출연진과 관객과의 신뢰를 쌓는 전략

- 음악, 국악, 무용 장르는 연극이나 뮤지컬 장르보다 관객을 위한 추가 행사가 기획되지 않으므로 보수적 공연기획을 탈피하여 다양한 행사성 이벤트 개최 추진 전략 시도
- 공연 마니아 관객들이 제안한 공연 마니아 관객 양성 전략
 - 공연장을 방문하는 자체가 패키지여행처럼 특별한 분위기와 경험을 제공하는 역할 필요. 즉, 공연 하나로 끝나는 것이 아닌 공연 이외 다양한 프로그램을 연계하는 전략 시도
 - 공연 관람 좌석을 지금과 같이 단순하고 일률적으로 구분하는 것이 아닌 다른 나라처럼 더 세분화해서 합리적인 입장권 가격제도 전략 시도
 - 공연에 더욱 관심이 높아질 수 있도록 공연 관람 시 오프라인 모임 또는 온라인 모임과 매칭하는 별도의 프로그램 운영 전략 시도
 - 공연 마니아 관객 대상 공연 관련 다양한 정보를(공연 관람 예절, 공연 장르마다 공연을 즐기는 방법 등) 무료로 제공하는 프로그램 운영 전략 시도
 - 공연 관련 직접 체험 기회를 다양하게 운영하는 전략 시도
 - 최근 갈수록 증가하고 있는 공연 중 기술적 결함이 반복되는 상황을 사전에 방지하기 위해 노력하고 이러한 상황에 따른 즉각적인 보상 등 주최 측의 신속한 대처 전략 필요
 - 공연을 일회성으로나마 저렴한 가격으로 접할 수 있는 관람 빈도 증가 기회 제공 전략 시도
 - 공연 작품의 질적 성장을 위해 다양한 소재와 실험적인 작품을 제작할 수 있는 기반 마련 전략 시도

3. 소결

- 그동안 우리나라 공연시장에서 공연 마니아 관객은 공연기획/제작·유통·소비에 다양한 영향을 미친다고 평가되고 있음. 이 연구에서는 공연의 주 소비층인 마니아 관객 성향을 조사하여 그들의 대표적인 특성을 추출해 분석하였고, 공연 분야 전문가 자문과 실제 공연 마니아 관객들의 의견을 수집하여 공연 마니아 관객 양성을 위한 기본 전략을 제안하였음
- 마니아 관객 양성 전략은 크게 4가지로 구분할 수 있으며 각 전략을 요약하면 다음과 같음
 - 첫째, 공연 마니아 관객의 특성 항목에 따른 전략과 특성 항목의 온오프라인 연계 전략
 - 둘째, 공연 마니아 관객의 온라인 리뷰 또는 게시글 자료 활용 전략
 - 셋째, 공연 마니아 관객의 관심 단계를 보조할 수 있는 전략
 - 넷째, 전문가 및 공연 마니아 관객 FGI를 반영한 전략
- 이와 같은 4가지 전략을 구체적으로 실행하기 위해서는 공연기획/제작사, 공연 작품의 창작자, 출연진, 스태프 등 공연 관련 종사자의 공연 마니아에 관한 적극적인 관심이 필요하며, 나아가 우리나라 공연 문화 발전을 위한 꾸준한 관객개발 후속 연구가 필요함



부록

부록1. FGI 주요 내용

부록2. 설문조사 결과 통계표

부록3. 설문조사표

부록1. FGI 주요 내용

1) 1그룹 연극

㉠ 일반 현황

- 55세 남자/자영업/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 53세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 43세 여자/교사 휴직 중: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 47세 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 38세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단

㉡ 공연 관람 장르와 관람 빈도

- 55세 남자/자영업
 - 관람 장르: 연극 및 클래식(오케스트라 공연) 또는 발레공연
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도는 주 1회이고, 클래식 또는 무용공연 관람 빈도는 연 1회 이상
 - 입장권 구매: 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고, 가족(아내 또는 자녀)과 동행하여 함께 관람하는 편이며, 가족의 입장권을 본인이 전부 구매함. 공연을 보고 나서는 후회하지 않는 편이나 가족을 부양해야 하는 가장으로써 공연 입장권 구매 비용이 부담스럽게 느껴져 무조건 입장권을 구매하지는 않는 편. 마니아는 비용 부담이 느껴져도 입장권을 구매하는 특징이 있지만, 자신은 이것저것 재고 입장권을 구매하는 편이기에 마니아가 아니라고 생각함. 공연 관람 입장권이 저렴해진다면 더 많은 공연 입장권을 구매하고 싶음
- 53세 여자/직장인
 - 관람 장르: 연극
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도 분기별 1회 이상
 - 입장권 구매: 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고, 과거에는 자녀와 함께 관람하는 편이었으나 자녀 성장 후에는 혼자 또는 주변 지인과 보러 가는 편임. 동년배 지인의 경우, 함께 하는 활동(공연 관람 포함)에 대체로 호의적인 편임
- 43세 여자/교사 휴직 중
 - 관람 장르: 연극 및 뮤지컬, 어린이 뮤지컬, 클래식 공연
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극 및 뮤지컬 관람 빈도는 주 1회 이상이고, 클래식 공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상

- 입장권 구매: 반복 관람하는 편. 조기 예매 할인 이용하여 다회 차 입장권 구매. 정말 유명한 작품의 입장권 구매 시 소위 ‘문경’ 이라고 해서 지인들을 동원하여 표를 확보하기도 함

○ 47세 여자/주부

- 관람 장르: 연극 및 특정 배우의 뮤지컬, 특정 가수의 콘서트. 연극의 경우 남편의 권유로 대학로 또는 예술의 전당에서 하는 공연을 주로 관람하는 편
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도 월 1회 이상
- 입장권 구매: 반복 관람하는 편. 마음에 드는 뮤지컬 공연이 있으면 한 번에 여러 캐스팅 조합으로 다회 차 입장권 구매하는 편이나, 연극에 있어서는 그렇게 구매하지 않고 있음. 본인이 공연을 관람한 뒤 괜찮은 작품이라고 판단 될 때 자녀들 입장권을 구매하여 함께 반복 관람을 하기도 함. 특정 예술가의 해외 공연이 있을 시 입장권 구매 후 출국하여 공연 관람함. 실제로 좋아하는 특정 예술가의 대만/일본 공연 관람을 위해 입장권을 구매하고 다녀온 적이 있었음

○ 38세 여자/직장인

- 관람 장르: 연극 및 뮤지컬, 시각 디자인 전시회. 주로 혼자 관람하는 편. 공연을 관람해 온 지 10년이 넘었고 라이선스 뮤지컬들은 거의 다 본지라 근래 들어서는 대학로에서 공연하고 있는 창작 작품을 위주로 보고 있음
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도 월 1회 이상
- 입장권 구매: 반복 관람하는 편. 마음에 드는 공연이 있으면 한 번에 다회 차 입장권 구매하는 편

㉔ 공연 관람 행태 및 행동 특성

○ 55세 남자/자영업

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함(인터넷 검색, 극장 플랫폼 무료 회원 혜택 이용)
- 공연 선택 기준: 작품성을 위주로 선택하고, 여운이 오래 남는 작품을 선호함
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편이고, 주로 댓글을 다는 편
- 공연 관람 추천: 가족, 친구/직장동료에게 추천함
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(관련 굿즈, 매번 구매하는 것은 아님)

○ 53세 여자/직장인

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인 미숙. 무료 회원은 가입이 많이 되어 있으나 정보를 자주 놓침
- 공연 선택 기준: 출연진

- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편이고, 주로 댓글을 다는 편
- 공연 관람 추천: 적극적으로 추천하는 편은 아님
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매하지 않는 편

○ 43세 여자/교사 휴직 중

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함(SNS/예매사이트 애플리케이션 이용)
- 공연 선택 기준: 출연진, 작품성, 극장(국립극장 선호)
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편
- 공연 관람 추천: 가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천함
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(프로그램 북, 마그넷). 특히 대극장의 마그넷은 필수적으로 구매하는 편

○ 47세 여자/주부

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함(주로 기사)
- 공연 선택 기준: 출연진, 작품성
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편
- 공연 관람 추천: 가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천함
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(프로그램 북, CD). 그 외 굿즈는 자주 구매하지 않는 편

○ 38세 여자/직장인

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함
- 공연 선택 기준: 출연진, 작품성
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 활발하게 하지 않는 편이고, 타인의 리뷰도 많이 보지 않는 편. 타인의 후기에 영향을 받기보다는 직접 보고 느끼는 것을 선호함
- 공연 관람 추천: 가족, 친구/직장동료/연인, 동호회/커뮤니티 등에 추천함. 인터넷상으로는 추천을 자주 하지 않고, 대면 만남이 있으면 추천하는 편
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(관련 굿즈 대부분)

㉔ 공연 관련 기부/단체 회원/팬클럽 동호회 활동 경험

○ 55세 남자/자영업

- 공연 관련 기부: 공연단체에 후원하고 있음(비정기). 본인이 선교사로 활동 중이라 후원/기부 문화에 익숙함
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 공연단체 또는 공연시설 유료 회원이 아님. 무료 회원 혜택 정도만 누리고 있음

- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없음

○ 53세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 유료 회원 아님. 세종문화회관 무료 회원 혜택 정도만 누리고 있음
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없음. 기회가 닿으면 가입하고 싶으나, 접촉 기회가 없어서 아쉽고 누군가가 알려주면 참여하고 싶음

○ 43세 여자/교사 휴직 중

- 공연 관련 기부: 공연단체에 후원하고 있음(비정기). 집안이 천주교 신자이고, 그 영향을 받아 후원하고 있음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 롯데 콘서트홀, 예술의 전당 유료 회원임. 홈페이지를 보유한 극장의 경우 대부분 무료 회원 가입되어 있음
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없음

○ 47세 여자/주부

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 유료 회원 아님
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 동호회 가입하지 않았으나 과거 커뮤니티에서 알게 되어 오프라인 만남을 가진 10명이 3년간 함께 공연을 보러 다니는 사이로 발전하였음

○ 38세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 공연단체에 후원하고 있음(비정기, 국립단체)
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 공연단체 또는 공연시설 유료 회원임. 내년도에 유료 회원 가격 인상 예정이라는 안내받았을 시 가입하는 편임
- 팬클럽 활동 여부: 현재는 팬클럽 가입하지 않았으나, 과거 가입했던 이력 있음. 지인의 권유로 팬클럽에 가입했고, 해당 배우가 좋아서라기보다는 다 같이 단체관람하는 등 동호회 같은 분위기에 흥미를 느껴 팬클럽에 속했었음. 해당 건이 계기가 되어 본격적으로 공연을 보기 시작하게 되었음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없음

㉠ **문화예술 활동 경험**

○ 55세 남자/자영업

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 미술품 전시에 관심이 있음. 평창동 미술품 전시회/화정박물관 등 관련 정보를 알고 있음

○ 53세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 콘서트, 덕질 문화에 관심이 많음

○ 43세 여자/교사 휴직 중

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 어머니가 음악 교사였기에 간접적으로 경험해 왔고 어머니가 어렸을 적 공연 관람을 자주 시켜 줬었음
- 타 장르 활동 경험: 국어 전공이라 문학 작품을 좋아하고, 문학 위주로 책을 먼저 읽고 공연을 보는 편

○ 47세 여자/주부

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 경험 없음

○ 38세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 디자인 전공자로 디자인 교육만 받음
- 타 장르 활동 경험: 디자인 전공이라 전시를 많이 보러 다니는 편. 보러 가고 싶은 공연이 있으면 시간을 잘 쪼개서 근처 다른 즐길 거리(전시회 등)까지 계획하여 공연 및 타 장르를 함께 즐기는 편

㉡ **마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등**

○ 55세 남자/자영업

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 본인은 경제적인 부담을 먼저 고려하기에 스스로 마니아라고 생각하지 않음. 친구/동료의 권유로 공연을 보기 시작했고, 보다 보니 특정 장르를 선호하게 되었고, 세월이 흐르고 나이가 많아져서 좋아하는 장르가 바뀌게 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 한 달에 3~4회 정도는 공연을 봐야 마니아라고 생각함. 입장권 구매 가격이 좀 더 저렴해지면 더 많은 마니아가 생겨날 수 있을 것 같음. 발레, 오케스트라 공연의 경우 대체로 시즌성으로 공연 기간이 짧은 편인데, 공연 회

차를 더 늘리면 경제성도 개선되고 더 많은 관객이 조금은 더 저렴한 입장권 가격으로 공연 관람이 가능해진다고 생각함

- 공연 관람 장애요인: 숨소리조차 내기 힘든 엄숙한 공연 관람 분위기가 좀 더 자유로워져야 한다고 생각함. 우리나라의 경우 남의 눈을 과도하게 의식하는 경향이 있는 것으로 느껴지고, 이러한 점이 공연 관람에 있어서 불편을 느끼게 하는 요소로 작용한다고 생각함

○ 53세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 본인은 마니아라고 생각하지 않음. 공연장을 찾는 자체가 여행가는 듯한 특별한 분위기를 느껴 볼 수 있어서 여건이 되는 한 공연을 관람하려고 노력하는 편
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함
- 공연 관람 장애요인: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함

○ 43세 여자/교사 휴직 중

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 팬심, 작품 관심도, 배우 간의 케미
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 마니아 관객이냐 아니냐를 판단할 때 깊이가 중요하다고 생각하지만, 횟수로 말한다면 20대 이상 성인은 월 3~4회 정도는 관람해야 마니아 관객이라고 할 수 있을 듯함. 본인의 경우 3개월간 진행되는 공연에서 40회차를 예매하여 관람한 경험이 있음
- 공연 관람 장애요인: 좌석별로 입장권 가격이 더 세분되어야 한다고 생각함(국내의 경우 현재 1층 1열 전체가 18만 원으로 책정되어 있는데 시야 확보에 따라 사이드 쪽은 16만 원, 14만 원 등등으로 세분되면 합리적일 듯하다고 생각함). 공연 취소 수수료 부담이 줄어들어야 입장권 구매가 더 활발해짐. 현재는 입장권 취소 수수료가 30%에 달하고 있어서 선뜻 구매하기가 꺼려짐. 세종문화회관의 경우, 10일 전 취소의 경우 취소 수수료 10%를 적용하는데 그 정도는 괜찮다고 생각함. 인터미션 이후 입장 시간을 놓쳤을 경우, 소극장의 경우도 대극장과 마찬가지로 중간 입장이 조금은 더 융통성 있게 진행될 수 있어야 한다고 생각함(일부 소극장의 경우, 무대를 준비하는 시간이었음에도 불구하고 입장 자체를 불허하는 경우가 있었음)

○ 47세 여자/주부

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 과거 커뮤니티를 통해 알게 된 10여 명과 오프라인 모임을 하게 되었고, 함께 공연을 보러 다니는 사이로 발전하면서 공연에 대한 관심도가 높아져 마니아가 되었다고 생각함. 어릴 때는 소위 말하는 ‘덕질’을 해 본 경험이 없었는데, 최근 3년 사이 좋아하는 가수가 생겼고 더더욱 마니아적인 활동을 하게 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 한 달에 한 번 이상은 공연을 봐야 마니아라고 생각함

- 공연 관람 장애요인: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함

○ 38세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 과거 팬클럽 활동을 하면서 친분을 쌓은 지인들과 공연을 많이 보러 다니게 되었고, 그것을 계기로 마니아 관객이 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 본인의 경우 2023년 총 510회의 공연 관람했음(연극은 하루 각각 다른 3회차를 관람한 적도 있음). 마니아 관객을 판단하는 데 있어서 공연을 관람한 횟수는 중요하지 않다고 생각하고 공연을 본 뒤 매료되었다면 그 또한 마니아라고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 국내 극장의 경우, 시야 확보가 잘 이루어지지 않는 1층 1열 사이드 좌석의 경우에도 VIP 입장권으로 판매하고 있는데 1층 또한 여러 등급으로 좌석을 나누어 판매해야 한다고 생각함(외국의 경우, 시야 확보가 잘되지 않는 극장의 경우, 무대 단차를 높이고 앞 열의 좌석은 좀 더 저렴한 가격으로 판매하고 있음)

2) 2그룹 국악/무용

㉓ 일반 현황

- 26세 남자/대학생: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 59세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 59 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 55세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 43세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 52세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단

㉔ 공연 관람 장르와 관람 빈도

- 26세 남자/대학생
 - 관람 장르: 주로 연극과 뮤지컬을 관람하고 국악 및 무용공연은 가끔 보는 편. 전공이 국문과이다 보니 자연스럽게 국악 공연을 접하게 된 듯함. 가끔 친구들과 함께 공연을 관람하고 대부분 혼자 관람
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 무용 및 국악 공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상. 연극과 뮤지컬 관람 빈도는 월 1회 이상
 - 입장권 구매: 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고 한 작품당 한 번씩만 보는 편. 국악 또는 무용공연의 경우 공연 기간이 짧은 편이라 반복 관람이 어려움

○ 59세 남자/직장인

- 관람 장르: 국악 공연 위주 관람. 아내의 경우 몇 차례 함께 관람 후 별 관심을 보이지 않아 혼자 또는 친구와 함께 관람함
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 국악 공연 관람 빈도는 월 1회 이상. 연극관람 빈도는 월 1회 이상이고, 클래식 음악 관람 빈도는 분기별 1회 이상
- 입장권 구매: 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고 한 작품당 한 번씩만 보는 편. 국악 또는 무용공연의 경우 공연 기간이 짧은 편이라 반복 관람이 어려워 입장권 구매를 추가로 하지 않는 편. 국악 및 무용공연 관람 후 인상 깊었던 공연일 때는 공연 기간 내 반복 관람은 하지 않으나 몇 년 후 재공연 진행될 시 재관람을 하기 위해 입장권을 구매하기도 함

○ 59 여자/주부

- 관람 장르: 국악 공연 위주 관람
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 국악 공연 관람 빈도는 월 1회 이상이고 국악제 또는 무용제가 있으면 일주일에 몇 차례씩 관람하기도 함. 무용공연 관람 빈도는 월 1회 이상, 연극 및 클래식 음악 공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상, 뮤지컬 공연 관람 빈도는 연 1회 이상
- 입장권 구매: 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편이고 한 작품당 한 번씩만 보는 편

○ 55세 여자/직장인

- 관람 장르: 국악, 무용공연은 가끔 보는 편이고 주로 연극을 보는 편. 본인이 입장권 구매 비용을 부담하고 가족 또는 지인과 방문해서 관람할 시 재미를 느끼지 못했을까 봐 오히려 눈치를 보게 되는 경우 때문에 그 뒤로는 주로 혼자서 관람하게 되었음
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 무용공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상, 연극관람 빈도는 월 1회 이상, 뮤지컬 및 클래식 공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상. 무료입장권이 생기거나 보고 싶은 공연이 생기면 보러 가는 편
- 입장권 구매: 주로 혼자서 관람할 목적으로 입장권을 구매함

○ 43세 여자/직장인

- 관람 장르: 무용과 연극도 관람하지만, 뮤지컬, 클래식 음악 공연을 더 많이 관람
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 무용공연 관람 빈도는 분기별 1회 이상, 연극관람 빈도는 주 1회 이상, 뮤지컬 및 클래식 공연 관람 빈도는 월 1회 이상 관람
- 입장권 구매: 국악 또는 무용공연의 경우 공연 기간이 짧은 편이라 반복 관람이 어려워 입장권 구매를 추가로 하지 않는 편. 국악 및 무용공연 관람 후 인상 깊었던 공연일 경우 공연 기간 내 반복 관람은 하지 않으나 몇 년 후 재공연 진행될 시 재관람을 하기 위해 입장권을 구매하기도 함

○ 52세 여자/직장인

- 관람 장르: 장르를 가리지 않고 다양한 장르의 공연을 관람하는 편
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 무용, 국악, 클래식 공연 관람 빈도는 월 1회 이상, 연극과 뮤지컬 관람 빈도는 월 3~4회 이상 한 달에 총 22번 공연을 관람하는 편으로 거의 매일 공연을 관람하고 주말에는 2편씩 관람하기도 함
- 입장권 구매: 국악의 경우 반복 관람 유형이 아니고 한 번에 1회차 입장권을 구매하는 편. 정말 좋아하는 발레공연이 있었는데 공연 기간 일주일 중 캐스팅을 다 다르게 하여 3회차 입장권을 구매해서 관람한 적이 있음. 뮤지컬 공연은 입장권 구매 가격이 부담스러워져서 좋아하는 출연진으로 1회 입장권만 구매하고 있음

㉔ 공연 관람 행태 및 행동 특성

○ 26세 남자/대학생

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인(인터넷 검색을 위주로 하며 원작 정보도 검색하고, 사전 사후 정보 모두 확인하는 편)
- 공연 선택 기준: 관심도(의식적으로 ‘뭔가 보고 싶다’ 라는 장르가 생길 때 해당 공연을 선택해서 관람함)
- 공연 후기: 주로 자신의 비공개 계정에 리뷰를 남겨 놓고 그중의 몇 개를 선정하여 공개 계정에 업로드하고 있음
- 공연 관람 추천: 혼자 공연을 보는 편이고, 주변인에 적극적으로 추천하지 않는 편
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매하지 않는 편

○ 59세 남자/직장인

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인하는 편. 공연 관람 정보를 더 자세하게 확인하고 싶으나 정보 자체를 알 수 없는 경우들이 있음
- 공연 선택 기준: 출연진, 작품성
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동을 적극적으로 하지 않는 편
- 공연 관람 추천: 적극적으로 추천하지 않는 편. 아내와 동반 관람을 몇 차례 하였으나 관심도가 없어서 이후에는 주변 지인과 함께 관람
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매하지 않는 편

○ 59세 여자/주부

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인하는 편(예술의 전당 등 극장 홈페이지를 접속하여 사전정보를 확인하고 입장권 구매함)
- 공연 선택 기준: 출연진, 작품성, 극장. 처음 국악 공연을 접할 때는 연출자/출연자를 잘 몰랐으나 관람 횟수가 늘어나면서 다양한 정보에 관심을 두게 되었음
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편이고 주로 예술의 전당/국립극장

- 홈페이지 내 공연 리뷰를 작성함
- 공연 관람 추천: 추천을 잘 하지 않음. 취미가 같은 사람이 주변에 잘 없고, 누군가에게 추천해서 같이 관람했다면 동행자의 만족도를 눈치 보게 되어 가장 가까운 남편에게도 추천하지 않는 편
 - 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함. 완창 관소리의 경우 공연 진행 중 자막이 제공되지 않는 경우가 많아져서 사설 집을 보지 않으면 이해가 잘 가지 않기에 구매하는 편
- 55세 여자/직장인
- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인하는 편
 - 공연 선택 기준: 여러 장르를 두루두루 관람하는 편이고 무료 공연이 있으면 적극적으로 보러 가는 편
 - 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하지 않는 편
 - 공연 관람 추천: 지인에게 추천하지 않는 편. 특히나 국악의 경우 지인에게 같이 가고 했을 때 선뜻 응하는 사람도 생각보다 많지 않음
 - 부가 상품 구매: 부가 상품 구매하지 않는 편
- 43세 여자/직장인
- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함(공연 정보를 탐색하기 위해 국립극단을 포함하여 다양한 단체의 홈페이지에 일주일 기준 한 번씩 접속함)
 - 공연 선택 기준: 작품성
 - 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 활발하게 하는 편이고 후기는 무조건 남기는 것을 원칙으로 함 : 개인 블로그에 작성하기도 하고, 괜찮은 작품을 본 경우 대표나 배우한테 후기를 남기기도 하면서 관계 맺기를 지속하고 있음
 - 공연 관람 추천: 동호회/커뮤니티 등에 추천하는 편이고 현재 동호회 활동하고 있음
 - 부가 상품 구매: 관람한 공연의 절반 가까이는 관련 굿즈를 구매함
- 52세 여자/직장인
- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함
 - 공연 선택 기준: 출연진, 작품성, 연출자/스태프
 - 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동 활발하게 하는 편. 인스타그램, 페이스북을 주로 이용하고 디시인사이드 활동은 하지 않음
 - 공연 관람 추천: 주로 동호회에 추천함
 - 부가 상품 구매: 예전에는 프로그램 북 정도는 구매했었는데 요새는 출연진만 바뀌고 작품 자체는 바뀌는 부분이 크지 않아서 굿즈 등을 살 필요를 느끼지 못함

㉔ 공연 관련 기부/단체 회원/팬클럽 동호회 활동 경험

○ 26세 남자/대학생

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 유료 회원 아님
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 동호회는 가입한 적 없으나 동아리를 통해서 연극/뮤지컬에 관해 관심을 붙인 것이 계기가 되어 다양한 장르의 공연에 관심을 두게 되었음

○ 59세 남자/직장인

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 국악당 유료 회원
- 팬클럽 활동 여부: 보살춤 관련 OO씨의 팬클럽이 있었고, 처음이자 마지막으로 가입해서 활동 한 적이 있음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없음. 지금은 은퇴했지만 지난 10년 동안 직장생활을 해 와서 현재 동호회 참여할 형편이 아님

○ 59세 여자/주부

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 과거 예술의 전당 유료 회원 가입한 적이 있음. 강북으로 이사 가고 난 뒤 예술의 전당을 잘 안 가게 되어 유료 회원을 해지했음. 사실 무료 회원도 할인 혜택이 있어서 그 정도로 만족함
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 가입한 적 없으나 관심은 있음. 사교적인 성향은 아니지만 공연 보는 것을 좋아하기 때문에 같이 모여서 공연 관람만 하는 식의 동호회는 해 보고 싶음

○ 55세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 후원하지 않음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 유료 회원 아님
- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 국악 관련 소규모교육 프로그램 참여를 통해 수강생들과 함께 국악 공연을 관람하기도 함

○ 43세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 극단을 후원하기도 하고 제작사 대표한테 후원하기도 함. 국립무용단에 회식 비용을 지원한 적도 있음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 국립극단, 예술의 전당 골드 회원 2개 모두 유료 회원 가

입. 세종문화회관, 국립극장의 경우 유료 회원제가 없는데 유료 회원제가 생기고 입장권 구매할인 혜택이 주어지면 좋겠음. 유료 회원제에서 보통 30~40% 할인 혜택을 주는 곳은 전부 가입하는 편

- 팬클럽 활동 여부: 가입한 적 없음
- 동호회 활동 여부: 동호회 내에서 직책을 맡고 있음. 과거에 연극/영화를 혼자 보러 다녔었는데 옆좌석의 관객이 신경 쓰였고 혼자 보면 왠지 불편해져서 동호회 사람들과 함께 공연을 관람하는 편. 동호회는 현대무용부터 시작해서 다양한 공연 및 전시를 함께 볼 목적으로 운영되고 있음. 한 달에 8번 동호회에 참석하고, 8번 모두 공연을 보는 목적으로만 만남

○ 52세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 몇몇 극단의 경우 월 1만 원씩 후원회비가 있는데 그런 곳에 정기적 후원을 하기도 함. 단발적으로 페스티벌에서 후원받기도 하는데 그럴 때 후원하기도 함
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 대부분 유료 회원으로 가입되어 있음
- 팬클럽 활동 여부: 국악/무용 쪽은 팬클럽이 대부분 없음. 국악 분야에서 소리꾼 000이 사실상 최초의 팬클럽임. 커피차, 밥차 등을 팬 선물로 보내고 있음. 국악 쪽에서 인기 많은 출연자가 생기다 보니 국악 공연계에서도 팬클럽 형성이 되어가는 듯함
- 동호회 활동 여부: 동호회 활동하고 있음. 동호회 회원들과 함께 공연을 관람하는 경우가 꽤 많고 거의 매일 공연을 보는 편

㉠ 문화예술 활동 경험

○ 26세 남자/대학생

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 어렸을 적 해금을 배웠던 적이 있음
- 타 장르 활동 경험: 전시회는 많이 보는 편은 아니나 공연 관람을 하러 가는 일정이 생기고 그 근처에서 전시회가 개최될 때만 함께 관람하는 편이고 정말 관심 있는 전시는 찾아서 가는 편

○ 59세 남자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 경험 없음

○ 59세 여자/주부

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 국립극장에서 하는 무용 교육프로그램에 참여했던 경험이 있음. 창을 배우고 싶은데 해당 교육프로그램 신청이 조기 마감되어 참여를 못 했음

- 타 장르 활동 경험: 경험 없음

○ 55세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 코로나 시기에 소규모 모임으로 운영되는 창 교육프로그램에 참여해서 교육받았던 적이 있음. 함께 교육받았던 분 중에 연세가 많으신데도 불구하고 배움에 도전하신 후 완창하는 모습을 본 뒤로 국악 쪽에 더 많은 관심이 생겨났음

- 타 장르 활동 경험: 1년에 3회 정도 전시회를 관람하는 편

○ 43세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 적은 없으나 항상 관심은 있음. 시간적 제약 등으로 인해서 선뜻 교육 수강 신청은 못 하고 있음

- 타 장르 활동 경험: 한 달에 한 번 정도 전시회 관람하는 편이나 좋아하는 편은 아님

○ 52세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 경험 없음

- 타 장르 활동 경험: 미술 전시회는 틈틈이 보는 편

㉮ **마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등**

○ 26세 남자/대학생

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 연극 동아리에 있었는데 그 기회로 연극에 관해 관심을 두게 되었고 그것이 계기가 되어 다양한 장르의 공연에 관한 관심으로 이어졌음. 국문을 전공하고 판소리에 관해 관심을 두게 되며 직접 배우게 되었고 해금에도 관심이 생겨 해금 교육도 받게 되었음. 국악기를 배우며 국악 공연에 관한 관심이 높아졌음

- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함. 국악 공연 관람 중에 추임새 관련해서 공연을 즐기는 방법을 설명해 주는 시간이 있었는데 굉장히 인상 깊었음

- 공연 관람 장애요인: 대부분 참석자가 언급한 의견에 동의함. 다만 공연 관람 예절을 팸플릿에 기재 해 놓는 경우가 있었는데 꽤 괜찮은 방법이라는 생각이 들었음

○ 59세 남자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 장구 공연을 본 뒤로 깊이 감동하여 그 후로 관심을 두고 국악 공연을 자주 관람하게 되었음. 국악의 경우는 연주 행위에 감동하여 마니아가 되었음. 다른 장르의 경우에는 작품성이 좋으면 관람하는 편

- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 마니아 관객이 되기 전에 공연을 찾는 관객이 많아져

야 하고 그 다수가 공연 입장권을 구매하게 만들기 위해서는 미디어를 통해 구매자를 자극해야 한다고 생각함. 미디어에서 공연 홍보들이 잘 이루어져 관심을 유도하게 만드는 것이 선행되어야 한다고 생각함

- 공연 관람 장애요인: 초대권이 많이 배포된 공연인지 유료 관객이 많은 공연인지에 따라 공연 관람 분위기가 질적으로 다르고, 초대권이 많이 배포된 공연은 공연 관람 예절이 부족한 관객이 많다고 느껴짐

○ 59세 여자/주부

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 만 40세 이후 국악에 관심이 많아졌음. 집에서 국립극장이 매우 가까움. 특정 창극 공연을 본 뒤로 깊이 감동하여 국악 공연을 자주 찾게 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 요즘의 국악 공연 홍보는 현대적으로 잘 이루어지고 있다고는 생각함. 길거리에서 눈길을 끄는 포스터도 발견한 적이 있고 호기심이 생겨 보러 간 적도 있음. 이러한 홍보들이 계속 필요하다고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 공연에 대한 권위 의식 또는 선입견(공연계가 대중문화보다 좀 권위 있게 보이려고 하는 듯한 느낌을 받음. 실제 공연을 관람해 보면 관객 대다수는 평범한 사람들이고 우아한 사람만 가는 것은 아님). 대중적으로 다가가기 쉽게 홍보할 수 있는 전략이 필요하다고 생각함

○ 55세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 공연 입장권 구매를 위해 많은 금액을 지출하고 있지는 않으나 무료 공연이 있으면 적극적으로 관람하는 것이 계기가 되어 공연 관람 자체를 좋아하게 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함
- 공연 관람 장애요인: 타 참석자가 언급한 의견에 동의함. 팸플릿에 공연 관람 예절을 기재 해 놓더라도 읽는 사람들만 읽을 수도 있겠지만 꾸준히 해 나간다면 공연 예절에 익숙하지 않은 사람들에게 잘 전달될 수 있을 듯도 함

○ 43세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 동호회의 권유로 한국무용 공연을 함께 보게 되었는데 고유의 춤 선이 아름답게 느껴져 매료되게 되었음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 동호회에 가입하면 많은 마니아 관객이 생겨날 수 있다고 생각함. 공연을 접해 보지 않은 사람들도 친구 초대로 동호회에 가입하는 경우가 있는데 한 번 보게 되면 서서히 빠져들게 되고, 다양한 것을 접하게 되면서 혼자 가는 경우도 생김
- 공연 관람 장애요인: 공연 도중 다른 관객이 핸드폰을 여는 행위로 인해 불편함을 느낌. 공연장에서 방송을 통해 안내하는 노력이 있었으면 좋겠음

○ 52세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 공연 자체에 대한 관심도가 높았고, 국악 쪽에 관심이 특히 많아진 이유는 창극의 작품 내용이 질적으로 굉장히 좋아졌기 때문. 한국 사람으로서 한국만의 것을 많이 접하고자 하는 생각도 있었음. 창극에 관심을 두게 되면서 좋아하는 소리꾼이 생겼고 해당 소리꾼이 출연하는 창극은 입장권을 예매해서 공연을 관람하고 있음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 공연을 자주 보러 다니기 위해서는 시간적인 여유가 있어야 한다고 생각하기에 시간적인 여유가 있는 사람들이 마니아가 될 가능성이 높다고 생각함. 공연 정보 제공도 더욱더 적극적으로 이루어져서 자극받게끔 해야 함. 연령이 많다면 인터넷 활용도가 떨어질 수 있어서 오프라인으로 관계 맺기가 먼저 이루어진다면 더 많은 마니아 관객이 생길 것 같음
- 공연 관람 장애요인: 공연 관람 도중 사탕 등 음식물 섭취 소음 발생으로 인해 공연 집중이 어려웠던 적이 있음. 관람 예절 교육을 시킬 필요가 있다고 생각함. 공연에 대한 이해가 부족한 상태에서 SNS에 무작정 비판적인 글을 게시하는 사람들이 있음. 완창의 경우, 객석에서 추임새를 넣어 주는 것이 창극의 관람 예절인데 사전 지식이 없는 관객이 갑작스러운 공연 분위기에 놀라 다시는 창극을 관람하지 않겠다고 하는 사례가 있었음. 공연마다 즐기는 예절들이 각자 다르고 이러한 방법들을 배울 수 있는 교육이 있었으면 좋겠음

3) 3그룹 뮤지컬

㉠ 일반 현황

- 33세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 38세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 53세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 36세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 29세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단
- 51세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이라고 진단

㉡ 공연 관람 장르와 관람 빈도

- 33세 여자/직장인
 - 관람 장르: 뮤지컬 및 연극을 주로 관람. 클래식은 가족 모임으로 1년에 1~2회, 무용은 좋아하는 장르가 있으면 관람

- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도는 분기별 1회 이상이고 뮤지컬 관람 빈도는 일주일에 1회 이상이며 클래식 관람 빈도는 연 1회 이상
 - 입장권 구매: 반복 관람하는 편이며 주로 혼자 관람하고, 종종 다른 마니아 친구와 함께 관람. 개인소득 대비 10% 정도 공연 관람에 소비
- 38세 여자/직장인
- 관람 장르: 뮤지컬 및 연극
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 연극관람 빈도는 분기별 1회 이상. 뮤지컬 관람 빈도를 월 1회 이상으로 표기했지만, 좋아하는 공연을 여러 번 관람하기 때문에 실제 공연 관람 횟수는 더 많음
 - 입장권 구매: 반복 관람 유형. 개인소득 대비 7~8% 정도 공연 관람에 소비
- 53세 남자/직장인
- 관람 장르: 뮤지컬 및 연극, 대중음악 콘서트
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 뮤지컬 관람 빈도는 월 1회 이상
 - 입장권 구매: 반복 관람 유형이며, 좋아하는 작품을 여러 번 관람할 때 매회 다른 감흥을 느낌. 연극은 유명한 작품과 TV에서 추천하는 작품 위주로 관람. 자녀와 아이돌 콘서트를 함께 볼 때도 있음. 가구소득 대비 20% 정도 공연 관람에 소비
- 36세 남자/직장인
- 관람 장르: 뮤지컬 및 연극
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 뮤지컬 관람 빈도는 월에 많게는 6~7회, 적게는 2회 정도이고 연극은 두 달에 1~2회 관람
 - 입장권 구매: 반복 관람 유형이며, 개인소득 대비 20% 정도 문화 여가 생활에 소비하며, 그중 80%를 공연 관람에 소비
- 29세 여자/직장인
- 관람 장르: 뮤지컬, 특정 가수 콘서트
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 뮤지컬 관람 빈도는 월에 많게는 5~6회, 적게는 3회 정도
 - 입장권 구매: 반복 관람 유형이며, 좋아하는 공연을 한 달에 5회 반복해서 관람할 때도 있고 서로 다른 공연을 한 번씩 총 5번 관람할 때도 있음. 주로 혼자서 공연을 관람하며, 동생이나 친구와 함께 관람할 때도 있음. 동행과 함께 관람하더라도 비용은 각자 부담함
- 51세 여자/직장인
- 관람 장르: 뮤지컬과 국립발레단이나 국립창극단의 정기 공연도 입장권 구매 사이트에 올라오면 종종 관람. 뮤지컬 중에서도 내한 공연은 꼭 관람하며 라이선스 뮤지컬

- 도 관심이 있는 작품이거나 대한 공연과 비교의 목적으로 관람
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 뮤지컬 관람 빈도 월 1회 이상에서 분기별 1회 이상, 클래식 관람 빈도는 분기별 1회 이상, 무용 관람 빈도는 연 1회 이상
 - 입장권 구매: 좋아하는 공연은 기억에 확실하게 남기기 위해 적게는 3번에서 5번, 많게는 10번까지 적극적으로 반복해서 관람함. 같은 작품을 반복 관람할 때마다 매번 다른 감흥을 느낌. 실제로 같은 공연을 한 시즌에 50회 관람한 경험이 있음. 뮤지컬 입장권 예매 방식이 1차, 2차, 3차로 나뉘는 추세라 여러 회차 입장권을 한꺼번에 구매하기는 어려움. 그래서 입장권 예매에 실패하면 예매 대기 서비스를 활용하여 적극적으로 입장권을 구하고 있음

㉔ 공연 관람 행태 및 행동 특성

○ 33세 여자/직장인

- 공연 정보: 공연 관람 사전에 정보 확인함(시놉시스, 출연하는 배우, 연출진)
- 공연 선택 기준: 다른 관객의 후기, 특정 배우의 출연
- 공연 후기: 공연 관람 후 SNS에 후기를 작성
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(관련 굿즈, 매번 구매하는 것은 아님)

○ 38세 여자/직장인

- 공연 정보: 좋아하는 배우의 팬클럽을 통해 공연 정보를 얻음
- 공연 선택 기준: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 공연 후기: 좋아하는 배우의 팬클럽에서 다른 사람의 후기를 자주 읽는 편
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음

○ 53세 남자/직장인

- 공연 정보: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 공연 선택 기준: 뮤지컬과 연극은 TV나 매체에서 추천하거나 유명 배우가 출연하는 작품을 선택하는 편
- 공연 후기: 공연이 기대하던 것과 다를 때 지적의 용도로 작성
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매하지 않음

○ 36세 남자/직장인

- 공연 정보: 공연 정보를 볼 때 음악감독을 확인하고 선호하는 음악감독의 작품은 보러 가는 편

- 공연 선택 기준: 음악성, 제작진(음악감독)
- 공연 후기: 공연 후기 작성에 관한 질문에 동의: 다른 관객의 후기를 보고 공연에서 놓친 내용을 발견하기도 하고 이를 확인하기 위해 다시 보러 가기도 함
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(가방 등 굿즈)

○ 29세 여자/직장인

- 공연 정보: 다른 참가자들과 비슷함
- 공연 선택 기준: 작품성
- 공연 후기: 공연 관람 후 여러 SNS를 통해 후기 작성. 유명하지 않은 좋은 작품은 홍보의 목적으로 블로그에 후기를 남기고 인스타그램 등의 다른 SNS에서는 관람 인증을 주로 함
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(프로그램 북, 굿즈). 실용성과 관계없이 소장 가치가 있다고 생각하는 굿즈는 구매함

○ 51세 여자/직장인

- 공연 정보: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 공연 선택 기준: 작품성
- 공연 후기: 유명하지 않은 좋은 작품은 홍보의 목적으로 SNS에 후기를 남김. 기록의 목적으로 커튼콜이나 앙코르 등 촬영한 영상을 편집해서 유튜브에 올리기도 함
- 공연 관람 추천: 자녀에게 종종 추천하며, 표를 사주기도 함
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(프로그램 북, 굿즈)

㉠ 공연 관련 기부/단체 회원/팬클럽 동호회 활동 경험

○ 33세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 기부 경험은 없음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 기관이나 단체에 유료 가입이 되어 있음
- 팬클럽 활동 여부: 좋아하는 배우의 팬클럽은 없지만, 팬덤의 행동 특성에 해당하는 활동을 하고 있음
- 동호회 활동 여부: 없음

○ 38세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 기부 경험 없음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 기관이나 단체에 유료 가입함
- 팬클럽 활동 여부: 배우 팬클럽에 가입했지만, 정보를 얻거나 후기를 보는 목적으로

- 사용하고 활발하게 활동하지는 않음
- 동호회 활동 여부: 활동하지 않음
- 53세 남자/직장인
 - 공연 관련 기부: 기부하지 않음
 - 단체(기관) 유료 회원 여부: 기관에 유료 회원 가입함
 - 팬클럽 활동 여부: 팬클럽에 가입한 경험이 없음
 - 동호회 활동 여부: 공연을 보는 것만으로 만족하고 팬클럽이나 동호회 활동의 필요성을 느끼지 못함
- 36세 남자/직장인
 - 공연 관련 기부: 공연단체나 배우에 대한 기부 경험이 없음
 - 단체(기관) 유료 회원 여부: 기관이나 단체에 유료 가입함
 - 팬클럽 활동 여부: 팬클럽에 가입한 경험이 없음
 - 동호회 활동 여부: 팬클럽이나 동호회 활동에 관한 관심이 없음
- 29세 여자/직장인
 - 공연 관련 기부: 유명하지 않지만, 작품성이 있는 뮤지컬의 배우와 제작진에게 선물을 보낸 경험이 있음
 - 단체(기관) 유료 회원 여부: 극장에 유료 회원 가입
 - 팬클럽 활동 여부: 크로스오버 장르 가수 팬덤으로 활동하고 있음. 크로스오버나 성우 쪽에서의 팬덤 등 다른 분야의 마니아가 뮤지컬 마니아로 넘어오는 경우를 많이 봄
 - 동호회 활동 여부: 동호회 활동에 관한 관심은 있지만, 현재 생활과 공연 감상으로도 여력이 없어 불가능함
- 51세 여자/직장인
 - 공연 관련 기부: 좋아하는 가수나 배우에 대한 후원이 있는 경우 동참하기도 함
 - 단체(기관) 유료 회원 여부: 기관에 유료 가입함
 - 팬클럽 활동 여부: 공연은 아니지만, 크로스오버 장르 가수 팬덤으로 활동하고 있고 뮤지컬 배우의 팬클럽 활동에는 관심이 없음. 극장에서 고가의 촬영 장비로 배우를 촬영하는 팬을 자주 목격하기도 함
 - 동호회 활동 여부: 극의 연출이나 무대디자인, 의상에 관한 토론이 목적인 동호회나 커뮤니티 활동에 경험은 없지만 관심은 있음

㉮ **문화예술 활동 경험**

○ 33세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 미술에 관심이 있어 전시회를 꾸준히 다님

○ 38세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 미술에도 조금 관심이 있으며, 해외에서 근처에 미술관이 있으면 들리는 편

○ 53세 남자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 영상 제작에 관심이 많아 관련 교육을 받은 경험이 있음. 공연과 관련한 교육의 기회가 주어진다면, 참여할 의향이 있음
- 타 장르 활동 경험: 없음

○ 36세 남자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 영화를 자주 보며 공연보다 편하게 보게 됨. 공연의 경우 영화에 비해 가격이 비싼 편이기 때문에 후회 없는 선택을 위해 공연을 자주 보는 사람에게 물어보고 가는 경우가 많으며 공연은 아무래도 진입장벽이 약간 높다고 느껴짐

○ 29세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 경험 없음
- 타 장르 활동 경험: 없음

○ 51세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 미술을 전공했으며, 대학 시절 대중음악 작사/작곡에 관심이 있어 관련한 동아리 활동에 참여한 경험이 있음
- 타 장르 활동 경험: 직업과 관련해서 전시도 자주 보게 됨. 뮤지컬 외에 다른 공연 장르에도 관심이 있고 많이 관람하는 편

㉮ **마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등**

○ 33세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 처음 뮤지컬을 관람할 때는 유명한 대극장 작품을 위주로 관람하다가 좋은 평가를 받는 소극장 공연도 관람하게 됨. 좋아하는

배우가 생기게 되면서 본격적으로 해당 배우의 작품을 위주로 관람하였고 최근에는 대학로의 중소극장에서 다양한 작품을 접하기도 함

- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 작품을 많이 접하게 될수록 마니아가 되는 것 같음
- 공연 관람 장애요인: 시체 관극 문화에 대해서 극장 구조에 따라 문제가 발생한다고 봄. 대극장은 좌석 간 간격이 넓고 무대와 객석이 멀어 소음에 대해 용인할 수 있는 분위기가 형성되지만, 소극장은 간격이 좁아 작은 움직임도 전체 관객에게 영향을 줌. 지나친 시체 관극은 문제가 되지만, 공연 중에 집중하는 암묵적인 규칙은 필요하다고 생각함. 기술적 결함이 잦아지고 보상에 대한 부분도 미흡하여 이에 대한 투자와 노력이 필요함. 이러한 문제는 제작사에 대한 불신과 불쾌감으로 이어져서 장기적으로 보면 마니아 관객이 떠나는 요인이라고 생각함

○ 38세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 다른 참석자와 같은 의견
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 다른 참석자와 같은 의견
- 공연 관람 장애요인: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음

○ 53세 남자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 세종문화회관 천원의 행복 공연처럼 정부에서 저렴한 가격으로 지원하는 공연을 일회성이라도 접하는 기회가 필요하다고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음

○ 36세 남자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 음악에 관심이 많았고 뮤지컬 마니아 관객이 된 계기 또한 연기와 음악의 어울림이 좋아서였음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 뮤지컬 작품에 대해서 거의 알지 못하는 일반 관객을 위해 영상 플랫폼을 통해 홍보하는 전략이 필요하다고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 주변에서 시체 관극 문화에 대한 걱정의 질문을 많이 들음. 극장마다 관람 예절에 대한 주의 사항이 있고 기본을 지키면 된다고 생각함. 해외처럼 입장권 좌석에 대한 가격 차등화(등급제의 세분화)가 필요하다고 생각함

○ 29세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 작품의 질적 성장에 있어 다양한 소재를 활용한 실험적인 작품이 더욱 필요하다고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 공연을 보러 가면 핸드폰을 끄지 않거나 옆 사람과 떠드는 관객도 많음. 소극장 공연도 적지 않은 금액을 내기 때문에 피해받고 싶지 않다고 생각함

다 보니 시체 관극이라는 심한 문제까지 이어지는 것 같다고 생각. 지역에 따른 공연 관람의 기회 차이가 심함. 지방자치단체의 지원으로 소소한 예술 공연을 제작하여 관람의 기회를 제공하면 좋겠다고 생각함. 기술적 결함은 극에 대한 몰입을 저해하기 때문에 제작사의 노력이 필요함

○ 51세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 마니아에 대한 부정적인 시선에 있어 우려가 있고 관극 행위가 엘리트 의식과 같이 느껴지지 않기 위해 조심하게 되는 경향이 있음. 작품을 지키기 위해 지나치게 사진이나 영상을 촬영하지 못하게 하는 경향이 있음. 커튼콜 정도는 촬영하게 해준다면 마니아 관객의 입장에서라도 기록이 되고, 일반 관객에게도 공연의 분위기가 전달되어 홍보된다고 생각함
- 공연 관람 장애요인: 시체 관극 문화보다는 관객이 공연을 느끼고 있다는 것을 배우에게 보여줘야 한다고 생각. 입장권 가격 완화가 필요함. 공연 취소에 따른 대처가 미흡했던 상황을 종종 경험했고 보상에 대해서도 강경하게 대응하는 팬들만 더 많은 보상을 받는 불공평한 상황을 목격하기도 함. 제작사의 신속한 대처가 필요함. 같은 작품이 변화 없이 계속해서 재연되는 것도 문제가 있어서 무대나 캐스팅 등에서 변화가 필요함

4) 4그룹 음악

㉠ **일반 현황**

- 46세 여자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 64세 남자/개인 사업가: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 55세 여자/주부: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 31세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단
- 37세 남자/직장인: FGI 참석 전 자신을 마니아 관객이 아니라고 진단

㉡ **공연 관람 장르와 관람 빈도**

- 46세 여자/직장인
 - 관람 장르: 클래식 음악과 연극을 주로 관람
 - 최근 1년간 공연 관람 빈도: 클래식 음악과 연극관람 빈도는 분기별 각각 1회 이상
 - 입장권 구매: 보통 혼자서 관람하는 편. 과거에는 자녀와 같이 발레공연이나 좋아하는 피아니스트의 연주회 등을 보러 다니기도 함. 전체 소득에서 5% 정도 공연 관람 비용

지출

○ 64세 남자/개인 사업가

- 관람 장르: 클래식 음악도 관람하지만, 연극과 뮤지컬도 관람
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 클래식 음악 관람 빈도는 월 1회 이상, 연극관람 빈도는 분기별 1회 이상, 뮤지컬 관람 빈도는 연 1회 이상
- 입장권 구매: 반복 관람 유형(유명 오케스트라 내한, 좋아하는 작곡가의 공연), 주로 가족과 함께 관람하는 편
- 음악을 전공하여 대학 동기 및 선후배와 동아리 활동으로 함께 공연을 관람하며, 구하기 어려운 표는 단체로 예매해서 관람함

○ 55세 여자/주부

- 관람 장르: 클래식 음악과 연극 공연 관람
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 클래식 음악과 연극관람 빈도는 분기별 각각 1회 이상
- 입장권 구매: 남편과 같이 관람하며, 퇴직 이후 나오는 사학연금으로 월 80만 원 상당의 문화 교육비를 사용하여 표를 구매함. 집 근처에 있는 세종문화회관에서 오는 메일이나 문자를 통해 공연 정보를 얻고 관람도 자주 함. 포털 사이트(네이버) 멤버십을 통해 공연 할인을 받아 예매하며, 입장권 예매사이트는 할인이 적어 잘 이용하지 않는 편

○ 31세 남자/직장인

- 관람 장르: 클래식 음악 공연과 연극, 뮤지컬 공연을 관람. 특정 작곡가의 음악 콘서트나 영화음악 콘서트에 관심이 많음
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 클래식 공연 관람 빈도 분기별 1회 이상이고 연극 및 뮤지컬 관람 빈도 각각 월 1회 이상
- 입장권 구매: 회사의 동아리 활동으로 무료로 관람할 기회가 있어서 월 1회 정도 관람함. 주로 친구나 여자 친구와 함께 관람하고 가격에 부담을 느껴 정말 보고 싶은 공연만 직접 결제하는 편. 좌석 위치에 대해 신경을 쓰지는 않으며, 음악을 들으러 가는 것이기 때문에 뒷자리로 예매해서 관람하는 편

○ 37세 남자/직장인

- 관람 장르: 클래식 음악과 연극 및 뮤지컬 장르 선호
- 최근 1년간 공연 관람 빈도: 클래식 음악과 연극 공연 관람 빈도는 분기별 각각 1회 이상이고 뮤지컬 관람 빈도는 연 1회 이상
- 입장권 구매: 직접 구매하며 배우자와 주로 관람하고 격년으로 부모님과 함께 관람할 때도 있으며, 무료 공연 또는 2인 10만 원 내외의 공연을 주로 관람함

㉔ 공연 관람 행태 및 행동 특성

○ 46세 여자/직장인

- 공연 정보: 온라인 카페에 가입해 정보를 얻음
- 공연 선택 기준: 특정 예술가의 출연이나 연주곡 위주
- 공연 후기: 가입한 카페를 통해서 간단한 리뷰를 올리는 편. 익명의 커뮤니티에서는 남자 관객의 리뷰가 많은 편이며, 카페와 같이 본인을 특정할 수 있는 커뮤니티에서는 여자 관객의 리뷰가 많은 편이라고 생각함
- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(특정 예술가의 굿즈)

○ 64세 남자/개인 사업가

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인함(음악을 전공한 동문에게 정보를 얻음)
- 공연 선택 기준: 특정 예술가나 지휘자의 참여
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동은 하지 않음
- 공연 관람 추천: 가까운 지인들에게 추천
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함 주로 CD를 구매함

○ 55세 여자/주부

- 공연 정보: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 공연 선택 기준: 연주곡과 출연진 위주
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하지 않는 편
- 공연 관람 추천: 추천은 하지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(팸플릿)

○ 31세 남자/직장인

- 공연 정보: 아는 예술가의 다양한 홍보물을 보고
- 공연 선택 기준: 주로 아는 곡 위주로 선택함
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동은 하지 않는 편. 남자들은 대부분 항의하는 측면의 리뷰 외에는 작성하지 않으리라 생각함
- 공연 관람 추천: 주변 지인들에게 추천하는 편
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(팸플릿)

○ 37세 남자/직장인

- 공연 정보: 공연 관람 사전정보 확인하고 관람
- 공연 선택 기준: 첫 번째는 출연진이고 두 번째는 레퍼토리 같음
- 공연 후기: 리뷰, 관람 인증 등 온라인 활동하는 편

- 공연 관람 추천: 해당 내용에 관한 의견을 밝히지 않음
- 부가 상품 구매: 부가 상품 구매함(팹플릿)

㉔ 공연 관련 기부/단체 회원/팬클럽 동호회 활동 경험

○ 46세 여자/직장인

- 공연 관련 기부: 국내는 아니라 영국 위그모어홀에 소액 기부 경험 있음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 예술의 전당, 국립 심포니 유료 회원 가입
- 팬클럽 활동 여부: 좋아하는 피아니스트의 팬클럽에 가입했고 현재도 활동하고 있음
- 동호회 활동 여부: 활동하지 않음

○ 64세 남자/개인 사업가

- 공연 관련 기부: 후원 경험 있고 음악 전공자라서 후원이나 기부 기회가 있다면 자주 하는 편
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 가입하지 않음
- 팬클럽 활동 여부: 없음
- 동호회 활동 여부: 없음

○ 55세 여자/주부

- 공연 관련 기부: 공연 분야는 아니고 미술관에 소액 기부 경험 있음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 세종문화회관 유료 회원 가입했음. 이전에 예술의 전당과 국립극장 유료 회원 가입했던 경험이 있음
- 팬클럽 활동 여부: 팬클럽에 가입한 경험이 없음
- 동호회 활동 여부: 활동하지 않음

○ 31세 남자/직장인

- 공연 관련 기부: 없음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 무료만 가입
- 팬클럽 활동 여부: 팬클럽에 가입한 경험은 없지만, 카페에서 정보 확인 등 필요에 따라 접속은 하는 편
- 동호회 활동 여부: 활동하지 않음

○ 37세 남자/직장인

- 공연 관련 기부: 기부나 후원 경험 없음
- 단체(기관) 유료 회원 여부: 입장권 판매 사이트(인터파크)에 2년 정도 유료 회원으로 가입했던 경험이 있음
- 팬클럽 활동 여부: 없음

- 동호회 활동 여부: 없음

㉔ **문화예술 활동 경험**

○ 46세 여자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육받은 경험 없지만, 혼자 피아노 악보를 구해 연습한 경험은 있음
- 타 장르 활동 경험: 없음

○ 64세 남자/개인 사업가

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 클래식 음악을 전공함(클라리넷)
- 타 장르 활동 경험: 없음

○ 55세 여자/주부

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육을 받은 경험이 있음. 현대미술관에 있는 교육과정을 이수한 경험이 있는데 교육을 받은 후 관람 혜택이 생겨 지원했음
- 타 장르 활동 경험: 무료로 볼 수 있는 미술관 전시도 관람과 참여도 함

○ 31세 남자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 문화예술 분야 교육을 받은 경험이 없는데 향후 교육 받을 의향은 없음
- 타 장르 활동 경험: 없음

○ 37세 남자/직장인

- 문화예술 정규/비정규 교육 경험: 없음
- 타 장르 활동 경험: 없음

㉕ **마니아 조건 및 마니아 관객층 형성을 위해 필요한 전략 등**

○ 46세 여자/직장인

- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 스스로 마니아라고 생각하지 않지만, 오늘 여러 얘기를 하다 보니 마니아의 특성을 상당 부분 가지고 있다고 생각함. 특정 연주자로 인해 공연을 보기 시작했고 지금은 여러 공연을 즐기는 편
- 마니아 관객이 되기 위한 조건: 일반 관객의 수준에 맞게 쉬운 곡들 위주로 접할 수 있는 공연 구성이 중요한데 클래식 음악의 곡 중에서 대중적인 곡들에 대한 정보 공유 활성화가 필요함. 접근성이 좋은 장소에서 사람들이 무료로 볼 수 있는 야외 음악

- 회 개최가 필요함
- 공연 관람 장애요인: 다른 사람 의견과 같음
- 64세 남자/개인 사업가
- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 스스로 마니아라고 생각하지 않지만, 과거에 음악을 전공했었고 여러 클래식 음악 공연을 관람하다 보니 마니아의 특성을 가졌다고 생각함. 영향을 미친 요인은 음악을 전공했던 경험이 큰 편
 - 마니아 관객이 되기 위한 조건: 연주자의 입장에서 대관료 인하가 필요하다고 생각하고 음악에 쉽게 접근할 수 있는 여건 조성을 해야 함
 - 공연 관람 장애요인: 별도 의견 없음
- 55세 여자/주부
- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 마니아 관객이 아니라고 생각했는데 얘기하다 보니 마니아가 가진 특성을 상당 부분 이행하고 있음. 영향을 미친 요인이라면, 공연 관람을 통해서 신선한 감흥이 있어 주기적으로 관람한 것이 지금과 같은 상황이 되었고 특히 팸플릿을 모아서 리스트를 만들고 주변 사람에게 추천하기도 하며 재미를 느낌. 또한, 문화예술 경험을 통해 회원 등급이 점차 오르고 혜택이 늘어나는 것에 재미를 느낌
 - 마니아 관객이 되기 위한 조건: 단체 관객 예매 시 할인 혜택이 최우선으로 주어지면, 자연스럽게 관람 빈도가 증가하고 마니아 관객이 될 것 같음
 - 공연 관람 장애요인: 정부 정책을 통해 할인 혜택을 다양화하여 입장권 판매
- 31세 남자/직장인
- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 스스로 마니아라고 생각하지 않음
 - 마니아 관객이 되기 위한 조건: 입장권 할인 혜택 및 사은품 증정을 통해 유입 유도
 - 공연 관람 장애요인: 입장권 재판매 처벌 강화
- 37세 남자/직장인
- 마니아 관객이 되는 데 영향을 미친 요인: 스스로 마니아라고 생각하지 않음
 - 마니아 관객이 되기 위한 조건: 홍보의 일원화(공연 관람 정보에 있어 정부의 통합적인 홍보 채널 개설)
 - 공연 관람 장애요인: 일반 관객들의 접근성이 부족하다고 생각함. 지역 아트센터 활성화 필요. 장르의 대중성이 부족하다고 생각하여 대중적인 곡들로 프로그램을 구성하면 일반 관객들도 더 많이 보리라 생각함

부록2. 설문조사 결과 통계표

〈부 록 표 목 차〉

[부록표 1] 최근 1년 이내 직접 관람 공연(복수응답)	187
[부록표 2] 최근 1년 이내 유료 관람 공연(복수응답)	187
[부록표 3] 유료공연 관람 총 횟수-최근 1년내내 유료공연 관람 경험자	188
[부록표 4] 월평균 유료공연 관람빈도-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	188
[부록표 5] 입장권 구매 행태-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	189
[부록표 6] 유료 공연 관람 빈도:연극-연극 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자	189
[부록표 7] 유료 공연 관람 빈도:뮤지컬-뮤지컬 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자	190
[부록표 8] 유료 공연 관람 빈도:클래식음악-음악 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자	190
[부록표 9] 유료 공연 관람 빈도:무용-무용관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자	191
[부록표 10] 유료 공연 관람 빈도:국악-국악관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자	191
[부록표 11] 공연관람 전 공연정보 확인 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	192
[부록표 12] 공연관람 전후 SNS나 블로그 등에 리뷰/인증글 게시 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	192
[부록표 13] 공연 관련 부가상품 구매 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	193
[부록표 14] 공연 관련 커뮤니티/동호회 활동 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	193
[부록표 15] 타인에 공연 추천 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자	194
[부록표 16] 마니아 관객의 기준에 대한 인식(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개 이상 해당	195
[부록표 17] 스스로 공연 마니아 관객이라고 생각하는지 여부 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	196
[부록표 18] 마니아 관객이 된 결정적 계기 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 관객이라고 인식하는 응답자	198
[부록표 19] 공연 관람전 확인하는 정보(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	199
[부록표 20] 관람하지 않는 공연에 대한 정보 확인의 적극성 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연 관람 전 출연진/연출자/극단/공연작품 정보 확인하는 경우	201

[부록표 21] 공연작품 선택 기준(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	203
[부록표 22] 공연작품 선택 기준(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	205
[부록표 23] 공연 관람 전후 공연 작품에 대한 리뷰/공유 경로(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	207
[부록표 24] 리뷰 내용 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연작품에 대한 리뷰 또는 공유자	209
[부록표 25] 리뷰 작성 빈도 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연작품에 대한 리뷰작성자	211
[부록표 26] 팬덤/팬카페 활동 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	213
[부록표 27] 팬덤/팬카페 연간 오프라인 모임 횟수 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 팬덤/팬카페 활동자	215
[부록표 28] 오프라인 팬덤/팬카페 활동 내용(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 오프라인 팬덤/팬카페 활동자	215
[부록표 29] 공연장/기획사/극단 중에 회원가입 여부(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	216
[부록표 30] 공연예술 관련 교육 경험-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	218
[부록표 31] 해외 개최 공연 관람 여부(복수응답) -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	220
[부록표 32] 선호하는 예술가의 공연을 보기위해 해외 공연장 방문 경험-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 & 해외 공연장 방문 경험자	221
[부록표 33] 공연 관련 불만족 부분 개선 요청 여부 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당	222
[부록표 34] 공연 작품의 반복 관람 여부:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자	224
[부록표 35] 공연 작품의 반복 관람 여부:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자	226
[부록표 36] 공연 작품의 반복 관람 여부:클래식음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자	228
[부록표 37] 공연 작품의 반복 관람 여부:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용 공연 관람자	230
[부록표 38] 공연 작품의 반복 관람 여부:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악 공연 관람자	232
[부록표 39] 최근 1년간 입장권 구매 비용:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자	234
[부록표 40] 최근 1년간 입장권 구매 비용:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자	236
[부록표 41] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자	238
[부록표 42] 최근 1년간 입장권 구매 비용:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자	240
[부록표 43] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자	242
[부록표 44] 최근 1년간 입장권 구매 비용:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자	244

[부록표 45] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자 246

[부록표 46] 최근 1년간 입장권 구매 비용:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자 248

[부록표 47] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자 250

[부록표 48] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자 252

[부록표 49] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자 254

[부록표 50] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자 256

[부록표 51] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자 258

[부록표 52] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자 260

[부록표 53] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자 262

[부록표 54] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자 264

[부록표 55] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자 266

[부록표 56] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자 268

[부록표 57] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자 270

[부록표 58] 국악 장르 비중
 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 & 국악공연 관람자 272

[부록표 59] 선호하는 무용가의 행사에 참여여부(복수응답)
 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자 274

[부록표 1] 최근 1년 이내 직접 관람 공연(복수응답)

(단위:명,%)

		표본수	연극	뮤지컬	음악 (클래식/ 오페라)	무용 (현대무용, 한국무용, 발레)	국악	그 외 공연	직접 관람한 경험 없음
■ 전체		4,840	42.9	63.8	45.5	15.5	12.5	23.7	4.7
성별	남성	1,227	44.8	56.9	46.9	13.1	12.2	21.2	5.9
	여성	3,613	42.3	66.1	45.0	16.3	12.6	24.5	4.3
연령 대	10대	63	44.4	68.3	25.4	15.9	12.7	19.0	3.2
	20대	696	52.6	68.4	35.2	13.8	8.3	29.5	2.3
	30대	1,526	50.3	71.4	37.4	14.0	7.6	24.6	4.1
	40대	1,470	38.8	65.4	47.1	15.4	14.2	20.7	5.5
	50대	699	32.6	49.4	62.5	18.9	18.7	22.2	6.2
	60세 이상	386	30.8	44.6	62.4	18.4	21.5	24.4	6.2

[부록표 2] 최근 1년 이내 유료 관람 공연(복수응답)

(단위:명,%)

		표본수	연극	뮤지컬	음악(클래 식/오페라)	무용(현대 무용, 한국무용, 발레)	국악	그 외 공연	유료 공연 관람 경험 없음
■ 전체		4,840	34.2	53.9	33.9	10.2	6.2	10.1	9.4
성별	남성	1,227	35.5	47.6	35.6	8.8	6.2	9.1	12.1
	여성	3,613	33.7	56.0	33.4	10.7	6.1	10.4	8.5
연령 대	10대	63	38.1	66.7	23.8	14.3	7.9	9.5	7.9
	20대	696	43.7	61.2	26.6	8.8	4.2	13.2	5.0
	30대	1,526	40.2	61.5	27.9	9.5	3.9	11.0	6.7
	40대	1,470	30.9	55.5	35.3	10.6	7.3	8.1	10.8
	50대	699	25.0	37.3	45.8	11.7	8.9	9.4	13.9
	60세 이상	386	22.0	32.4	46.1	11.1	9.1	9.6	14.5

[부록표 3] 유료공연 관람 총 횟수-최근 1년 이내 유료공연 관람 경험자

(단위:명,%)

		표본수	1년 총 3회 이하	분기별 1회 이상 (연 4회 내외 수준)	월 1회 이상 (연 12회 내외 수준)	공연 관람이 가능할 때마다 자주 관람하였음 (거의 매월 1~2회 이상의 공연을 관람)
■ 전체		3,900	37.7	35.8	12.4	14.1
성별	남성	967	40.8	36.6	13.3	9.2
	여성	2,933	36.7	35.5	12.1	15.7
연령 대	10대	52	17.3	26.9	15.4	40.4
	20대	571	24.5	37.3	14.5	23.6
	30대	1,256	32.4	39.6	14.3	13.7
	40대	1,192	42.4	34.3	11.5	11.8
	50대	536	48.5	30.8	10.8	9.9
	60세 이상	293	50.9	33.1	6.8	9.2
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,654	23.4	36.8	16.5	23.3
	뮤지컬	2,608	30.3	37.5	14.7	17.5
	음악(클래식/ 오페라)	1,642	31.2	39.5	14.4	14.9
	무용(현대무용, 한국무용, 발레)	496	22.6	35.1	21.2	21.2
	국악	298	18.8	35.9	18.8	26.5
	그 외 공연	2	-	50.0	-	50.0

[부록표 4] 월평균 유료공연 관람빈도-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1회 미만	1-5회 미만	5회 이상	월 평균 관람 횟수 (회)
■ 전체		2,430	47.3	41.3	11.4	2.1
성별	남성	572	50.3	40.6	9.1	1.9
	여성	1,858	46.4	41.6	12.1	2.1
연령 대	10대	43	23.3	65.1	11.6	2.8
	20대	431	40.8	40.8	18.3	2.7
	30대	849	48.5	39.9	11.5	2.3
	40대	687	50.7	41.2	8.2	1.6
	50대	276	48.6	41.7	9.8	2.0
	60세 이상	144	48.6	43.8	7.6	1.3
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	39.5	43.6	16.8	2.7
	뮤지컬	1,818	45.1	42.1	12.8	2.3
	음악	1,129	46.5	43.7	9.8	1.7
	무용	384	40.4	47.1	12.5	2.3
	국악	242	37.2	44.2	18.6	2.8
	그 외 공연	2	50.0	50.0	-	1.6

[부록표 5] 입장권 구매 행태-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1회 공연만 구매	날짜별 여러 회차 구매	공연 참여 인력을(출연진/스 태프 등) 고려해 여러 회차 구매	첫 번째 관람 후 공연 작품이 관찮으면 반복 구매	기타
■ 전체		2,430	56.2	7.0	14.7	22.1	0.2
성별	남성	572	69.1	5.9	11.7	13.3	-
	여성	1,858	52.2	7.3	15.6	24.8	0.2
연령 대	10대	43	41.9	11.6	18.6	27.9	-
	20대	431	38.1	9.7	19.0	32.9	0.2
	30대	849	52.8	6.9	17.6	22.5	0.2
	40대	687	61.6	6.3	11.9	20.2	-
	50대	276	69.9	5.1	9.4	15.2	0.4
	60세 이상	144	82.6	4.2	6.3	6.9	-
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	52.7	6.9	15.8	24.5	0.1
	뮤지컬	1,818	50.8	7.0	16.9	25.1	0.2
	음악	1,129	65.1	6.0	9.8	18.9	0.2
	무용	384	65.4	4.4	9.1	21.1	-
	국악	242	57.9	5.4	12.8	24.0	-
	그 외 공연	2	50.0	-	50.0	-	-

[부록표 6] 유료 공연 관람 빈도:연극-연극 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	일주일에 1회 이상	월 3-4회 이상	월 1회 이상	분기별 1회 이상	연 1회 이상
■ 전체		1,267	3.5	6.1	22.7	43.0	24.7
성별	남성	302	2.6	7.9	29.1	43.7	16.6
	여성	965	3.7	5.5	20.7	42.8	27.3
연령 대	10대	22	9.1	4.5	22.7	31.8	31.8
	20대	262	3.1	8.0	24.0	38.2	26.7
	30대	479	4.2	6.1	24.8	41.8	23.2
	40대	323	3.1	5.3	21.4	44.6	25.7
	50대	124	3.2	7.3	16.1	50.8	22.6
	60세 이상	57	-	-	21.1	54.4	24.6
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	3.5	6.1	22.7	43.0	24.7
	뮤지컬	1,058	3.7	5.9	23.9	41.9	24.7
	음악	492	3.3	4.9	22.2	40.9	28.9
	무용	201	5.5	7.0	26.4	39.3	21.9
	국악	147	5.4	9.5	25.2	37.4	22.4

[부록표 7] 유료 공연 관람 빈도:뮤지컬-뮤지컬 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	일주일에 1회 이상	월 3-4회 이상	월 1회 이상	분기별 1회 이상	연 1회 이상
■ 전체		1,818	7.4	8.5	22.6	45.3	16.3
성별	남성	376	3.2	5.9	29.3	45.2	16.5
	여성	1,442	8.5	9.2	20.9	45.3	16.2
연령 대	10대	36	8.3	22.2	41.7	25.0	2.8
	20대	357	14.3	11.8	25.2	38.1	10.6
	30대	679	8.4	8.4	23.4	44.6	15.2
	40대	509	4.5	7.3	20.2	49.3	18.7
	50대	161	-	5.6	19.3	50.9	24.2
	60세 이상	76	-	1.3	17.1	55.3	26.3
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,058	10.7	10.9	23.3	39.6	15.5
	뮤지컬	1,818	7.4	8.5	22.6	45.3	16.3
	음악	710	4.4	6.5	19.9	44.5	24.8
	무용	246	4.9	9.3	20.7	39.4	25.6
	국악	161	6.8	13.0	21.1	36.0	23.0

[부록표 8] 유료 공연 관람 빈도:클래식음악-음악 관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	일주일에 1회 이상	월 3-4회 이상	월 1회 이상	분기별 1회 이상	연 1회 이상
■ 전체		1,127	2.5	4.5	20.4	44.3	28.3
성별	남성	287	3.8	4.5	24.0	44.9	22.6
	여성	840	2.0	4.5	19.2	44.0	30.2
연령 대	10대	12	-	-	16.7	41.7	41.7
	20대	139	2.2	4.3	22.3	38.1	33.1
	30대	327	3.7	3.7	19.3	40.7	32.7
	40대	360	0.8	4.2	18.1	47.8	29.2
	50대	191	3.1	6.8	22.5	49.2	18.3
	60세 이상	98	4.1	5.1	26.5	42.9	21.4
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	492	1.8	4.3	18.3	41.9	33.7
	뮤지컬	710	1.3	3.5	18.0	42.4	34.8
	음악	1,127	2.5	4.5	20.4	44.3	28.3
	무용	265	3.4	6.8	26.4	40.0	23.4
	국악	144	3.5	7.6	20.1	42.4	26.4

[부록표 9] 유료 공연 관람 빈도:무용-무용관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명.%)

		표본수	일주일에 1회 이상	월 3-4회 이상	월 1회 이상	분기별 1회 이상	연 1회 이상
■ 전체		384	0.8	2.6	15.1	36.2	45.3
성별	남성	88	-	4.5	18.2	28.4	48.9
	여성	296	1.0	2.0	14.2	38.5	44.3
연령 대	10대	8	-	12.5	25.0	12.5	50.0
	20대	51	2.0	3.9	9.8	31.4	52.9
	30대	114	0.9	4.4	19.3	38.6	36.8
	40대	123	0.8	1.6	14.6	35.8	47.2
	50대	60	-	-	11.7	40.0	48.3
	60세 이상	28	-	-	14.3	35.7	50.0
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	201	1.0	2.5	13.4	33.8	49.3
	뮤지컬	246	1.2	2.0	13.4	34.1	49.2
	음악	265	1.1	2.3	13.2	34.7	48.7
	무용	384	0.8	2.6	15.1	36.2	45.3
	국악	98	2.0	3.1	16.3	34.7	43.9

[부록표 10] 유료 공연 관람 빈도:국악-국악관람자 중 분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명.%)

		표본수	일주일에 1회 이상	월 3-4회 이상	월 1회 이상	분기별 1회 이상	연 1회 이상
■ 전체		242	2.1	1.2	14.5	37.6	44.6
성별	남성	64	1.6	3.1	14.1	42.2	39.1
	여성	178	2.2	0.6	14.6	36.0	46.6
연령 대	10대	4	-	-	25.0	50.0	25.0
	20대	25	4.0	-	12.0	20.0	64.0
	30대	53	1.9	3.8	24.5	30.2	39.6
	40대	91	3.3	1.1	13.2	42.9	39.6
	50대	47	-	-	8.5	46.8	44.7
	60세 이상	22	-	-	9.1	31.8	59.1
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	147	1.4	2.0	15.0	31.3	50.3
	뮤지컬	161	1.9	1.9	14.9	32.3	49.1
	음악	144	2.1	2.1	12.5	36.1	47.2
	무용	98	3.1	3.1	14.3	32.7	46.9
	국악	242	2.1	1.2	14.5	37.6	44.6

[부록표 11] 공연관람 전 공연정보 확인 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	매번 사전 정보 확인 후 관람하는 편	대부분 사전 정보 확인 후 관람하는 편	가끔 사전 정보 확인 후 관람하는 편	대부분 사전 정보 확인 없이 관람하는 편
■ 전체		2,428	52.3	35.9	8.9	2.8
성별	남성	572	52.3	34.1	11.4	2.3
	여성	1,856	52.4	36.5	8.1	3.0
연령 대	10대	43	65.1	27.9	7.0	-
	20대	429	47.1	37.8	11.4	3.7
	30대	849	49.5	35.9	11.4	3.2
	40대	687	55.9	34.8	6.6	2.8
	50대	276	57.6	36.2	4.3	1.8
	60세 이상	144	54.2	37.5	6.9	1.4
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	50.4	37.2	8.9	3.6
	뮤지컬	1,818	51.9	36.9	8.3	3.0
	음악	1,127	56.6	33.5	7.7	2.2
	무용	384	56.3	35.4	6.0	2.3
	국악	242	53.3	37.6	6.6	2.5

[부록표 12] 공연관람 전후 SNS나 블로그 등에 리뷰/인증글 게시 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	대부분 공연 관람 전후 작성하는 편	가끔 관람 전후 작성하는 편	리뷰를 전혀 작성하지 않음
■ 전체		2,428	27.6	48.2	24.3
성별	남성	572	25.2	48.8	26.0
	여성	1,856	28.3	48.0	23.7
연령 대	10대	43	32.6	39.5	27.9
	20대	429	30.5	46.6	22.8
	30대	849	29.9	48.2	21.9
	40대	687	27.7	51.8	20.5
	50대	276	18.5	48.2	33.3
	60세 이상	144	20.1	38.2	41.7
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	30.2	47.0	22.7
	뮤지컬	1,818	29.8	46.9	23.4
	음악	1,127	26.3	47.2	26.5
	무용	384	30.7	46.1	23.2
	국악	242	35.5	44.2	20.2

[부록표 13] 공연 관련 부가상품 구매 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	매번 부가 상품 구매를 하는 편	대부분 부가 상품 구매를 하는 편	가끔 부가 상품 구매를 하는 편	부가 상품을 구매하지 않음
■ 전체		2,428	9.4	17.2	54.2	19.2
성별	남성	572	5.6	12.2	58.2	24.0
	여성	1,856	10.6	18.7	52.9	17.8
연령 대	10대	43	27.9	23.3	30.2	18.6
	20대	429	11.9	21.9	50.6	15.6
	30대	849	9.8	19.0	51.9	19.3
	40대	687	9.5	16.4	58.8	15.3
	50대	276	4.3	11.2	60.9	23.6
	60세 이상	144	4.2	5.6	50.0	40.3
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	9.7	17.9	54.1	18.3
	뮤지컬	1,818	11.4	18.3	53.2	17.1
	음악	1,127	8.1	14.4	56.8	20.8
	무용	384	8.3	13.8	53.4	24.5
	국악	242	6.6	13.6	62.8	16.9

[부록표 14] 공연 관련 커뮤니티/동호회 활동 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있음	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있지 않음
■ 전체		2,428	30.2	69.8
성별	남성	572	34.3	65.7
	여성	1,856	29.0	71.0
연령 대	10대	43	46.5	53.5
	20대	429	28.4	71.6
	30대	849	27.4	72.6
	40대	687	27.2	72.8
	50대	276	42.8	57.2
	60세 이상	144	37.5	62.5
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	31.3	68.7
	뮤지컬	1,818	29.2	70.8
	음악	1,127	32.7	67.3
	무용	384	29.9	70.1
	국악	242	34.3	65.7

[부록표 15] 타인에 공연 추천 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	다른 사람에게는 추천하지는 않는 편임	대부분 가족에게 관람할 것을 추천하는 편임	대부분 친구나 직장동료, 연인에게 관람할 것을 추천하는 편임	대부분 동호회/커뮤니티 에 관람할 것을 추천하는 편임	기타
■ 전체		2,428	7.8	18.5	62.8	10.6	0.4
성별	남성	572	8.4	26.0	56.1	9.3	0.2
	여성	1,856	7.7	16.1	64.8	11.0	0.4
연령 대	10대	43	4.7	16.3	65.1	14.0	-
	20대	429	9.3	14.7	66.4	9.3	0.2
	30대	849	8.2	18.0	63.8	9.8	0.1
	40대	687	7.6	17.9	63.9	10.0	0.6
	50대	276	6.5	22.5	55.4	14.5	1.1
	60세 이상	144	5.6	27.8	53.5	13.2	-
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,267	7.8	15.4	65.0	11.3	0.6
	뮤지컬	1,818	6.9	16.7	65.6	10.3	0.4
	음악	1,127	6.7	20.6	61.0	11.3	0.4
	무용	384	6.3	21.6	60.9	11.2	-
	국악	242	6.2	22.7	60.3	10.7	-

[부록표 16] 마니아 관객의 기준에 대한 인식(복수응답)
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개 이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	한 개의 공연 작품을 반복해서 관람	공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹상에 작성	공연 관련 추가 상품을 구매	평소 공연에 대한 정보를 수집	공연 분야 동호회 등의 활동 또는 비정규 교육과정 이수
■ 전체		2,208	67.3	50.3	26.5	54.5	15.4
성별	남성	502	51.6	51.6	26.5	51.0	17.7
	여성	1,706	72.0	49.9	26.5	55.5	14.8
연령대	10대	41	70.7	53.7	26.8	53.7	14.6
	20대	399	78.4	54.6	29.8	54.1	13.0
	30대	780	71.2	51.9	29.1	52.2	14.2
	40대	630	65.2	49.0	25.7	55.4	16.0
	50대	246	55.3	45.1	16.7	59.3	20.3
	60세 이상	112	38.4	41.1	22.3	56.3	18.8
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,155	71.6	52.6	26.7	56.5	15.5
	뮤지컬	1,680	72.6	50.7	27.6	55.6	15.5
	음악	1,005	63.6	51.0	27.5	55.8	18.1
	무용	347	63.4	50.7	29.1	59.1	19.0
	국악	226	64.6	53.1	23.9	58.0	18.6

		표본수	직접 작품에 출연하거나 제작스태프/서포터즈로 활동	출연진의 팬카페/팬덤 활동	공연 단체/공연장 홈페이지에 유료로 가입하여 활동	공연 단체/공연장/출연진 대상 정기/비정기적 후원 활동 참여
■ 전체		2,208	12.9	33.3	32.0	24.0
성별	남성	502	12.0	26.9	25.1	21.9
	여성	1,706	13.1	35.2	34.0	24.6
연령대	10대	41	22.0	46.3	34.1	31.7
	20대	399	18.5	35.1	33.8	25.6
	30대	780	12.8	31.9	28.5	20.8
	40대	630	10.8	33.7	31.1	24.6
	50대	246	12.6	34.6	42.3	27.2
	60세 이상	112	1.8	26.8	31.3	26.8
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	1,155	12.6	33.4	33.0	23.9
	뮤지컬	1,680	13.1	33.9	31.4	23.2
	음악	1,005	13.6	34.1	37.4	28.2
	무용	347	14.4	33.1	39.5	33.4
	국악	226	14.6	28.8	37.2	26.1

[부록표 17] 스스로 공연 마니아 관객이라고 생각하는지 여부
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	예, 마니아 관객이라고 생각합니다	아니오, 마니아 관객이 아니라고 생각합니다
■ 전체		2,208	47.9	52.1
성별	남성	502	41.8	58.2
	여성	1,706	49.6	50.4
연령대	10대	41	68.3	31.7
	20대	399	58.6	41.4
	30대	780	46.3	53.7
	40대	630	44.4	55.6
	50대	246	44.3	55.7
	60세 이상	112	40.2	59.8
	유료공연 관람 장르 (복수응답)	연극	1,155	52.8
뮤지컬		1,680	50.2	49.8
음악		1,005	46.3	53.7
무용		347	47.6	52.4
국악		226	55.3	44.7
입장권 구매 행태	1회 공연만 구매	1,156	32.5	67.5
	날짜별 여러 회차 구매	168	78.0	22.0
	공연 참여 인력을(출연진/스태프 등) 고려해 여러 회차 구매	351	70.1	29.9
	첫 번째 관람 후 공연 작품이 관찮으면 반복 구매	530	57.2	42.8
	기타	3	33.3	66.7
	공연 관람 정보 확인	매번 사전 정보 확인 후 관람	1,182	48.9
대부분 사전 정보 확인 후 관람		813	46.0	54.0
가끔 사전 정보 확인 후 관람		165	46.1	53.9
대부분 정보 확인 없이 관람		48	60.4	39.6
리뷰/관람 인증 글 게시	대부분 작성하는 편	656	66.5	33.5
	가끔 작성하는 편	1,155	42.7	57.3
	전혀 작성하지 않음	397	32.2	67.8
부가 상품 구매	매번 구매	225	75.1	24.9
	대부분 구매	412	64.1	35.9
	가끔 구매	1,275	42.6	57.4
	전혀 구매하지 않음	296	27.4	72.6

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	예, 마니아 관객이라고 생각합니다	아니오, 마니아 관객이 아니라고 생각합니다
■ 전체		2,208	47.9	52.1
동아리/모임 활동	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있음	728	66.5	33.5
	동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있지 않음	1,480	38.7	61.3
타인에 공연 관람 추천	다른 사람에게는 추천하지는 않는 편임	131	55.0	45.0
	대부분 가족에게 추천하는 편임	412	43.7	56.3
	대부분 친구나 직장동료, 연인에게 추천하는 편임	1,406	44.7	55.3
	대부분 동호회/커뮤니티에 추천하는 편임	252	67.9	32.1
	기타	7	71.4	28.6

[부록표 18] 마니아 관객이 된 결정적 계기
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 관객이라고 인식하는 응답자

(단위:명,%)

		표본수	관람한 작품의 출연진(배우/연주 자 등)이 좋아서	관람한 작품 자체가 좋아서	관람한 작품의 연출자(지휘자/예 술감독/음악감독) 가 좋아서	관람한 작품의 창작자(작가/작곡 가/안무가 등)가 좋아서	관람한 작품의 원작이 좋아서
■ 전체		1,057	43.6	35.7	4.7	3.4	3.1
성별	남성	210	30.0	37.1	9.5	3.3	7.1
	여성	847	47.0	35.3	3.5	3.4	2.1
연령 대	10대	28	42.9	39.3	-	3.6	-
	20대	234	48.3	38.5	1.3	2.6	1.3
	30대	361	46.0	31.3	6.4	3.6	3.0
	40대	280	42.5	37.5	3.9	2.9	3.9
	50대	109	33.0	35.8	9.2	6.4	5.5
	60세 이상	45	33.3	42.2	6.7	2.2	4.4
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	610	41.6	39.5	3.9	2.8	2.5
	뮤지컬	843	45.2	38.3	3.0	2.4	3.1
	음악	465	37.6	36.3	7.5	4.7	2.2
	무용	165	27.3	43.0	7.9	7.9	2.4
	국악	125	34.4	40.0	8.0	5.6	1.6

		표본수	해당 분야에 대한 교육 경험/전공자/중사 자라 공연을 자주 접하게 되면서	관람한 작품의 스태프(무대/조명/ 음향 등)가 좋아서	실제 공연장의 분위기, 관람객 태도 등이 좋아서	공연장까지 접근성(거리가 가깝거나 교통편이 좋아서)이 좋아 자주 공연 볼 수 있는 환경	실제 공연 작품 제작 또는 상연 시 스태프/서포터즈 또는 출연진(이벤트성 출연도 포함)으로
■ 전체		1,057	2.9	2.4	1.7	1.5	0.9
성별	남성	210	1.9	5.7	3.8	1.0	0.5
	여성	847	3.2	1.5	1.2	1.7	0.9
연령 대	10대	28	7.1	-	7.1	-	-
	20대	234	3.0	2.6	1.3	0.4	0.4
	30대	361	2.2	3.0	1.9	1.4	1.1
	40대	280	3.6	2.1	1.1	1.4	1.1
	50대	109	1.8	0.9	0.9	5.5	0.9
	60세 이상	45	4.4	2.2	4.4	-	-
유료 공연 관람 장르 (복수 응답)	연극	610	3.3	2.5	1.8	1.1	0.8
	뮤지컬	843	2.6	1.9	1.1	1.5	0.8
	음악	465	3.0	3.0	1.7	2.6	1.1
	무용	165	6.1	2.4	1.8	0.6	0.6
	국악	125	4.0	2.4	1.6	1.6	0.8

[부록표 19] 공연 관람전 확인하는 정보(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 (단위:명,%)

		표본수	출연진 정보	연출자(예술감독/음악감독 포함), 스태프 정보	극단, 단체 관련 정보	공연 작품에 대한 정보(스토리/브랜드/수상 경력 등)	입장권 구매 비용	입장권 구매 관련 할인제도	공연장 내 편의시설 여부(카페/수유 시설 등)	공연장까지의 접근성(대중교통/주차장 여부 등)	
■ 전체		2,208	85.2	47.9	32.5	70.6	58.3	56.3	10.3	43.7	
마니아 관객											
비 마니아		505	85.0	41.4	31.7	71.5	60.4	55.2	7.7	43.6	
마니아		1,703	85.3	49.9	32.7	70.3	57.7	56.5	11.1	43.7	
마니아 관객	성별										
	남성	362	77.9	55.2	35.9	67.4	51.4	45.6	8.0	29.6	
	여성	1,341	87.3	48.4	31.8	71.1	59.4	59.5	11.9	47.5	
	연령	10대	32	100.0	59.4	50.0	68.8	90.6	84.4	21.9	68.8
		20대	326	89.0	45.4	34.0	66.9	72.4	67.8	11.3	43.6
		30대	611	84.0	53.4	32.9	66.3	57.0	53.8	11.5	40.4
		40대	503	85.5	46.7	31.8	74.2	51.3	55.7	11.3	45.3
		50대	165	84.8	55.8	32.7	80.0	50.9	53.3	9.7	46.7
		60세 이상	66	72.7	43.9	22.7	71.2	40.9	27.3	3.0	42.4
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	917	88.7	54.1	36.4	72.4	61.3	61.9	12.0	45.6
		뮤지컬	1,337	88.0	49.7	32.7	72.1	59.5	59.8	12.1	45.8
		음악	738	85.4	54.1	34.8	72.1	57.6	54.1	12.5	45.5
		무용	254	80.7	60.2	45.3	76.4	62.2	60.2	13.8	46.9
		국악	167	86.2	58.7	46.7	70.7	64.7	62.3	10.8	46.1
	전공 여부	관련 종사자	148	75.0	64.2	50.7	68.2	56.1	53.4	8.1	35.1
		전공자	160	66.3	55.0	38.1	56.3	51.9	43.1	6.9	29.4
		관련 없음	1,415	88.6	48.2	30.5	72.0	58.7	58.4	12.0	46.1
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	91.3	47.8	30.4	52.2	69.6	73.9	8.7	56.5
		100-200만 원	80	93.8	45.0	35.0	72.5	70.0	75.0	8.8	41.3
		200-300만 원	305	82.6	45.9	30.2	66.2	56.7	54.8	10.8	42.3
300-400만 원		309	85.1	55.0	33.0	64.7	55.0	57.0	11.3	40.8	
400-500만 원		239	80.8	56.1	34.3	68.6	56.5	51.0	13.8	43.5	
500-600만 원		223	86.1	46.2	32.3	73.5	57.8	55.6	9.4	39.9	
600만 원 이상		524	87.2	48.7	33.2	75.8	57.8	56.7	11.1	47.7	
혼인 상태	미혼	952	87.5	52.1	34.1	68.1	62.2	61.9	11.1	43.9	
	기혼	702	82.6	46.3	30.6	73.1	52.1	49.6	11.4	43.2	
	기타(이혼, 사별 등)	49	81.6	57.1	34.7	73.5	49.0	53.1	6.1	46.9	
가구 구성 원	1인가구	475	83.4	55.8	34.1	67.6	55.6	56.4	10.7	39.8	
	부부거주	238	84.5	45.0	32.8	67.6	50.8	42.0	7.6	39.1	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	86.4	48.3	32.6	72.2	60.6	60.2	11.8	46.7	
	그 외 동거 형태	68	86.8	47.1	23.5	72.1	55.9	58.8	16.2	45.6	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	출연진 정보	연출자(예술감독/음악감독 포함), 스태프 정보	극단, 단체 관련 정보	공연 작품에 대한 정보(스토리/브랜드/수상 경력 등)	입장권 구매 비용	입장권 구매 관련 할인제도	공연장 내 편의시설 여부(카페/수유 시설 등)	공연장까지의 접근성(대중교통/주차장 여부 등)
■ 전체		2,208	85.2	47.9	32.5	70.6	58.3	56.3	10.3	43.7
자녀연령 대	미취학아동	87	77.0	42.5	24.1	71.3	58.6	50.6	18.4	42.5
	초등학생	194	82.0	45.9	36.1	71.1	49.5	52.6	12.9	46.9
	중학생	67	86.6	50.7	41.8	74.6	53.7	52.2	16.4	40.3
	고등학생 이상	272	82.0	47.4	26.1	74.3	48.2	46.0	7.7	43.0
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	82.6	47.2	28.2	60.5	53.3	54.9	10.3	38.5
	5-10만원 미만	145	83.4	46.9	37.9	73.1	58.6	57.2	11.0	50.3
	10-20만원 미만	440	83.0	46.1	28.9	71.1	62.0	55.9	9.8	43.4
	20-30만원 미만	316	85.1	44.0	30.7	71.5	57.3	53.8	11.7	46.8
	30-50만원 미만	316	88.3	53.2	34.5	73.1	57.0	57.0	13.0	43.0
	50만원 이상	291	88.7	61.5	39.2	69.8	54.6	60.8	11.0	41.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	86.9	45.6	30.6	74.4	61.0	58.1	11.7	50.0
	1-5회 미만	752	83.8	47.7	31.4	68.0	52.5	51.2	11.4	39.9
	5회 이상	243	85.6	68.7	42.8	65.4	63.8	68.7	8.2	37.0
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	85.1	52.2	35.2	67.2	55.1	54.2	9.3	39.5
	마니아가 아니라고 인식	779	85.6	47.1	29.8	73.9	60.7	59.3	13.2	48.7

[부록표 20] 관람하지 않는 공연에 대한 정보 확인의 적극성
 -분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연 관람 전 출연진/연출자/극단/공연작품 정보 확인하는 경우

(단위:명,%,점)

		표본수	매우 적극적인 편이다	적극적인 편이다	보통이다	소극적인 편이다	기타	평균 (점/4점)
■ 전체		2,178	16.4	40.9	36.5	6.1	0.0	2.3
마니아 관객	비 마니아	502	13.7	32.5	45.0	8.8	-	2.5
	마니아	1,676	17.2	43.4	34.0	5.3	0.1	2.3
성별	남성	355	18.3	40.8	37.7	3.1	-	2.3
	여성	1,321	16.9	44.1	33.0	5.9	0.1	2.3
연령	10대	32	31.3	53.1	12.5	3.1	-	1.9
	20대	322	14.9	40.4	35.4	9.3	-	2.4
	30대	601	15.0	41.4	37.3	6.3	-	2.3
	40대	494	17.8	44.3	34.8	2.8	0.2	2.2
	50대	163	21.5	48.5	26.4	3.7	-	2.1
	60세 이상	64	26.6	53.1	20.3	-	-	1.9
유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	904	17.7	42.3	34.1	6.0	-	2.3
	뮤지컬	1,320	17.0	43.2	34.2	5.5	0.1	2.3
전공 여부	음악	728	21.8	47.4	27.3	3.4	-	2.1
	무용	249	20.9	46.2	28.5	4.4	-	2.2
	국악	165	27.3	43.0	26.1	3.6	-	2.1
월 평균 가구 소득	관련 종사자	144	26.4	38.2	30.6	4.9	-	2.1
	전공자	156	21.2	45.5	30.1	2.6	0.6	2.2
	관련 없음	1,396	16.0	43.6	34.7	5.7	-	2.3
혼인 상태	100만 원 미만	21	14.3	52.4	28.6	4.8	-	2.2
	100-200만 원	79	20.3	35.4	40.5	3.8	-	2.3
	200-300만 원	299	12.0	42.5	36.8	8.7	-	2.4
	300-400만 원	301	18.3	40.5	35.5	5.6	-	2.3
	400-500만 원	233	13.7	48.1	34.8	3.4	-	2.3
	500-600만 원	222	14.9	41.4	39.2	4.1	0.5	2.3
	600만 원 이상	521	21.7	45.3	28.2	4.8	-	2.2
가구 구성 원	미혼	935	16.7	41.7	35.0	6.6	-	2.3
	기혼	693	18.2	45.7	32.3	3.6	0.1	2.2
	기타(이혼, 사별 등)	48	12.5	43.8	39.6	4.2	-	2.4
가구 구성 원	1인가구	464	17.9	41.2	34.7	6.3	-	2.3
	부부가주	235	18.3	47.2	29.8	4.3	0.4	2.2
	부모(또는 편부모)+자녀	911	17.0	43.6	34.4	5.0	-	2.3
	그 외 동거 형태	66	10.6	43.9	39.4	6.1	-	2.4

1점-매우 적극적-4점-소극적인 편

(계속→)

(단위:명,%,점)

		표본수	매우 적극적인 편이다	적극적인 편이다	보통이다	소극적인 편이다	기타	평균 (점/5점)
■ 전체		2,178	16.4	40.9	36.5	6.1	0.0	2.3
자녀연령 대	미취학아동	87	10.3	35.6	47.1	6.9	-	2.5
	초등학생	193	15.0	47.2	33.2	4.1	0.5	2.3
	중학생	66	24.2	48.5	27.3	-	-	2.0
	고등학생 이상	265	21.9	50.2	26.4	1.5	-	2.1
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	193	15.5	45.6	31.6	7.3	-	2.3
	5-10만원 미만	143	7.7	41.3	46.9	4.2	-	2.5
	10-20만원 미만	433	13.4	43.0	38.1	5.5	-	2.4
	20-30만원 미만	308	15.3	47.4	32.5	4.9	-	2.3
	30-50만원 미만	312	19.6	45.8	30.1	4.5	-	2.2
	50만원 이상	287	28.2	36.9	28.9	5.6	0.3	2.1
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	700	11.0	42.4	40.6	6.0	-	2.4
	1-5회 미만	737	20.9	44.0	30.3	4.9	-	2.2
	5회 이상	239	23.8	44.8	26.4	4.6	0.4	2.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	909	25.1	47.9	23.2	3.7	0.1	2.1
	마니아가 아니라고 인식	767	7.8	38.2	46.8	7.2	-	2.5

[부록표 21] 공연작품 선택 기준(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	출연진	연출자	기획사/ 제작사	극단/단체	수장작 여부	작품성	
■ 전체		2,133	70.1	51.3	32.1	46.3	32.8	67.7	
마니아 관객	비 마니아	476	63.7	49.4	24.8	43.9	35.1	70.0	
	마니아	1,657	71.9	51.9	34.2	47.0	32.1	67.0	
마 니 아 관 객	성별	남성	355	64.8	51.8	36.6	48.5	41.7	66.5
		여성	1,302	73.9	51.9	33.6	46.5	29.5	67.2
	연령	10대	30	63.3	33.3	43.3	63.3	26.7	63.3
		20대	320	75.3	52.8	37.8	49.4	27.8	75.0
		30대	595	73.8	53.3	32.3	46.1	29.6	68.4
		40대	489	70.1	50.7	33.9	45.0	35.4	62.2
		50대	161	69.6	54.0	33.5	49.1	35.4	61.5
		60세 이상	62	61.3	46.8	33.9	45.2	46.8	67.7
	유료 관람	연극	891	73.2	52.6	34.5	48.5	29.3	68.6
		뮤지컬	1,307	73.9	50.5	34.7	45.2	30.4	68.7
	장르 (복수 응답)	음악	717	67.6	54.7	31.9	49.1	36.5	67.1
		무용	244	62.3	56.6	32.0	52.9	32.4	64.3
		국악	160	58.8	53.8	28.8	48.8	28.1	68.1
		전공 여부	관련 종사자	142	64.1	59.2	33.1	54.9	37.3
		전공자	153	65.4	51.6	38.6	50.3	35.3	62.7
		관련 없음	1,381	73.3	51.3	34.0	45.8	31.2	67.6
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	21	81.0	52.4	38.1	57.1	28.6	57.1
		100-200만 원	80	66.3	47.5	28.8	47.5	27.5	68.8
		200-300만 원	297	74.4	48.1	38.0	47.5	28.6	65.0
		300-400만 원	300	71.7	50.7	33.3	43.7	27.0	69.7
400-500만 원		228	71.1	55.7	34.6	51.3	34.6	67.5	
500-600만 원		217	69.1	50.7	32.3	39.6	32.7	67.3	
600만 원 이상		514	72.8	54.3	33.9	49.2	36.6	66.5	
혼인 상태	미혼	929	75.3	51.9	34.7	47.8	25.5	71.4	
	기혼	679	68.2	52.3	33.7	45.9	40.9	62.2	
	기타(이혼, 사별 등)	49	59.2	46.9	32.7	44.9	34.7	53.1	
가구 구성 원	1인가구	470	73.2	53.2	31.1	46.6	27.2	70.6	
	부부거주	231	67.1	53.7	32.9	48.5	39.4	67.1	
	부모(또는 편부모)+자녀	890	72.2	50.3	35.7	46.6	32.9	65.6	
	그 외 동거 형태	66	75.8	57.6	40.9	48.5	30.3	60.6	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	출연진	연출자	기획사/ 제작사	극단/단체	수장작 여부	작품성
■ 전체		2,133	70.1	51.3	32.1	46.3	32.8	67.7
자녀연령 대	미취학아동	83	68.7	53.0	26.5	53.0	42.2	61.4
	초등학생	189	65.6	50.3	36.0	42.9	41.8	61.9
	중학생	64	71.9	51.6	37.5	37.5	40.6	59.4
	고등학생 이상	264	69.7	48.1	33.7	48.1	42.8	61.4
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	188	70.7	50.0	34.6	44.7	28.2	64.4
	5-10만원 미만	138	67.4	51.4	28.3	52.2	38.4	65.2
	10-20만원 미만	426	66.7	49.5	33.6	45.1	37.1	66.0
	20-30만원 미만	304	71.4	54.9	31.3	45.7	32.2	70.4
	30-50만원 미만	314	75.8	52.9	37.6	50.6	33.8	67.5
	50만원 이상	287	79.1	52.6	37.3	46.0	22.3	67.2
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	687	70.2	53.9	30.6	44.5	35.4	67.0
	1-5회 미만	729	72.0	50.6	36.4	48.1	32.9	64.7
	5회 이상	241	76.8	50.2	38.2	50.2	20.3	74.3
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	903	75.9	54.8	37.3	47.4	30.2	68.0
	마니아가 아니라고 인식	754	67.2	48.4	30.5	46.4	34.4	65.9

[부록표 22] 공연작품 선택 기준(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	프로그램 복	대본	음반 (음원)	출연진 관련 사진집	관련 상품(머 그컵, 파규어, 우산, 가방, 옷 등)	그 외 부가 상품	구매하지 않음	구매 상품 종류(개)	
■ 전체		2,208	51.9	19.1	41.1	13.3	45.2	0.8	12.7	1.6	
마니아 관객	비 마니아	505	38.6	7.7	25.9	3.4	25.0	-	34.7	0.7	
	마니아	1,703	55.8	22.4	45.6	16.2	51.3	1.0	6.2	1.9	
마 니 아 관 객	성별	남성	362	44.2	19.9	45.3	14.9	39.0	0.6	5.2	1.6
		여성	1,341	58.9	23.1	45.6	16.6	54.6	1.1	6.5	2.0
	연령	10대	32	84.4	65.6	31.3	37.5	56.3	3.1	6.3	2.8
		20대	326	56.4	37.7	42.3	21.2	58.9	1.2	8.0	2.2
		30대	611	50.6	24.7	44.4	16.0	52.2	0.8	7.2	1.9
		40대	503	55.9	13.3	50.3	15.1	52.1	1.4	4.0	1.9
		50대	165	65.5	7.9	46.7	9.1	37.6	-	5.5	1.7
		60세 이상	66	62.1	10.6	40.9	9.1	30.3	-	7.6	1.5
	유료 관람	연극	917	59.7	29.8	49.1	18.1	56.4	1.1	5.5	2.1
		뮤지컬	1,337	57.1	25.4	44.6	17.2	55.5	1.2	6.5	2.0
	장르 (복수 응답)	음악	738	61.1	16.7	51.4	14.8	48.2	0.9	4.2	1.9
		무용	254	67.3	18.9	50.0	16.1	50.8	0.4	2.4	2.0
		국악	167	69.5	23.4	47.9	15.0	44.9	0.6	2.4	2.0
		관련 종사자	148	60.1	23.6	43.9	20.3	41.2	-	4.1	1.9
	전공 여부	전공자	160	49.4	33.1	45.0	18.1	39.4	1.3	5.0	1.9
		관련 없음	1,415	56.0	21.3	45.8	15.6	53.6	1.1	6.5	1.9
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	56.5	39.1	34.8	26.1	52.2	4.3	17.4	2.1
		100-200만 원	80	57.5	35.0	41.3	20.0	57.5	-	12.5	2.1
		200-300만 원	305	52.5	24.6	43.6	17.0	52.5	0.7	8.2	1.9
		300-400만 원	309	58.6	30.1	45.6	16.5	46.9	1.6	4.5	2.0
400-500만 원		239	50.6	20.5	45.6	14.6	47.7	0.8	4.6	1.8	
500-600만 원		223	54.7	21.5	42.2	17.0	45.3	0.4	6.7	1.8	
혼인 상태	600만 원 이상	524	58.6	15.3	49.2	14.9	56.3	1.1	5.2	2.0	
	미혼	952	58.7	31.7	46.5	18.8	52.3	1.2	6.6	2.1	
	기혼	702	51.4	10.0	44.4	12.7	50.0	0.7	5.8	1.7	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	49	61.2	20.4	42.9	16.3	49.0	2.0	4.1	1.9	
	1인가구	475	55.4	30.3	48.6	17.7	46.1	0.6	5.9	2.0	
	부부거주	238	52.1	13.9	46.2	12.2	48.7	0.4	5.9	1.7	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	56.4	20.9	44.1	16.9	54.4	1.4	6.5	1.9	
	그 외 동거 형태	68	63.2	17.6	41.2	10.3	52.9	-	5.9	1.9	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	프로그램 복	대본	음반 (음원)	출연진 관련 사진집	관련 상품(머 그컵, 파규어, 우산, 가방, 옷 등)	그 외 부가 상품	구매하지 않음	구매 상품 종류(개)
■ 전체		2,208	51.9	19.1	41.1	13.3	45.2	0.8	12.7	1.6
자녀연령 대	미취학아동	87	32.2	9.2	32.2	11.5	64.4	2.3	8.0	1.5
	초등학생	194	46.9	10.8	40.2	12.4	57.7	1.5	5.2	1.7
	중학생	67	55.2	9.0	65.7	11.9	52.2	-	1.5	1.9
	고등학생 이상	272	61.4	9.6	45.2	15.1	37.5	-	5.9	1.7
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	52.8	22.1	39.5	12.8	46.7	0.5	9.7	1.7
	5-10만원 미만	145	42.1	12.4	40.7	11.7	47.6	-	9.7	1.5
	10-20만원 미만	440	50.2	13.0	36.6	11.6	43.9	0.7	7.5	1.6
	20-30만원 미만	316	55.4	18.4	41.8	13.0	52.5	0.3	5.7	1.8
	30-50만원 미만	316	59.5	24.7	50.0	17.7	53.5	1.3	5.4	2.1
	50만원 이상	291	69.4	44.0	64.9	29.6	63.6	2.7	1.7	2.7
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	46.3	11.6	39.5	11.4	49.6	0.6	9.2	1.6
	1-5회 미만	752	59.7	23.0	43.6	17.0	50.5	0.5	4.5	1.9
	5회 이상	243	71.2	52.3	69.1	27.6	58.4	3.7	2.9	2.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	64.2	31.0	52.8	21.2	55.2	1.3	3.4	2.3
	마니아가 아니라고 인식	779	45.8	12.3	37.0	10.3	46.6	0.6	9.6	1.5

[부록표 23] 공연 관람 전후 공연 작품에 대한 리뷰/공유 경로(복수응답)
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	개인 SNS	개인 블로그	공연 관련 웹사이트	온라인 커뮤니티 게시판	오픈라인 동호회/동아리 등 커뮤니티	출연진 팬카페	제작사/극단/기획사 홈페이지	별도로 리뷰하거나 공유하지 않음	리뷰 공유 개수 (개)	
■ 전체		2,208	60.9	27.5	22.3	21.2	9.0	7.9	4.7	11.8	1.4	
마니아 관객	비 마니아	505	43.6	20.6	17.0	13.5	6.7	2.8	3.8	28.9	0.8	
	마니아	1,703	66.1	29.6	23.8	23.5	9.7	9.5	4.9	6.8	1.7	
마니아 관객	성별	남성	362	59.1	32.3	30.1	32.0	14.4	4.1	5.8	2.8	1.8
		여성	1,341	67.9	28.9	22.1	21.3	8.4	10.9	4.7	7.8	1.7
	연령	10대	32	81.3	18.8	25.0	9.4	3.1	21.9	9.4	12.5	1.7
		20대	326	73.6	36.2	17.8	16.0	5.8	8.9	3.1	7.7	1.6
		30대	611	68.4	29.3	20.8	25.2	8.5	7.2	2.3	7.2	1.6
		40대	503	62.6	27.2	28.4	26.8	9.3	9.3	6.6	5.6	1.7
		50대	165	55.2	27.9	29.1	23.6	20.6	13.9	8.5	6.1	1.8
		60세 이상	66	53.0	27.3	33.3	27.3	18.2	16.7	15.2	6.1	1.9
	유료 관람	연극	917	70.4	30.4	25.7	23.6	9.7	8.9	3.9	6.0	1.7
		뮤지컬	1,337	68.1	29.5	23.7	22.9	8.1	9.3	4.1	7.8	1.7
	장르 (복수 응답)	음악	738	63.4	31.7	26.0	27.4	12.9	11.1	6.5	5.6	1.8
		무용	254	63.0	30.3	28.0	28.7	14.6	9.1	7.5	5.9	1.8
		국악	167	71.9	32.9	29.9	25.7	9.0	10.8	9.0	3.6	1.9
	전공 여부	관련 종사자	148	66.9	30.4	25.0	21.6	16.9	6.8	5.4	5.4	1.8
		전공자	160	56.3	33.8	25.0	23.8	14.4	8.8	6.9	3.8	1.7
		관련 없음	1,415	67.1	29.2	23.6	23.7	8.5	9.7	4.7	7.2	1.7
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	69.6	34.8	34.8	21.7	4.3	4.3	4.3	4.3	1.8
		100-200만 원	80	80.0	27.5	15.0	16.3	8.8	15.0	3.8	5.0	1.7
		200-300만 원	305	69.8	26.6	21.3	18.7	7.5	8.2	3.6	9.5	1.6
		300-400만 원	309	67.0	27.8	21.4	21.0	8.1	8.4	5.5	8.1	1.6
400-500만 원		239	59.8	28.9	33.5	21.8	13.0	8.4	7.5	4.2	1.7	
500-600만 원		223	63.2	32.3	23.8	28.7	11.2	10.3	3.6	5.8	1.7	
600만 원 이상		524	65.1	31.7	23.3	27.7	10.1	10.3	5.0	6.3	1.7	
혼인 상태	미혼	952	72.4	28.4	21.5	20.6	7.6	8.8	3.7	7.4	1.6	
	기혼	702	58.8	31.3	26.5	27.8	12.1	10.3	6.1	5.8	1.7	
	기타(이혼, 사별 등)	49	46.9	28.6	30.6	20.4	16.3	10.2	12.2	8.2	1.7	
가구 구성 원	1인가구	475	72.2	28.8	22.1	22.7	11.2	7.2	3.6	6.7	1.7	
	부부거주	238	63.0	36.1	25.2	26.9	16.4	7.1	4.2	6.7	1.8	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	64.3	29.1	24.2	23.2	6.8	11.3	5.7	6.4	1.7	
	그 외 동거 형태	68	57.4	19.1	26.5	22.1	14.7	8.8	5.9	11.8	1.6	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	개인 SNS	개인 블로그	공연 관련 웹사이트	온라인 커뮤니티 게시판	오픈라인 동호회/ 동아리 등 커뮤니티	출연진 팬카페	제작사/극단/기획사 홈페이지	별도로 리뷰하거나 공유하지 않음	리뷰 공유 개수 (개)
■ 전체		2,208	60.9	27.5	22.3	21.2	9.0	7.9	4.7	11.8	1.4
자녀연령대	미취학아동	87	56.3	32.2	26.4	19.5	6.9	6.9	4.6	8.0	1.5
	초등학생	194	58.2	32.0	27.8	30.9	6.2	7.2	6.7	4.1	1.7
	중학생	67	59.7	34.3	25.4	34.3	13.4	11.9	9.0	1.5	1.9
	고등학생 이상	272	53.7	26.8	27.9	29.0	18.8	15.4	8.1	6.6	1.8
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	60.0	32.8	26.2	22.1	7.2	11.8	4.1	6.2	1.7
	5-10만원 미만	145	57.2	29.7	23.4	18.6	13.8	2.8	5.5	7.6	1.5
	10-20만원 미만	440	64.1	30.0	21.8	20.9	9.8	7.0	6.1	6.4	1.6
	20-30만원 미만	316	63.6	30.7	20.9	25.3	7.6	8.2	2.8	7.9	1.6
	30-50만원 미만	316	68.4	27.2	22.8	25.3	9.8	9.8	5.7	7.9	1.7
50만원 이상	291	77.7	28.2	29.9	27.1	11.3	15.8	4.8	4.8	2.0	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	62.4	30.2	22.3	23.2	9.0	6.4	4.8	7.8	1.6
	1-5회 미만	752	66.8	30.7	23.9	22.3	10.2	10.2	5.3	6.3	1.7
	5회 이상	243	74.5	24.3	28.0	28.4	9.9	16.0	4.1	5.3	1.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	72.8	30.8	25.5	25.4	11.6	12.9	6.0	4.9	1.9
	마니아가 아니라고 인식	779	58.0	28.1	21.8	21.3	7.4	5.4	3.7	9.0	1.5

[부록표 24] 리뷰 내용
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연작품에 대한 리뷰 또는 공유자

(단위:명,%)

		표본수	공연 관람 인증/또는 기록의 목적(사진 등 게재)	공연 작품에 대한 전반적인 평가(요약/비평)	공연장 위치, 주변 맛집 등에 관한 소개의 내용	입장권 구매 방법/할인 정보 제공 등의 정보 제공의 내용	
■ 전체		1,948	48.5	44.7	3.7	3.1	
마니아 관객	비 마니아	360	43.1	51.1	3.3	2.5	
	마니아	1,588	49.7	43.3	3.8	3.3	
마니아 관객	성별	남성	352	37.5	51.7	5.4	5.4
		여성	1,236	53.2	40.9	3.3	2.7
	연령	10대	28	57.1	39.3	-	3.6
		20대	301	56.1	37.9	4.7	1.3
		30대	567	50.8	40.0	5.3	3.9
		40대	475	50.1	43.8	2.5	3.6
		50대	155	38.1	57.4	1.9	2.6
		60세 이상	62	30.6	61.3	1.6	6.5
	유료 관람	연극	862	50.3	44.8	2.9	2.0
		뮤지컬	1,233	51.7	42.7	3.1	2.5
	장르 (복수 응답)	음악	697	45.6	47.2	3.7	3.4
		무용	239	48.1	43.5	5.9	2.5
		국악	161	44.7	47.2	4.3	3.7
	전공 여부	관련 종사자	140	47.9	41.4	8.6	2.1
		전공자	154	43.5	32.5	11.0	13.0
		관련 없음	1,313	50.6	44.7	2.4	2.2
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	22	68.2	31.8	-	-
		100~200만 원	76	50.0	46.1	3.9	-
		200~300만 원	276	59.8	29.3	5.4	5.4
		300~400만 원	284	50.7	40.1	5.3	3.9
400~500만 원		229	45.0	44.5	6.6	3.9	
500~600만 원		210	48.1	48.1	1.9	1.9	
혼인 상태	600만 원 이상	491	45.4	50.3	1.6	2.6	
	미혼	882	51.4	42.1	3.7	2.8	
	기혼	661	48.1	44.9	3.5	3.5	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	45	40.0	42.2	8.9	8.9	
	1인가구	443	50.1	41.5	5.6	2.7	
	부부거주	222	51.4	42.3	3.2	3.2	
	부모(또는 편부모)+자녀	863	49.4	44.3	2.9	3.5	
	그 외 동거 형태	60	45.0	45.0	5.0	5.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	공연 관람 인증/또는 기록의 목적(사진 등 게재)	공연 작품에 대한 전반적인 평가(요약/비평)	공연장 위치, 주변 맛집 등에 관한 소개의 내용	입장권 구매 방법/할인 정보 제공 등의 정보 제공의 내용
■ 전체		1,948	48.5	44.7	3.7	3.1
자녀연령 대	미취학아동	80	51.3	38.8	7.5	2.5
	초등학생	186	53.2	38.7	2.2	5.9
	중학생	66	45.5	47.0	6.1	1.5
	고등학생 이상	254	40.2	52.8	3.1	3.9
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	183	48.6	43.7	3.8	3.8
	5-10만원 미만	134	49.3	43.3	6.0	1.5
	10-20만원 미만	412	51.2	41.0	3.2	4.6
	20-30만원 미만	291	45.7	47.1	3.4	3.8
	30-50만원 미만	291	52.9	39.5	4.5	3.1
	50만원 이상	277	49.1	46.2	3.2	1.4
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	653	52.1	42.0	2.9	3.1
	1-5회 미만	705	48.9	43.7	4.3	3.1
	5회 이상	230	45.2	45.7	4.8	4.3
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	879	48.5	45.8	3.4	2.3
	마니아가 아니라고 인식	709	51.2	40.1	4.2	4.5

[부록표 25] 리뷰 작성 빈도
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 공연작품에 대한 리뷰작성자

(단위:명,%)

		표본수	거의 모든 공연 관람 전후에 작성	일부 공연에 대해서만 작성	
■ 전체		1,945	38.2	61.8	
마니아 관객	비 마니아	357	28.0	72.0	
	마니아	1,588	40.5	59.5	
마니아 관객	성별	남성	352	36.1	63.9
		여성	1,236	41.7	58.3
	연령	10대	28	60.7	39.3
		20대	301	45.8	54.2
		30대	567	46.2	53.8
		40대	475	34.9	65.1
		50대	155	27.7	72.3
		60세 이상	62	27.4	72.6
	유료 관람	연극	862	42.6	57.4
		뮤지컬	1,233	42.3	57.7
	장르 (복수 응답)	음악	697	37.3	62.7
		무용	239	43.5	56.5
		국악	161	42.9	57.1
	전공 여부	관련 종사자	140	47.9	52.1
		전공자	154	48.7	51.3
		관련 없음	1,313	38.8	61.2
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	22	50.0	50.0
		100-200만 원	76	38.2	61.8
		200-300만 원	276	40.9	59.1
		300-400만 원	284	49.6	50.4
400-500만 원		229	41.9	58.1	
500-600만 원		210	35.7	64.3	
혼인 상태	600만 원 이상	491	36.3	63.7	
	미혼	882	45.6	54.4	
	기혼	661	33.7	66.3	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	45	40.0	60.0	
	1인가구	443	45.4	54.6	
	부부거주	222	31.5	68.5	
	부모(또는 편부모)+자녀	863	41.4	58.6	
	그 외 동거 형태	60	25.0	75.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	거의 모든 공연 관람 전후에 작성	일부 공연에 대해서만 작성
■ 전체		1,945	38.2	61.8
자녀연령 대	미취학아동	80	23.8	76.3
	초등학생	186	40.3	59.7
	중학생	66	36.4	63.6
	고등학생 이상	254	31.5	68.5
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	183	39.3	60.7
	5-10만원 미만	134	32.8	67.2
	10-20만원 미만	412	33.7	66.3
	20-30만원 미만	291	34.0	66.0
	30-50만원 미만	291	48.5	51.5
	50만원 이상	277	53.4	46.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	653	33.1	66.9
	1-5회 미만	705	43.3	56.7
	5회 이상	230	53.0	47.0
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	879	51.2	48.8
	마니아가 아니라고 인식	709	27.2	72.8

[부록표 26] 팬덤/팬카페 활동 여부-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	팬카페에 가입하여 활동하고 있음	팬카페에 가입하지는 않음	
■ 전체		2,208	24.3	75.7	
마니아 관객	비 마니아	505	8.9	91.1	
	마니아	1,703	28.8	71.2	
마니아 관객	성별	남성	362	19.6	80.4
		여성	1,341	31.3	68.7
	연령	10대	32	56.3	43.8
		20대	326	36.5	63.5
		30대	611	26.8	73.2
		40대	503	23.9	76.1
		50대	165	31.5	68.5
		60세 이상	66	27.3	72.7
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	917	30.2	69.8
		뮤지컬	1,337	29.6	70.4
		음악	738	27.6	72.4
		무용	254	23.2	76.8
	전공 여부	국악	167	31.1	68.9
		관련 종사자	148	33.1	66.9
		전공자	160	38.1	61.9
	월 평균 가구 소득	관련 없음	1,415	27.3	72.7
		100만 원 미만	23	34.8	65.2
		100-200만 원	80	33.8	66.3
		200-300만 원	305	34.4	65.6
		300-400만 원	309	32.7	67.3
400-500만 원		239	22.6	77.4	
500-600만 원		223	25.6	74.4	
혼인 상태	600만 원 이상	524	26.5	73.5	
	미혼	952	34.0	66.0	
	기혼	702	21.8	78.2	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	49	28.6	71.4	
	1인가구	475	30.3	69.7	
	부부거주	238	23.5	76.5	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	29.7	70.3	
	그 외 동거 형태	68	25.0	75.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	팬카페에 가입하여 활동하고 있음	팬카페에 가입하지는 않음
■ 전체		2,208	24.3	75.7
자녀연령 대	미취학아동	87	23.0	77.0
	초등학생	194	14.4	85.6
	중학생	67	22.4	77.6
	고등학생 이상	272	29.8	70.2
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	33.8	66.2
	5-10만원 미만	145	13.8	86.2
	10-20만원 미만	440	19.1	80.9
	20-30만원 미만	316	27.2	72.8
	30-50만원 미만	316	30.4	69.6
	50만원 이상	291	47.8	52.2
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	17.1	82.9
	1-5회 미만	752	33.1	66.9
	5회 이상	243	49.8	50.2
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	42.5	57.5
	마니아가 아니라고 인식	779	12.6	87.4

[부록표 27] 팬덤/팬카페 연간 오프라인 모임 횟수
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 팬덤/팬카페 활동자

(단위:명,%)

		표본수	오프라인 모임 없음	1-2회	3-5회	6-12회	13회 이상
■ 전체		536	34.5	40.5	14.2	7.8	3.0
마니아 관객	비 마니아	45	40.0	37.8	6.7	8.9	6.7
	마니아	491	34.0	40.7	14.9	7.7	2.6

[부록표 28] 오프라인 팬덤/팬카페 활동 내용(복수응답)
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 오프라인 팬덤/팬카페 활동자

(단위:명,%)

		표본수	팬 미팅/이벤트 참여	공연 관련 행사 참가	단체 공연 관람	배우/예술가에 게 선물 보내기	작품 내용 평가
■ 전체		347	64.0	45.5	39.8	25.4	21.3
마니아 관객	비 마니아	26	61.5	30.8	50.0	7.7	15.4
	마니아	321	64.2	46.7	38.9	26.8	21.8

		표본수	활동비 모금 활동/후원 활동	작품 제작에 서포터즈로 참여	출퇴근길 사인받기	공연 관련 작품 2차 창작물 제작	작품 관련 세미나/스터 디/토론회	강연 또는 교육프로그 램 수강
■ 전체		347	19.0	17.6	17.6	6.6	5.8	4.3
마니아 관객	비 마니아	26	19.2	11.5	11.5	-	7.7	3.8
	마니아	321	19.0	18.1	18.1	7.2	5.6	4.4

[부록표 29] 공연장/기획사/극단 증에 회원가입 여부(복수응답)
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	무료 회원으로 가입되어 있음	유료 회원으로 가입되어 있음(회원비 납부)	활동비나 지원사업 모금 활동/후원 활동 참여	도시락/커피 차 제공 등 현물 제공/지원 참여	회원가입은 하지 않았음	기타	
■ 전체		2,208	53.0	18.8	5.3	4.0	31.3	0.1	
마니아 관객	비 마니아	505	47.9	10.7	2.0	1.2	42.6	0.2	
	마니아	1,703	54.5	21.3	6.2	4.8	28.0	0.1	
마니아 관객	성별	남성	362	52.8	19.9	8.6	3.9	27.9	-
		여성	1,341	55.0	21.6	5.6	5.1	28.0	0.1
	연령	10대	32	68.8	15.6	-	12.5	15.6	-
		20대	326	54.9	22.4	4.3	4.0	30.1	0.3
		30대	611	50.4	20.1	7.0	5.4	31.6	-
		40대	503	57.1	19.3	5.2	4.0	26.2	-
		50대	165	59.4	31.5	10.3	6.1	17.0	-
		60세 이상	66	51.5	18.2	9.1	3.0	31.8	1.5
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	917	58.2	23.7	5.3	4.7	26.8	0.1
		뮤지컬	1,337	55.2	20.9	5.2	4.9	29.1	-
		음악	738	55.0	27.2	7.2	5.6	23.2	0.1
		무용	254	60.2	26.0	7.1	7.1	17.7	-
		국악	167	65.3	25.7	9.0	6.0	18.6	-
	전공 여부	관련 종사자	148	53.4	26.4	14.9	10.8	18.9	0.7
		전공자	160	48.8	24.4	9.4	7.5	19.4	1.3
		관련 없음	1,415	55.1	20.4	5.0	4.0	29.9	-
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	43.5	13.0	-	-	43.5	4.3
		100-200만 원	80	58.8	17.5	2.5	3.8	30.0	-
		200-300만 원	305	48.2	21.0	7.2	4.6	32.1	-
300-400만 원		309	53.7	21.7	6.1	6.5	28.5	-	
400-500만 원		239	57.7	17.6	8.4	6.7	25.5	-	
500-600만 원		223	58.7	16.1	5.4	3.1	29.6	0.4	
600만 원 이상		524	55.2	26.0	5.9	4.2	24.8	-	
혼인 상태	미혼	952	54.0	24.1	5.4	5.4	27.7	0.2	
	기혼	702	55.7	17.8	7.4	4.1	28.1	-	
	기타(이혼, 사별 등)	49	46.9	16.3	6.1	4.1	32.7	-	
가구 구성 원	1인가구	475	50.5	23.2	7.4	5.9	29.9	0.2	
	부부거주	238	58.4	22.7	7.1	4.6	23.9	-	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	55.6	19.4	5.1	4.3	28.2	0.1	
	그 외 동거 형태	68	52.9	27.9	10.3	4.4	26.5	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	무료 회원으로 가입되어 있음	유료 회원으로 가입되어 있음(회원비 납부)	활동비나 지원사업 모금 활동/후원 활동 참여	도시락/커피 차 제공 등 현물 제공/지원 참여	회원가입은 하지 않았음	기타
■ 전체		2,208	53.0	18.8	5.3	4.0	31.3	0.1
자녀연령 대	미취학아동	87	54.0	8.0	2.3	3.4	36.8	-
	초등학생	194	56.2	13.9	5.2	2.1	30.9	-
	중학생	67	53.7	19.4	13.4	3.0	22.4	-
	고등학생 이상	272	56.6	21.7	9.9	5.5	25.0	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	48.7	18.5	4.6	5.6	32.8	-
	5-10만원 미만	145	51.7	10.3	4.1	2.1	37.9	-
	10-20만원 미만	440	55.7	14.3	4.5	2.0	31.4	0.2
	20-30만원 미만	316	49.1	20.6	4.1	3.5	32.9	0.3
	30-50만원 미만	316	61.7	21.5	9.8	4.1	20.9	-
50만원 이상	50만원 이상	291	56.0	39.5	9.3	12.0	17.2	-
	50만원 이상	291	56.0	39.5	9.3	12.0	17.2	-
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	52.7	10.3	3.1	2.7	36.9	-
	1-5회 미만	752	54.5	24.5	8.2	5.1	25.0	0.1
	5회 이상	243	59.7	43.2	9.1	10.3	11.5	0.4
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	59.2	30.0	7.1	7.4	18.5	0.2
	마니아가 아니라고 인식	779	48.9	10.9	5.1	1.8	39.3	-

[부록표 30] 공연예술 관련 교육 경험-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	초/중/고/대학 교 재학 당시 정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	초/중/고/대학 교 재학 당시 학원 등 비정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	중/고/대학교 에서 공연예술 분야를 전공했음	학창 시절 이후 특정 기관(학원/재단 등)에서 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	공연예술 분야를 교육받은 적이 없음	
■ 전체		2,208	13.7	15.3	6.1	6.7	58.2	
마니아 관객	비 마니아	505	15.8	12.9	6.3	5.7	59.2	
	마니아	1,703	13.1	16.0	6.0	6.9	58.0	
마 니 아 관 객	성별	남성	362	12.4	17.1	6.1	8.3	56.1
		여성	1,341	13.3	15.7	6.0	6.6	58.5
	연령	10대	32	31.3	15.6	9.4	6.3	37.5
		20대	326	14.4	17.5	10.4	5.2	52.5
		30대	611	14.6	15.2	6.1	6.9	57.3
		40대	503	8.7	15.1	4.6	8.2	63.4
		50대	165	15.2	19.4	1.8	7.9	55.8
		60세 이상	66	12.1	13.6	4.5	4.5	65.2
	유료 관람	연극	917	13.3	14.2	5.1	7.3	60.1
		뮤지컬	1,337	12.9	15.0	4.8	5.9	61.4
	장르 (복수 응답)	음악	738	14.5	19.9	6.8	8.3	50.5
		무용	254	14.6	21.3	8.3	12.2	43.7
		국악	167	16.2	16.8	7.2	8.4	51.5
	전공 여부	관련 종사자	148	21.6	17.6	27.0	16.9	16.9
		전공자	160	21.3	19.4	36.3	13.1	10.0
		관련 없음	1,415	11.2	15.3	1.1	5.4	66.9
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	4.3	17.4	17.4	8.7	52.2
		100-200만 원	80	15.0	15.0	12.5	7.5	50.0
		200-300만 원	305	12.1	13.4	8.2	7.2	59.0
		300-400만 원	309	13.3	15.2	5.8	5.8	59.9
400-500만 원		239	10.5	18.0	5.0	6.7	59.8	
500-600만 원		223	10.3	19.7	4.9	6.7	58.3	
혼인 상태	600만 원 이상	524	16.0	15.5	4.4	7.4	56.7	
	미혼	952	14.1	15.5	7.1	6.2	57.0	
	기혼	702	12.4	16.1	4.1	8.0	59.4	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	49	4.1	22.4	12.2	6.1	55.1	
	1인가구	475	11.4	16.4	8.8	6.7	56.6	
	부부거주	238	12.6	14.3	4.6	7.6	60.9	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	14.2	16.1	5.3	7.0	57.4	
	그 외 동거 형태	68	11.8	17.6	1.5	4.4	64.7	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	초/중/고/대학 교 재학 당시 정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	초/중/고/대학 교 재학 당시 학원 등 비정규 교육과정으로 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	중/고/대학교에 서 공연예술 분야를 전공했음	학창 시절 이후 특정 기관(학원/재단 등)에서 공연예술 분야를 교육받은 적이 있음	공연예술 분야를 교육받은 적이 없음
■ 전체		2,208	13.7	15.3	6.1	6.7	58.2
자녀연령 대	미취학아동	87	8.0	14.9	4.6	5.7	66.7
	초등학생	194	11.3	21.6	4.1	7.7	55.2
	중학생	67	9.0	17.9	6.0	14.9	52.2
	고등학생 이상	272	15.1	16.2	3.3	5.9	59.6
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	11.8	17.9	6.2	9.7	54.4
	5-10만원 미만	145	8.3	23.4	4.8	10.3	53.1
	10-20만원 미만	440	14.1	15.7	5.7	7.0	57.5
	20-30만원 미만	316	13.3	15.5	7.6	7.6	56.0
	30-50만원 미만	316	12.0	13.6	6.0	5.7	62.7
월 평균 유료공연 관람횟수	50만원 이상	291	15.8	14.4	5.5	3.8	60.5
	1회 미만	708	11.6	16.2	5.2	6.4	60.6
마니아 인식여부	1-5회 미만	752	13.3	17.7	7.0	8.0	54.0
	5회 이상	243	16.9	9.9	5.3	5.3	62.6
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	14.3	16.8	6.4	6.6	56.0
	마니아가 아니라고 인식	779	11.7	15.0	5.6	7.3	60.3

[부록표 31] 해외 개최 공연 관람 여부(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 (단위:명,%)

		표본수	국내에서 개최되는 공연에 관해서만 관심을 두고 관람하는 편	해외에서 개최되는 공연도 관심을 두고 관람하는 편	해외 공연에 관심은 있으나 관람하지는 못함	
■ 전체		2,208	61.2	73.2	38.8	
마니아 관객	비 마니아	505	68.3	77.0	31.7	
	마니아	1,703	59.1	72.1	40.9	
마 니 아 관 객	성별	남성	362	62.2	74.6	37.8
		여성	1,341	58.3	71.4	41.7
	연령	10대	32	56.3	65.6	43.8
		20대	326	60.7	75.2	39.3
		30대	611	58.3	72.2	41.7
		40대	503	59.4	71.0	40.6
		50대	165	59.4	71.5	40.6
		60세 이상	66	57.6	69.7	42.4
	유료 관람	연극	917	60.2	75.0	39.8
		뮤지컬	1,337	61.3	74.1	38.7
	장르 (복수 응답)	음악	738	51.9	68.3	48.1
		무용	254	43.7	66.1	56.3
		국악	167	59.3	76.6	40.7
		전공 여부	관련 종사자	148	41.2	60.8
		전공자	160	33.8	55.0	66.3
		관련 없음	1,415	63.4	75.1	36.6
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	65.2	82.6	34.8
		100-200만 원	80	63.8	78.8	36.3
		200-300만 원	305	60.0	71.5	40.0
		300-400만 원	309	60.8	72.2	39.2
400-500만 원		239	59.4	71.1	40.6	
500-600만 원		223	60.1	71.7	39.9	
600만 원 이상		524	56.1	71.6	43.9	
혼인 상태	미혼	952	58.3	72.2	41.7	
	기혼	702	60.7	72.1	39.3	
	기타(이혼, 사별 등)	49	53.1	71.4	46.9	
가구 구성 원	1인가구	475	57.1	72.0	42.9	
	부부거주	238	63.0	74.4	37.0	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	60.0	71.9	40.0	
	그 외 동거 형태	68	48.5	67.6	51.5	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	국내에서 개최되는 공연에 관해서만 관심을 두고 관람하는 편	해외에서 개최되는 공연도 관심을 두고 관람하는 편	해외 공연에 관심은 있으나 관람하지는 못함
■ 전체		2,208	61.2	73.2	38.8
자녀연령 대	미취학아동	87	69.0	73.6	31.0
	초등학생	194	58.2	70.6	41.8
	중학생	67	58.2	68.7	41.8
	고등학생 이상	272	59.9	71.7	40.1
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	56.9	66.7	43.1
	5-10만원 미만	145	64.1	75.9	35.9
	10-20만원 미만	440	60.2	71.8	39.8
	20-30만원 미만	316	58.2	71.5	41.8
	30-50만원 미만	316	60.1	71.8	39.9
	50만원 이상	291	56.4	75.3	43.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	61.3	71.8	38.7
	1-5회 미만	752	58.4	73.7	41.6
	5회 이상	243	55.1	68.3	44.9
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	57.7	71.1	42.3
	마니아가 아니라고 인식	779	60.8	73.3	39.2

[부록표 32] 선호하는 예술가의 공연을 보기위해 해외 공연장 방문 경험-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 & 해외 공연장 방문 경험자

(단위:명,%)

		표본수	예, 해외 공연 관람을 위해 방문한 적이 있음	다른 목적의 여행이었지만 해외에서 좋은 공연이 있다면 관람하기도 함	해외 공연 관람을 위해 해외를 방문한 경험도 없고 해외 여행지에서 공연을 관람한 적도 없음
■ 전체		856	23.2	57.6	19.2
마니아 관객	비 마니아	160	20.6	56.3	23.1
	마니아	696	23.9	57.9	18.2

[부록표 33] 공연 관련 불만족 부분 개선 요청 여부
-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당

(단위:명,%)

		표본수	온오프라인을 이용해 개선 요청을 하는 편	별도로 개선 요청을 하지 않음	
■ 전체		2,208	29.8	70.2	
마니아 관객	비 마니아	505	18.2	81.8	
	마니아	1,703	33.2	66.8	
마니아 관객	성별	남성	362	38.1	61.9
		여성	1,341	31.8	68.2
	연령	10대	32	43.8	56.3
		20대	326	31.0	69.0
		30대	611	31.9	68.1
		40대	503	34.2	65.8
		50대	165	36.4	63.6
		60세 이상	66	34.8	65.2
	유료 관람	연극	917	33.2	66.8
		뮤지컬	1,337	32.6	67.4
	장르 (복수 응답)	음악	738	35.8	64.2
		무용	254	40.6	59.4
		국악	167	42.5	57.5
	전공 여부	관련 종사자	148	47.3	52.7
		전공자	160	42.5	57.5
		관련 없음	1,415	30.7	69.3
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	23	34.8	65.2
		100-200만 원	80	30.0	70.0
		200-300만 원	305	31.8	68.2
		300-400만 원	309	35.9	64.1
400-500만 원		239	38.9	61.1	
500-600만 원		223	30.0	70.0	
600만 원 이상		524	31.5	68.5	
혼인 상태	미혼	952	34.1	65.9	
	기혼	702	31.8	68.2	
	기타(이혼, 사별 등)	49	34.7	65.3	
가구 구성 원	1인가구	475	37.7	62.3	
	부부거주	238	32.8	67.2	
	부모(또는 편부모)+자녀	922	32.1	67.9	
	그 외 동거 형태	68	17.6	82.4	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	온오프라인을 이용해 개선 요청을 하는 편	별도로 개선 요청을 하지 않음
■ 전체		2,208	29.8	70.2
자녀연령 대	미취학아동	87	25.3	74.7
	초등학생	194	30.4	69.6
	중학생	67	43.3	56.7
	고등학생 이상	272	33.5	66.5
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	195	31.3	68.7
	5-10만원 미만	145	34.5	65.5
	10-20만원 미만	440	28.2	71.8
	20-30만원 미만	316	30.4	69.6
	30-50만원 미만	316	30.4	69.6
	50만원 이상	291	47.4	52.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	708	27.1	72.9
	1-5회 미만	752	35.1	64.9
	5회 이상	243	44.9	55.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	924	40.6	59.4
	마니아가 아니라고 인식	779	24.4	75.6

[부록표 34] 공연 작품의 반복 관람 여부:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)	
■ 전체		1,155	44.2	55.8	4.4	
마니아 관객	비 마니아	238	18.9	81.1	3.0	
	마니아	917	50.8	49.2	4.5	
마니아 관객	성별	남성	199	39.2	60.8	5.1
		여성	718	54.0	46.0	4.4
	연령	10대	15	60.0	40.0	5.1
		20대	206	55.3	44.7	3.5
		30대	352	54.0	46.0	4.3
		40대	239	46.4	53.6	3.4
		50대	80	38.8	61.3	6.4
		60세 이상	25	44.0	56.0	26.0
	유료 관람	연극	917	50.8	49.2	4.5
		뮤지컬	797	52.1	47.9	4.5
	장르 (복수 응답)	음악	348	48.0	52.0	3.4
		무용	142	56.3	43.7	2.9
		국악	107	57.0	43.0	5.5
		전공 여부	관련 종사자	83	49.4	50.6
		전공자	75	56.0	44.0	7.1
		관련 없음	769	50.5	49.5	3.9
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	13	76.9	23.1	2.8
		100-200만 원	46	54.3	45.7	7.0
		200-300만 원	171	62.6	37.4	4.3
		300-400만 원	169	55.6	44.4	5.2
400-500만 원		139	46.8	53.2	4.4	
500-600만 원		116	39.7	60.3	3.7	
600만 원 이상		263	45.2	54.8	4.2	
혼인 상태	미혼	571	59.0	41.0	4.2	
	기혼	319	36.4	63.6	5.7	
	기타(이혼, 사별 등)	27	48.1	51.9	2.6	
가구 구성 원	1인가구	288	56.6	43.4	4.5	
	부부거주	114	39.5	60.5	3.3	
	부모(또는 편부모)+자녀	484	50.0	50.0	4.9	
	그 외 동거 형태	31	51.6	48.4	2.5	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)
■ 전체		1,155	44.2	55.8	4.4
자녀연령 대	미취학아동	46	17.4	82.6	1.8
	초등학생	79	31.6	68.4	7.1
	중학생	29	41.4	58.6	2.2
	고등학생 이상	126	41.3	58.7	7.5
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	103	49.5	50.5	5.3
	5-10만원 미만	72	30.6	69.4	8.0
	10-20만원 미만	213	33.8	66.2	2.3
	20-30만원 미만	146	45.2	54.8	2.5
	30-50만원 미만	181	56.4	43.6	3.3
	50만원 이상	202	75.7	24.3	6.5
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	317	28.4	71.6	3.6
	1-5회 미만	415	53.5	46.5	3.3
	5회 이상	185	83.2	16.8	6.7
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	541	65.2	34.8	5.2
	마니아가 아니라고 인식	376	30.1	69.9	2.3

[부록표 35] 공연 작품의 반복 관람 여부:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)	
■ 전체		1,680	60.4	39.6	4.8	
마니아 관객	비 마니아	343	31.8	68.2	3.9	
	마니아	1,337	67.7	32.3	4.9	
마니아 관객	성별	남성	250	50.8	49.2	3.6
		여성	1,087	71.6	28.4	5.1
	연령	10대	28	89.3	10.7	5.4
		20대	282	81.6	18.4	5.2
		30대	504	67.7	32.3	5.4
		40대	388	60.1	39.9	4.0
		50대	98	60.2	39.8	3.1
		60세 이상	37	45.9	54.1	6.7
	유료 관람	연극	797	72.5	27.5	5.7
		뮤지컬	1,337	67.7	32.3	4.9
	장르 (복수 응답)	음악	490	63.3	36.7	4.0
		무용	168	66.7	33.3	3.9
		국악	115	69.6	30.4	5.2
		전공 여부	관련 종사자	92	69.6	30.4
		전공자	101	73.3	26.7	5.2
		관련 없음	1,156	67.0	33.0	4.9
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	17	88.2	11.8	6.5
		100-200만 원	66	74.2	25.8	5.7
		200-300만 원	244	77.5	22.5	5.9
		300-400만 원	252	75.4	24.6	4.7
400-500만 원		187	59.9	40.1	4.3	
500-600만 원		164	65.2	34.8	4.2	
600만 원 이상		407	59.7	40.3	4.5	
혼인 상태	미혼	790	79.1	20.9	5.5	
	기혼	515	49.9	50.1	3.3	
	기타(이혼, 사별 등)	32	71.9	28.1	5.4	
가구 구성 원	1인가구	386	74.9	25.1	5.4	
	부부거주	170	57.6	42.4	3.9	
	부모(또는 편부모)+자녀	728	65.7	34.3	4.8	
	그 외 동거 형태	53	75.5	24.5	3.7	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)
■ 전체		1,680	60.4	39.6	4.8
자녀연령 대	미취학아동	74	45.9	54.1	2.3
	초등학생	151	40.4	59.6	3.3
	중학생	46	63.0	37.0	2.2
	고등학생 이상	177	53.7	46.3	3.8
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	157	69.4	30.6	4.3
	5-10만원 미만	89	38.2	61.8	2.3
	10-20만원 미만	307	52.8	47.2	2.9
	20-30만원 미만	266	66.9	33.1	2.7
	30-50만원 미만	263	75.3	24.7	4.1
	50만원 이상	255	87.8	12.2	9.3
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	537	54.0	46.0	2.7
	1-5회 미만	593	72.8	27.2	3.8
	5회 이상	207	88.4	11.6	10.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	751	82.3	17.7	5.8
	마니아가 아니라고 인식	586	49.0	51.0	2.8

[부록표 36] 공연 작품의 반복 관람 여부:클래식음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)	
■ 전체		1,005	36.8	63.2	3.3	
마니아 관객	비 마니아	267	25.8	74.2	4.0	
	마니아	738	40.8	59.2	3.1	
마니아 관객	성별	남성	178	42.1	57.9	3.7
		여성	560	40.4	59.6	2.9
	연령	10대	11	27.3	72.7	1.7
		20대	99	31.3	68.7	2.2
		30대	218	39.9	60.1	2.6
		40대	261	43.3	56.7	3.1
		50대	112	43.8	56.3	2.3
		60세 이상	37	48.6	51.4	10.9
	유료 관람	연극	348	37.1	62.9	2.3
		뮤지컬	490	38.2	61.8	2.4
	장르 (복수 응답)	음악	738	40.8	59.2	3.1
		무용	168	45.2	54.8	2.6
		국악	93	40.9	59.1	2.6
	전공 여부	관련 종사자	81	49.4	50.6	4.3
		전공자	71	50.7	49.3	2.8
		관련 없음	595	38.5	61.5	2.9
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	9	33.3	66.7	1.3
		100-200만 원	22	45.5	54.5	2.7
		200-300만 원	101	36.6	63.4	2.8
		300-400만 원	111	42.3	57.7	2.3
400-500만 원		112	34.8	65.2	2.4	
500-600만 원		108	38.9	61.1	2.6	
600만 원 이상		275	44.7	55.3	4.0	
혼인 상태	미혼	339	41.0	59.0	2.4	
	기혼	367	40.3	59.7	3.4	
	기타(이혼, 사별 등)	32	43.8	56.3	6.9	
가구 구성 원	1인가구	179	36.3	63.7	2.6	
	부부거주	133	38.3	61.7	5.5	
	부모(또는 편부모)+자녀	396	42.7	57.3	2.7	
	그 외 동거 형태	30	53.3	46.7	1.9	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)
■ 전체		1,005	36.8	63.2	3.3
자녀연령 대	미취학아동	26	23.1	76.9	2.2
	초등학생	97	40.2	59.8	3.3
	중학생	36	47.2	52.8	2.1
	고등학생 이상	169	44.4	55.6	5.0
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	74	41.9	58.1	2.5
	5-10만원 미만	67	28.4	71.6	1.9
	10-20만원 미만	208	38.5	61.5	3.6
	20-30만원 미만	136	39.0	61.0	2.5
	30-50만원 미만	134	46.3	53.7	3.4
	50만원 이상	119	47.1	52.9	3.3
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	292	32.5	67.5	2.2
	1-5회 미만	351	46.2	53.8	3.7
	5회 이상	95	46.3	53.7	2.9
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	396	51.0	49.0	3.5
	마니아가 아니라고 인식	342	28.9	71.1	2.2

[부록표 37] 공연 작품의 반복 관람 여부:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용 공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)	
■ 전체		347	33.7	66.3	3.9	
마니아 관객	비 마니아	93	26.9	73.1	11.1	
	마니아	254	36.2	63.8	2.0	
마니아 관객	성별	남성	52	42.3	57.7	2.2
		여성	202	34.7	65.3	1.9
	연령	10대	7	57.1	42.9	1.8
		20대	32	31.3	68.8	1.7
		30대	79	38.0	62.0	2.1
		40대	85	40.0	60.0	2.0
		50대	39	30.8	69.2	2.0
		60세 이상	12	16.7	83.3	2.0
	유료 관람	연극	142	32.4	67.6	2.0
		뮤지컬	168	34.5	65.5	2.0
	장르 (복수 응답)	음악	168	41.1	58.9	2.0
		무용	254	36.2	63.8	2.0
		국악	62	37.1	62.9	2.0
	전공 여부	관련 종사자	42	42.9	57.1	1.9
		전공자	29	44.8	55.2	1.7
		관련 없음	190	34.2	65.8	2.0
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	-	-	-	-
		100-200만 원	9	44.4	55.6	1.3
		200-300만 원	38	26.3	73.7	2.3
		300-400만 원	38	42.1	57.9	1.9
400-500만 원		44	36.4	63.6	2.1	
500-600만 원		28	46.4	53.6	2.0	
600만 원 이상		97	34.0	66.0	1.9	
혼인 상태	미혼	117	39.3	60.7	2.0	
	기혼	125	35.2	64.8	2.0	
	기타(이혼, 사별 등)	12	16.7	83.3	1.5	
가구 구성 원	1인가구	72	43.1	56.9	1.9	
	부부거주	37	29.7	70.3	2.3	
	부모(또는 편부모)+자녀	133	36.8	63.2	2.0	
	그 외 동거 형태	12	8.3	91.7	1.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)
■ 전체		347	33.7	66.3	3.9
자녀연령 대	미취학아동	8	12.5	87.5	2.0
	초등학생	37	35.1	64.9	1.8
	중학생	12	58.3	41.7	2.0
	고등학생 이상	54	33.3	66.7	2.0
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	46.2	53.8	1.8
	5-10만원 미만	15	46.7	53.3	1.4
	10-20만원 미만	69	24.6	75.4	2.1
	20-30만원 미만	44	31.8	68.2	2.4
	30-50만원 미만	53	41.5	58.5	2.0
	50만원 이상	47	42.6	57.4	1.9
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	88	34.1	65.9	1.8
	1-5회 미만	128	34.4	65.6	2.0
	5회 이상	38	47.4	52.6	2.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	39.2	60.8	2.1
	마니아가 아니라고 인식	111	32.4	67.6	1.8

[부록표 38] 공연 작품의 반복 관람 여부:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악 공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)	
■ 전체		226	31.4	68.6	2.5	
마니아 관객	비 마니아	59	23.7	76.3	1.9	
	마니아	167	34.1	65.9	2.7	
마니아 관객	성별	남성	38	31.6	68.4	2.2
		여성	129	34.9	65.1	2.8
	연령	10대	3	33.3	66.7	2.0
		20대	18	22.2	77.8	2.0
		30대	40	42.5	57.5	2.9
		40대	65	38.5	61.5	3.0
		50대	30	26.7	73.3	1.9
		60세 이상	11	18.2	81.8	2.0
	유료 관람	연극	107	33.6	66.4	2.5
		뮤지컬	115	35.7	64.3	2.5
	장르 (복수 응답)	음악	93	35.5	64.5	2.2
		무용	62	35.5	64.5	2.0
		국악	167	34.1	65.9	2.7
		전공 여부	관련 종사자	23	30.4	69.6
		전공자	26	30.8	69.2	2.0
		관련 없음	123	35.0	65.0	2.5
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	1	-	100.0	-
		100-200만 원	10	60.0	40.0	1.7
		200-300만 원	25	36.0	64.0	1.7
		300-400만 원	28	39.3	60.7	2.5
400-500만 원		26	38.5	61.5	3.2	
500-600만 원		20	35.0	65.0	2.0	
600만 원 이상		57	24.6	75.4	3.8	
혼인 상태	미혼	76	43.4	56.6	2.5	
	기혼	85	24.7	75.3	3.0	
	기타(이혼, 사별 등)	6	50.0	50.0	2.0	
가구 구성 원	1인가구	46	52.2	47.8	2.1	
	부부거주	28	25.0	75.0	4.9	
	부모(또는 편부모)+자녀	91	28.6	71.4	2.6	
	그 외 동거 형태	2	-	100.0	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	반복 관람하는 편임	반복 관람하지 않음	반복 관람 횟수(회)
■ 전체		226	31.4	68.6	2.5
자녀연령 대	미취학아동	5	20.0	80.0	2.0
	초등학생	17	29.4	70.6	2.0
	중학생	10	30.0	70.0	2.0
	고등학생 이상	43	25.6	74.4	3.7
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	30.4	69.6	3.0
	5-10만원 미만	9	22.2	77.8	1.5
	10-20만원 미만	40	15.0	85.0	2.3
	20-30만원 미만	26	38.5	61.5	4.0
	30-50만원 미만	29	44.8	55.2	1.9
	50만원 이상	40	47.5	52.5	2.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	32.1	67.9	2.0
	1-5회 미만	77	27.3	72.7	3.4
	5회 이상	37	51.4	48.6	2.5
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	107	39.3	60.7	2.9
	마니아가 아니라고 인식	60	25.0	75.0	2.1

[부록표 39] 최근 1년간 입장권 구매 비용:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,155	0.9	9.4	25.2	27.5	14.5	6.0	16.5
마니아 관객	비 마니아	238	1.7	14.3	28.2	26.1	14.7	5.5	9.7
	마니아	917	0.7	8.2	24.4	27.9	14.5	6.1	18.2
성별	남성	199	0.5	11.6	26.6	25.6	14.6	5.5	15.6
	여성	718	0.7	7.2	23.8	28.6	14.5	6.3	18.9
연령	10대	15	-	6.7	6.7	53.3	-	6.7	26.7
	20대	206	1.0	12.1	31.1	22.8	14.1	3.4	15.5
	30대	352	0.9	6.8	24.7	27.8	16.5	6.0	17.3
	40대	239	-	6.3	22.2	28.0	11.3	7.5	24.7
	50대	80	1.3	11.3	17.5	33.8	17.5	8.8	10.0
	60세 이상	25	-	4.0	20.0	36.0	20.0	8.0	12.0
유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	917	0.7	8.2	24.4	27.9	14.5	6.1	18.2
	뮤지컬	797	0.4	7.8	25.3	27.7	14.2	5.4	19.2
	음악	348	0.9	8.0	22.4	30.2	12.1	5.7	20.7
	무용	142	0.7	9.2	19.0	24.6	16.2	6.3	23.9
	국악	107	-	8.4	22.4	22.4	19.6	5.6	21.5
전공 여부	관련 종사자	83	-	8.4	25.3	24.1	18.1	7.2	16.9
	전공자	75	-	9.3	28.0	24.0	14.7	5.3	18.7
	관련 없음	769	0.8	7.9	24.2	28.6	14.2	6.0	18.3
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	13	7.7	-	23.1	30.8	7.7	-	30.8
	100~200만 원	46	2.2	15.2	37.0	23.9	6.5	4.3	10.9
	200~300만 원	171	-	8.8	24.0	25.7	14.6	9.4	17.5
	300~400만 원	169	-	7.1	20.7	32.0	17.2	3.6	19.5
	400~500만 원	139	-	9.4	29.5	23.0	13.7	8.6	15.8
	500~600만 원	116	1.7	10.3	21.6	25.9	19.8	3.4	17.2
600만 원 이상	600만 원 이상	263	0.8	6.1	23.6	30.8	12.5	6.1	20.2
	미혼	571	0.7	8.1	25.6	27.0	13.7	4.9	20.1
	기혼	319	0.6	7.8	23.2	29.5	16.3	7.2	15.4
혼인 상태	기타(이혼, 사별 등)	27	-	14.8	14.8	29.6	11.1	18.5	11.1
	1인가구	288	0.3	6.6	20.8	27.1	16.7	6.6	21.9
	부부거주	114	1.8	8.8	24.6	26.3	19.3	7.0	12.3
가구 구성 원	부모(또는 편부모)+자녀	484	0.4	9.1	26.4	28.5	12.6	5.6	17.4
	그 외 동거 형태	31	3.2	6.5	25.8	32.3	6.5	6.5	19.4

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,155	0.9	9.4	25.2	27.5	14.5	6.0	16.5
자녀연령 대	미취학아동	46	-	10.9	21.7	41.3	8.7	4.3	13.0
	초등학생	79	-	8.9	27.8	24.1	11.4	10.1	17.7
	중학생	29	-	6.9	20.7	31.0	17.2	6.9	17.2
	고등학생 이상	126	0.8	5.6	20.6	33.3	16.7	9.5	13.5
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	103	1.9	12.6	30.1	23.3	12.6	4.9	14.6
	5-10만원 미만	72	2.8	18.1	20.8	30.6	18.1	4.2	5.6
	10-20만원 미만	213	0.5	8.9	31.0	31.9	11.7	7.0	8.9
	20-30만원 미만	146	0.7	8.9	26.7	32.9	15.1	5.5	10.3
	30-50만원 미만	181	-	5.0	20.4	28.2	19.9	7.2	19.3
	50만원 이상	202	-	4.0	17.8	21.3	11.9	5.9	39.1
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	317	0.9	9.1	25.6	29.3	18.6	6.0	10.4
	1-5회 미만	415	0.7	8.9	22.2	29.4	14.7	5.5	18.6
	5회 이상	185	-	4.9	27.6	22.2	7.0	7.6	30.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	541	0.9	6.1	24.2	25.7	13.5	6.7	22.9
	마니아가 아니라고 인식	376	0.3	11.2	24.7	31.1	16.0	5.3	11.4

[부록표 40] 최근 1년간 입장권 구매 비용:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		1,680	0.3	1.0	5.7	18.0	37.7	13.3	24.0	
마니아 관객	비 마니아	343	0.9	1.2	7.3	19.2	44.0	13.4	14.0	
	마니아	1,337	0.1	1.0	5.2	17.7	36.1	13.2	26.6	
마니아 관객	성별	남성	250	0.8	2.4	6.0	23.6	30.8	15.2	21.2
		여성	1,087	-	0.6	5.1	16.3	37.4	12.8	27.9
	연령	10대	28	-	-	7.1	25.0	28.6	3.6	35.7
		20대	282	-	1.1	5.3	21.3	33.0	10.6	28.7
		30대	504	0.4	1.0	5.6	16.1	38.3	13.1	25.6
		40대	388	-	1.0	4.6	16.2	36.6	12.9	28.6
		50대	98	-	1.0	5.1	16.3	37.8	19.4	20.4
		60세 이상	37	-	-	5.4	24.3	27.0	29.7	13.5
	유료 관람	연극	797	-	0.5	5.3	18.6	34.9	11.7	29.1
		뮤지컬	1,337	0.1	1.0	5.2	17.7	36.1	13.2	26.6
	장르 (복수 응답)	음악	490	-	1.2	4.9	15.3	37.1	11.6	29.8
		무용	168	-	0.6	4.8	19.0	33.9	10.7	31.0
		국악	115	-	0.9	7.0	18.3	29.6	15.7	28.7
		관련 종사자	92	-	-	5.4	13.0	39.1	17.4	25.0
	전공 여부	전공자	101	-	4.0	6.9	27.7	28.7	6.9	25.7
		관련 없음	1,156	0.2	0.8	5.2	17.2	36.4	13.4	26.8
		100만 원 미만	17	-	-	5.9	29.4	23.5	5.9	35.3
	월 평균 가구 소득	100-200만 원	66	-	3.0	10.6	19.7	31.8	13.6	21.2
		200-300만 원	244	0.4	2.0	2.9	18.4	32.4	9.0	34.8
		300-400만 원	252	0.4	0.4	4.4	19.8	36.1	11.5	27.4
400-500만 원		187	-	0.5	8.0	15.5	40.6	12.8	22.5	
500-600만 원		164	-	0.6	9.1	12.2	36.6	17.1	24.4	
600만 원 이상		407	-	0.7	3.4	18.2	37.3	15.7	24.6	
혼인 상태	미혼	790	-	0.9	4.7	18.2	34.9	9.5	31.8	
	기혼	515	0.2	1.2	6.2	16.9	37.9	19.2	18.4	
	기타(이혼, 사별 등)	32	3.1	-	3.1	15.6	37.5	9.4	31.3	
가구 구성 원	1인가구	386	-	1.3	2.3	17.1	36.5	10.4	32.4	
	부부거주	170	1.2	0.6	4.7	17.6	38.8	18.8	18.2	
	부모(또는 편부모)+자녀	728	-	1.0	6.6	18.4	35.2	13.2	25.7	
	그 외 동거 형태	53	-	-	9.4	11.3	37.7	17.0	24.5	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,680	0.3	1.0	5.7	18.0	37.7	13.3	24.0
자녀연령 대	미취학아동	74	1.4	2.7	9.5	16.2	28.4	23.0	18.9
	초등학생	151	-	1.3	10.6	19.2	37.1	16.6	15.2
	중학생	46	-	-	-	8.7	52.2	17.4	21.7
	고등학생 이상	177	-	1.1	5.1	18.1	36.2	18.6	20.9
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	157	1.3	0.6	8.3	18.5	33.8	13.4	24.2
	5-10만원 미만	89	-	-	14.6	21.3	46.1	12.4	5.6
	10-20만원 미만	307	-	2.6	6.5	25.4	38.4	16.0	11.1
	20-30만원 미만	266	-	0.8	3.0	14.3	47.4	14.3	20.3
	30-50만원 미만	263	-	-	3.0	13.3	34.6	13.7	35.4
	50만원 이상	255	-	0.8	3.1	14.5	21.2	8.6	51.8
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	537	-	0.9	5.8	12.3	44.3	19.7	16.9
	1-5회 미만	593	0.2	1.2	4.0	19.2	35.9	9.4	30.0
	5회 이상	207	0.5	0.5	7.2	27.1	15.5	7.2	42.0
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	751	-	0.7	4.9	19.3	29.4	10.5	35.2
	마니아가 아니라고 인식	586	0.3	1.4	5.6	15.5	44.7	16.7	15.7

[부록표 41] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,680	5.5	21.3	19.0	16.8	10.8	5.0	11.0
마니아 관객	비 마니아	343	8.5	16.9	13.7	12.5	9.0	4.1	4.7
	마니아	1,337	4.7	22.4	20.3	18.0	11.3	5.2	12.6
성별	남성	250	6.0	20.0	17.6	22.4	12.4	5.6	12.4
	여성	1,087	4.4	22.9	21.0	16.9	11.0	5.2	12.7
연령	10대	28	-	25.0	21.4	14.3	3.6	7.1	25.0
	20대	282	5.3	27.7	14.9	18.1	9.6	4.3	14.9
	30대	504	3.8	22.4	22.8	19.0	11.3	4.6	10.7
	40대	388	4.1	20.4	20.4	17.0	12.6	7.5	13.1
	50대	98	9.2	16.3	25.5	15.3	10.2	3.1	13.3
	60세 이상	37	10.8	16.2	13.5	21.6	18.9	2.7	5.4
유료 관람	연극	797	4.3	23.3	19.9	16.4	10.9	5.1	14.6
	뮤지컬	1,337	4.7	22.4	20.3	18.0	11.3	5.2	12.6
장르 (복수 응답)	음악	490	6.7	21.2	19.6	14.9	10.4	5.1	16.1
	무용	168	9.5	19.6	19.0	14.3	7.7	6.5	16.1
	국악	115	7.8	24.3	20.9	13.9	10.4	6.1	13.9
	관련 종사자	92	5.4	14.1	23.9	16.3	13.0	7.6	14.1
전공 여부	전공자	101	6.9	18.8	18.8	19.8	15.8	4.0	11.9
	관련 없음	1,156	4.6	23.2	20.3	18.0	10.6	5.1	12.6
	100만 원 미만	17	5.9	29.4	29.4	11.8	5.9	-	11.8
월 평균 가구 소득	100~200만 원	66	9.1	25.8	19.7	10.6	13.6	10.6	9.1
	200~300만 원	244	3.7	21.3	19.7	21.7	9.8	5.7	12.3
	300~400만 원	252	4.8	23.8	21.0	17.9	11.5	3.2	13.1
	400~500만 원	187	4.8	20.3	24.1	18.2	10.2	8.6	9.6
	500~600만 원	164	6.7	22.0	17.1	13.4	14.6	4.9	14.0
	600만 원 이상	407	3.7	22.4	19.7	18.9	11.1	4.2	14.0
혼인 상태	미혼	790	4.2	25.4	18.6	17.8	9.7	5.2	13.9
	기혼	515	5.4	18.1	22.7	18.4	13.4	5.0	10.7
	기타(이혼, 사별 등)	32	6.3	15.6	25.0	12.5	15.6	9.4	12.5
가구 구성 원	1인가구	386	5.2	22.8	17.6	17.4	11.7	7.3	14.0
	부부거주	170	8.2	16.5	22.9	17.6	11.8	5.3	11.8
	부모(또는 편부모)+자녀	728	3.8	24.0	21.0	18.4	10.4	4.5	12.0
	그 외 동거 형태	53	1.9	15.1	22.6	17.0	18.9	-	15.1

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,680	5.5	21.3	19.0	16.8	10.8	5.0	11.0
자녀연령 대	미취학아동	74	1.4	24.3	18.9	21.6	13.5	2.7	12.2
	초등학생	151	3.3	19.2	25.8	19.9	13.9	6.0	8.6
	중학생	46	4.3	15.2	21.7	13.0	17.4	15.2	10.9
	고등학생 이상	177	7.9	15.8	22.6	16.9	13.6	3.4	10.7
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	157	5.7	24.8	22.3	14.6	7.0	5.7	14.6
	5-10만원 미만	89	7.9	34.8	23.6	15.7	4.5	2.2	3.4
	10-20만원 미만	307	6.5	29.3	24.1	18.9	7.2	3.6	2.9
	20-30만원 미만	266	6.0	18.4	19.2	21.4	15.8	5.3	7.5
	30-50만원 미만	263	2.3	20.2	20.5	15.2	14.1	6.8	16.3
	50만원 이상	255	2.0	14.5	14.5	18.8	13.7	6.3	27.8
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	537	4.5	23.3	23.3	18.6	11.2	3.4	8.4
	1-5회 미만	593	5.4	20.7	20.1	17.5	12.0	6.7	12.5
	5회 이상	207	3.4	24.6	13.5	17.4	9.7	5.8	24.2
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	751	3.5	23.0	16.8	18.4	11.1	6.4	17.8
	마니아가 아니라고 인식	586	6.3	21.5	24.9	17.4	11.6	3.8	6.0

[부록표 42] 최근 1년간 입장권 구매 비용:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이려면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		1,005	1.7	5.4	11.4	25.6	28.0	9.8	18.2	
마니아 관객	비 마니아	267	3.0	7.5	14.2	27.7	26.2	7.9	13.5	
	마니아	738	1.2	4.6	10.4	24.8	28.6	10.4	19.9	
마니아 관객	성별	남성	178	2.2	4.5	12.9	29.2	23.0	12.9	15.2
		여성	560	0.9	4.6	9.6	23.4	30.4	9.6	21.4
	연령	10대	11	-	-	36.4	18.2	18.2	9.1	18.2
		20대	99	-	6.1	11.1	30.3	26.3	8.1	18.2
		30대	218	2.3	4.6	10.1	21.1	32.1	10.6	19.3
		40대	261	1.5	3.8	10.0	27.6	27.2	9.6	20.3
		50대	112	-	6.3	8.0	22.3	28.6	10.7	24.1
		60세 이상	37	-	2.7	13.5	21.6	27.0	21.6	13.5
	유료 관람	연극	348	0.9	5.5	8.6	24.1	29.0	11.5	20.4
		뮤지컬	490	0.4	4.3	10.0	25.7	29.6	9.0	21.0
	장르 (복수 응답)	음악	738	1.2	4.6	10.4	24.8	28.6	10.4	19.9
		무용	168	1.2	6.0	7.7	18.5	29.2	14.3	23.2
		국악	93	-	4.3	9.7	23.7	33.3	11.8	17.2
		관련 종사자	81	1.2	4.9	13.6	21.0	24.7	9.9	24.7
	전공 여부	전공자	71	2.8	5.6	15.5	25.4	25.4	5.6	19.7
		관련 없음	595	1.0	4.5	9.6	25.2	29.4	10.9	19.3
		100만 원 미만	9	11.1	11.1	-	11.1	33.3	-	33.3
	월 평균 가구 소득	100-200만 원	22	4.5	9.1	27.3	9.1	27.3	18.2	4.5
		200-300만 원	101	2.0	5.9	8.9	32.7	31.7	5.9	12.9
		300-400만 원	111	0.9	3.6	15.3	24.3	22.5	9.0	24.3
400-500만 원		112	0.9	7.1	11.6	25.9	33.9	8.9	11.6	
500-600만 원		108	1.9	3.7	10.2	23.1	29.6	16.7	14.8	
600만 원 이상		275	0.4	3.3	7.6	24.0	27.3	10.5	26.9	
혼인 상태	미혼	339	2.4	5.0	9.4	25.1	27.7	9.4	20.9	
	기혼	367	0.3	4.1	11.7	24.0	29.4	10.9	19.6	
	기타(이혼, 사별 등)	32	-	6.3	6.3	31.3	28.1	15.6	12.5	
가구 구성 원	1인가구	179	4.5	3.4	6.7	29.6	26.8	10.1	19.0	
	부부거주	133	-	3.8	12.8	25.6	30.8	10.5	16.5	
	부모(또는 편부모)+자녀	396	0.3	5.1	11.4	22.7	28.8	10.4	21.5	
	그 외 동거 형태	30	-	10.0	10.0	20.0	26.7	13.3	20.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,005	1.7	5.4	11.4	25.6	28.0	9.8	18.2
자녀연령 대	미취학아동	26	-	15.4	11.5	15.4	34.6	15.4	7.7
	초등학생	97	-	2.1	14.4	25.8	28.9	10.3	18.6
	중학생	36	2.8	2.8	11.1	25.0	25.0	5.6	27.8
	고등학생 이상	169	-	3.0	10.1	22.5	31.4	13.0	20.1
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	74	5.4	12.2	8.1	20.3	27.0	8.1	18.9
	5-10만원 미만	67	-	3.0	23.9	40.3	20.9	6.0	6.0
	10-20만원 미만	208	1.4	6.7	13.0	32.2	28.8	9.1	8.7
	20-30만원 미만	136	1.5	2.2	8.8	21.3	36.0	10.3	19.9
	30-50만원 미만	134	-	2.2	8.2	19.4	26.9	17.2	26.1
	50만원 이상	119	-	2.5	4.2	16.0	26.9	9.2	41.2
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	292	0.7	4.1	12.3	26.7	32.2	11.0	13.0
	1-5회 미만	351	1.7	4.6	9.4	25.1	25.9	10.8	22.5
	5회 이상	95	1.1	6.3	8.4	17.9	27.4	7.4	31.6
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	396	1.0	4.0	10.4	21.0	27.0	10.1	26.5
	마니아가 아니라고 인식	342	1.5	5.3	10.5	29.2	30.4	10.8	12.3

[부록표 43] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		1,005	12.5	19.1	16.3	15.0	8.4	3.6	9.3	
마니아 관객	비 마니아	267	19.1	18.0	12.7	9.4	6.7	3.0	4.1	
	마니아	738	10.2	19.5	17.6	17.1	8.9	3.8	11.1	
마니아 관객	성별	남성	178	11.8	16.3	18.5	19.1	12.9	5.1	10.1
		여성	560	9.6	20.5	17.3	16.4	7.7	3.4	11.4
	연령	10대	11	18.2	9.1	18.2	18.2	-	-	9.1
		20대	99	17.2	18.2	11.1	10.1	7.1	2.0	8.1
		30대	218	10.1	17.4	17.0	18.8	8.7	4.1	11.5
		40대	261	6.9	22.2	18.4	18.0	8.8	4.2	11.9
		50대	112	10.7	18.8	23.2	14.3	10.7	5.4	12.5
		60세 이상	37	10.8	21.6	16.2	27.0	13.5	-	8.1
	유료 관람	연극	348	12.4	19.5	15.2	14.1	7.5	3.2	12.6
		뮤지컬	490	10.8	20.4	14.5	14.9	7.6	3.1	12.9
	장르 (복수 응답)	음악	738	10.2	19.5	17.6	17.1	8.9	3.8	11.1
		무용	168	11.3	22.6	15.5	17.3	8.3	3.6	11.3
		국악	93	18.3	18.3	21.5	15.1	9.7	2.2	7.5
	전공 여부	관련 종사자	81	9.9	11.1	16.0	19.8	14.8	4.9	13.6
		전공자	71	8.5	8.5	25.4	16.9	15.5	1.4	11.3
		관련 없음	595	10.4	21.7	17.1	16.6	7.6	3.9	10.8
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	9	22.2	22.2	-	11.1	11.1	-	-
		100~200만 원	22	22.7	18.2	18.2	13.6	9.1	-	9.1
		200~300만 원	101	9.9	17.8	13.9	15.8	14.9	4.0	7.9
		300~400만 원	111	10.8	27.9	15.3	13.5	9.0	0.9	12.6
400~500만 원		112	10.7	24.1	13.4	18.8	7.1	5.4	9.8	
500~600만 원		108	12.0	15.7	24.1	15.7	6.5	2.8	10.2	
혼인 상태	600만 원 이상	275	7.6	16.4	19.6	19.3	8.4	5.1	13.1	
	미혼	339	10.9	19.2	13.0	16.8	7.4	2.7	11.8	
	기혼	367	9.8	18.8	22.3	16.6	10.4	4.6	10.9	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	32	6.3	31.3	12.5	25.0	9.4	6.3	6.3	
	1인가구	179	9.5	21.2	12.8	17.9	7.3	3.9	12.8	
	부부거주	133	12.8	15.0	18.8	21.1	11.3	3.0	11.3	
	부모(또는 편부모)+자녀	396	9.6	20.2	18.9	15.2	8.8	4.3	10.1	
	그 외 동거 형태	30	10.0	20.0	23.3	20.0	10.0	-	13.3	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		1,005	12.5	19.1	16.3	15.0	8.4	3.6	9.3
자녀연령 대	미취학아동	26	15.4	26.9	15.4	11.5	3.8	3.8	15.4
	초등학생	97	7.2	25.8	17.5	18.6	10.3	6.2	8.2
	중학생	36	5.6	25.0	16.7	8.3	19.4	8.3	16.7
	고등학생 이상	169	9.5	16.0	27.8	16.0	10.1	4.7	10.1
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	74	12.2	14.9	20.3	14.9	2.7	4.1	16.2
	5-10만원 미만	67	13.4	25.4	22.4	14.9	9.0	1.5	3.0
	10-20만원 미만	208	12.0	23.6	21.2	15.9	8.2	1.9	4.8
	20-30만원 미만	136	9.6	19.1	17.6	25.0	12.5	2.9	7.4
	30-50만원 미만	134	9.0	20.9	14.2	12.7	10.4	6.0	14.2
	50만원 이상	119	5.9	10.9	10.9	17.6	8.4	6.7	24.4
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	292	9.2	20.9	19.5	19.5	10.6	4.1	7.5
	1-5회 미만	351	11.1	18.5	17.4	15.7	7.4	3.7	12.8
	5회 이상	95	9.5	18.9	12.6	14.7	9.5	3.2	15.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	396	10.6	17.7	15.9	14.1	9.1	4.3	16.2
	마니아가 아니라고 인식	342	9.6	21.6	19.6	20.5	8.8	3.2	5.3

[부록표 44] 최근 1년간 입장권 구매 비용:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~ 20만원	20~ 30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		347	1.7	10.4	20.2	27.7	21.3	7.2	11.5
마니아 관객	비 마니아	93	3.2	16.1	25.8	30.1	17.2	3.2	4.3
	마니아	254	1.2	8.3	18.1	26.8	22.8	8.7	14.2
성별	남성	52	1.9	11.5	17.3	23.1	25.0	5.8	15.4
	여성	202	1.0	7.4	18.3	27.7	22.3	9.4	13.9
연령	10대	7	-	-	42.9	28.6	14.3	-	14.3
	20대	32	3.1	15.6	15.6	28.1	12.5	6.3	18.8
	30대	79	1.3	5.1	16.5	20.3	31.6	6.3	19.0
	40대	85	-	5.9	17.6	31.8	17.6	14.1	12.9
	50대	39	2.6	12.8	20.5	25.6	23.1	7.7	7.7
	60세 이상	12	-	16.7	16.7	33.3	33.3	-	-
유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	142	1.4	8.5	20.4	25.4	23.9	4.9	15.5
	뮤지컬	168	1.2	7.7	17.3	28.0	22.6	6.0	17.3
	음악	168	1.8	7.7	15.5	25.6	25.6	7.1	16.7
	무용	254	1.2	8.3	18.1	26.8	22.8	8.7	14.2
	국악	62	-	6.5	22.6	24.2	25.8	3.2	17.7
전공 여부	관련 종사자	42	-	9.5	19.0	19.0	21.4	14.3	16.7
	전공자	29	-	3.4	20.7	34.5	10.3	17.2	13.8
	관련 없음	190	1.6	8.4	17.9	27.4	24.7	6.3	13.7
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
	100~200만 원	9	11.1	22.2	11.1	22.2	-	-	33.3
	200~300만 원	38	5.3	5.3	26.3	34.2	18.4	5.3	5.3
	300~400만 원	38	-	7.9	18.4	13.2	28.9	7.9	23.7
	400~500만 원	44	-	11.4	18.2	31.8	20.5	9.1	9.1
	500~600만 원	28	-	10.7	21.4	21.4	17.9	10.7	17.9
600만 원 이상	97	-	6.2	14.4	28.9	26.8	10.3	13.4	
	미혼	117	1.7	8.5	19.7	25.6	17.9	6.8	19.7
	기혼	125	0.8	6.4	16.8	28.0	27.2	11.2	9.6
혼인 상태	기타(이혼, 사별 등)	12	-	25.0	16.7	25.0	25.0	-	8.3
	1인가구	72	2.8	9.7	19.4	25.0	16.7	6.9	19.4
	부부거주	37	2.7	5.4	24.3	27.0	18.9	10.8	10.8
가구 구성 원	부모(또는 편부모)+자녀	133	-	9.0	15.8	27.1	26.3	9.0	12.8
	그 외 동거 형태	12	-	-	16.7	33.3	33.3	8.3	8.3

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		347	1.7	10.4	20.2	27.7	21.3	7.2	11.5
자녀연령 대	미취학아동	8	-	12.5	12.5	12.5	62.5	-	-
	초등학생	37	-	5.4	16.2	27.0	24.3	18.9	8.1
	중학생	12	-	-	25.0	-	41.7	16.7	16.7
	고등학생 이상	54	-	9.3	16.7	35.2	24.1	5.6	9.3
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	3.8	15.4	15.4	26.9	19.2	7.7	11.5
	5-10만원 미만	15	6.7	-	46.7	26.7	13.3	6.7	-
	10-20만원 미만	69	1.4	7.2	24.6	34.8	18.8	7.2	5.8
	20-30만원 미만	44	-	15.9	9.1	25.0	29.5	6.8	13.6
	30-50만원 미만	53	-	3.8	15.1	26.4	32.1	17.0	5.7
	50만원 이상	47	-	6.4	12.8	17.0	17.0	4.3	42.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	88	1.1	4.5	18.2	30.7	25.0	11.4	9.1
	1-5회 미만	128	1.6	7.8	18.0	28.1	23.4	8.6	12.5
	5회 이상	38	-	18.4	18.4	13.2	15.8	2.6	31.6
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	1.4	9.1	20.3	22.4	18.9	9.1	18.9
	마니아가 아니라고 인식	111	0.9	7.2	15.3	32.4	27.9	8.1	8.1

[부록표 45] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		347	19.3	17.3	10.1	13.8	5.8	2.6	6.6	
마니아 관객	비 마니아	93	6.3	4.0	1.2	2.0	1.7	0.6	0.6	
	마니아	254	13.0	13.3	8.9	11.8	4.0	2.0	6.1	
마니아 관객	성별	남성	52	10.5	14.5	10.5	10.5	2.6	2.6	6.6
		여성	202	13.7	12.9	8.5	12.2	4.4	1.8	5.9
	연령	10대	7	50.0	-	12.5	-	-	-	12.5
		20대	32	13.6	13.6	4.5	9.1	-	-	6.8
		30대	79	9.5	11.4	12.4	15.2	4.8	1.9	8.6
		40대	85	9.8	13.4	8.9	10.7	5.4	3.6	6.3
		50대	39	20.4	14.8	7.4	14.8	5.6	-	1.9
		60세 이상	12	12.5	20.8	4.2	4.2	-	4.2	-
	유료 관람	연극	142	14.1	9.7	9.7	10.8	2.7	1.6	8.1
		뮤지컬	168	14.6	10.2	8.0	9.7	3.1	1.8	8.0
	장르 (복수 응답)	음악	168	14.3	12.6	8.0	10.9	3.4	1.7	6.7
		무용	254	13.0	13.3	8.9	11.8	4.0	2.0	6.1
		국악	62	15.6	8.9	13.3	4.4	4.4	1.1	5.6
	전공 여부	관련 종사자	42	5.8	15.4	13.5	13.5	3.8	3.8	9.6
		전공자	29	8.3	8.3	16.7	13.9	8.3	2.8	8.3
		관련 없음	190	14.6	13.5	7.9	10.9	3.4	1.5	5.2
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
		100~200만 원	9	11.8	17.6	-	-	-	-	17.6
		200~300만 원	38	13.0	5.6	7.4	13.0	5.6	1.9	3.7
		300~400만 원	38	9.8	19.6	11.8	7.8	2.0	-	7.8
400~500만 원		44	14.5	14.5	5.5	16.4	5.5	7.3	1.8	
500~600만 원		28	16.7	11.1	16.7	13.9	-	-	8.3	
600만 원 이상	97	12.8	13.5	9.0	12.0	5.3	1.5	6.0		
	혼인 상태	미혼	117	12.7	10.8	8.9	11.4	0.6	1.9	8.9
		기혼	125	13.5	14.6	8.8	11.7	7.6	2.3	3.5
기타(이혼, 사별 등)		12	11.1	22.2	11.1	16.7	-	-	5.6	
가구 구성 원	1인가구	72	13.3	12.2	8.2	15.3	1.0	2.0	10.2	
	부부거주	37	17.5	17.5	8.8	7.0	-	1.8	1.8	
	부모(또는 편부모)+자녀	133	12.7	13.3	9.2	11.0	6.4	2.3	5.2	
	그 외 동거 형태	12	-	5.3	10.5	15.8	10.5	-	5.3	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		347	19.3	17.3	10.1	13.8	5.8	2.6	6.6
자녀연령 대	미취학아동	8	7.7	23.1	7.7	-	7.7	-	-
	초등학생	37	13.0	10.9	13.0	19.6	10.9	6.5	2.2
	중학생	12	-	6.3	6.3	25.0	18.8	-	12.5
	고등학생 이상	54	12.7	17.7	7.6	10.1	5.1	1.3	3.8
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	9.8	17.1	2.4	4.9	2.4	-	4.9
	5-10만원 미만	15	5.1	15.4	7.7	7.7	2.6	-	-
	10-20만원 미만	69	16.7	21.1	6.7	13.3	-	-	4.4
	20-30만원 미만	44	15.3	5.1	15.3	13.6	6.8	-	1.7
	30-50만원 미만	53	12.9	11.3	11.3	17.7	6.5	8.1	6.5
50만원 이상	47	12.5	7.1	8.9	8.9	7.1	3.6	17.9	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	88	12.0	13.5	10.5	12.0	6.0	2.3	3.8
	1-5회 미만	128	12.0	13.8	7.2	13.2	3.6	2.4	6.0
	5회 이상	38	19.1	10.6	10.6	6.4	-	-	12.8
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	16.4	13.3	12.1	9.7	3.6	1.8	10.3
	마니아가 아니라고 인식	111	9.9	13.2	6.0	13.7	4.4	2.2	2.2

[부록표 46] 최근 1년간 입장권 구매 비용:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라 면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		226	2.2	14.6	31.9	26.1	11.5	2.7	11.1	
마니아 관객	비 마니아	59	1.7	15.3	44.1	27.1	5.1	-	6.8	
	마니아	167	2.4	14.4	27.5	25.7	13.8	3.6	12.6	
마니아 관객	성별	남성	38	-	23.7	26.3	31.6	7.9	2.6	7.9
		여성	129	3.1	11.6	27.9	24.0	15.5	3.9	14.0
	연령	10대	3	-	33.3	-	66.7	-	-	-
		20대	18	5.6	22.2	38.9	5.6	11.1	5.6	11.1
		30대	40	2.5	15.0	17.5	30.0	15.0	2.5	17.5
		40대	65	1.5	9.2	27.7	26.2	15.4	6.2	13.8
		50대	30	3.3	23.3	33.3	23.3	6.7	-	10.0
		60세 이상	11	-	-	36.4	36.4	27.3	-	-
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	107	3.7	13.1	29.0	24.3	13.1	0.9	15.9
		뮤지컬	115	3.5	15.7	28.7	21.7	13.0	0.9	16.5
		음악	93	2.2	15.1	25.8	25.8	15.1	1.1	15.1
		무용	62	1.6	19.4	25.8	19.4	16.1	3.2	14.5
	전공 여부	국악	167	2.4	14.4	27.5	25.7	13.8	3.6	12.6
		관련 종사자	23	-	21.7	43.5	17.4	13.0	-	4.3
		전공자	26	11.5	11.5	30.8	15.4	11.5	3.8	15.4
	월 평균 가구 소득	관련 없음	123	0.8	13.8	23.6	30.1	13.8	4.1	13.8
		100만 원 미만	1	-	-	-	100.0	-	-	-
		100~200만 원	10	-	40.0	10.0	-	-	-	50.0
		200~300만 원	25	-	12.0	32.0	32.0	12.0	4.0	8.0
		300~400만 원	28	-	14.3	25.0	32.1	10.7	7.1	10.7
400~500만 원		26	3.8	11.5	30.8	15.4	26.9	3.8	7.7	
500~600만 원		20	5.0	20.0	15.0	35.0	10.0	5.0	10.0	
혼인 상태	600만 원 이상	57	3.5	10.5	33.3	24.6	14.0	1.8	12.3	
	미혼	76	1.3	14.5	26.3	23.7	9.2	5.3	19.7	
	기혼	85	3.5	15.3	28.2	25.9	18.8	2.4	5.9	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	6	-	-	33.3	50.0	-	-	16.7	
	1인가구	46	-	10.9	28.3	26.1	6.5	6.5	21.7	
	부부거주	28	3.6	21.4	25.0	25.0	17.9	3.6	3.6	
	부모(또는 편부모)+자녀	91	3.3	14.3	27.5	25.3	16.5	2.2	11.0	
	그 외 동거 형태	2	-	-	50.0	50.0	-	-	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		226	2.2	14.6	31.9	26.1	11.5	2.7	11.1
자녀연령 대	미취학아동	5	-	40.0	20.0	40.0	-	-	-
	초등학생	17	5.9	11.8	29.4	11.8	29.4	-	11.8
	중학생	10	-	10.0	10.0	30.0	40.0	10.0	-
	고등학생 이상	43	2.3	9.3	37.2	30.2	14.0	-	7.0
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	-	26.1	34.8	17.4	13.0	-	8.7
	5-10만원 미만	9	-	11.1	33.3	11.1	22.2	22.2	-
	10-20만원 미만	40	7.5	22.5	30.0	25.0	10.0	2.5	2.5
	20-30만원 미만	26	-	7.7	19.2	30.8	30.8	-	11.5
	30-50만원 미만	29	3.4	6.9	27.6	34.5	13.8	3.4	10.3
50만원 이상	40	-	10.0	25.0	25.0	5.0	5.0	30.0	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	1.9	13.2	20.8	30.2	22.6	3.8	7.5
	1-5회 미만	77	3.9	15.6	32.5	26.0	10.4	2.6	9.1
	5회 이상	37	-	13.5	27.0	18.9	8.1	5.4	27.0
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	107	0.9	14.0	27.1	25.2	12.1	4.7	15.9
	마니아가 아니라고 인식	60	5.0	15.0	28.3	26.7	16.7	1.7	6.7

[부록표 47] 최근 1년간 부가상품 구매 비용:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이려면 비용 상관없이 구매함	
■ 전체		226	24.8	17.7	12.4	7.5	5.8	1.8	5.3	
마니아 관객	비 마니아	59	20.3	18.6	13.6	3.4	6.8	1.7	1.7	
	마니아	167	26.3	17.4	12.0	9.0	5.4	1.8	6.6	
마니아 관객	성별	남성	38	18.4	18.4	15.8	10.5	7.9	2.6	10.5
		여성	129	28.7	17.1	10.9	8.5	4.7	1.6	5.4
	연령	10대	3	66.7	-	-	-	-	-	-
		20대	18	33.3	5.6	-	-	-	-	11.1
		30대	40	12.5	27.5	15.0	7.5	7.5	-	10.0
		40대	65	18.5	18.5	15.4	15.4	6.2	4.6	7.7
		50대	30	43.3	13.3	10.0	-	3.3	-	-
		60세 이상	11	54.5	9.1	9.1	18.2	9.1	-	-
	유료 관람	연극	107	26.2	17.8	7.5	6.5	3.7	1.9	7.5
		뮤지컬	115	27.0	17.4	11.3	4.3	4.3	1.7	7.0
	장르 (복수 응답)	음악	93	30.1	17.2	14.0	5.4	6.5	2.2	5.4
		무용	62	29.0	16.1	11.3	6.5	6.5	3.2	4.8
		국악	167	26.3	17.4	12.0	9.0	5.4	1.8	6.6
		전공 여부	관련 종사자	23	30.4	17.4	8.7	8.7	8.7	-
		전공자	26	15.4	7.7	19.2	7.7	7.7	-	11.5
		관련 없음	123	27.6	18.7	11.4	9.8	4.1	2.4	6.5
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	1	100.0	-	-	-	-	-	-
		100~200만 원	10	10.0	10.0	10.0	-	-	10.0	20.0
		200~300만 원	25	16.0	16.0	8.0	12.0	8.0	-	4.0
		300~400만 원	28	28.6	25.0	14.3	10.7	3.6	-	7.1
400~500만 원		26	23.1	26.9	3.8	3.8	15.4	7.7	-	
500~600만 원		20	25.0	20.0	25.0	10.0	-	-	10.0	
	600만 원 이상	57	33.3	10.5	12.3	10.5	3.5	-	7.0	
혼인 상태	미혼	76	22.4	22.4	7.9	6.6	2.6	1.3	11.8	
	기혼	85	29.4	12.9	16.5	10.6	8.2	1.2	2.4	
	기타(이혼, 사별 등)	6	33.3	16.7	-	16.7	-	16.7	-	
가구 구성 원	1인가구	46	15.2	26.1	6.5	4.3	4.3	2.2	15.2	
	부부거주	28	35.7	14.3	17.9	10.7	10.7	-	-	
	부모(또는 편부모)+자녀	91	27.5	14.3	13.2	11.0	4.4	2.2	4.4	
	그 외 동거 형태	2	100.0	-	-	-	-	-	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	1만원 이하	1~3만원 이하	3~5만원	5~10만원	10~20만원	20~30만원	원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함
■ 전체		226	24.8	17.7	12.4	7.5	5.8	1.8	5.3
자녀연령 대	미취학아동	5	40.0	40.0	-	-	-	-	-
	초등학생	17	23.5	5.9	29.4	-	11.8	5.9	11.8
	중학생	10	20.0	-	20.0	30.0	20.0	-	-
	고등학생 이상	43	32.6	16.3	11.6	11.6	4.7	2.3	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	30.4	17.4	13.0	-	-	-	4.3
	5-10만원 미만	9	44.4	11.1	11.1	11.1	-	-	11.1
	10-20만원 미만	40	37.5	20.0	12.5	5.0	7.5	-	2.5
	20-30만원 미만	26	26.9	15.4	15.4	11.5	7.7	-	3.8
	30-50만원 미만	29	20.7	17.2	6.9	13.8	13.8	6.9	-
50만원 이상	40	12.5	17.5	12.5	12.5	-	2.5	17.5	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	26.4	13.2	15.1	13.2	11.3	1.9	7.5
	1-5회 미만	77	29.9	22.1	10.4	7.8	1.3	1.3	2.6
	5회 이상	37	18.9	13.5	10.8	5.4	5.4	2.7	13.5
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	107	25.2	15.9	13.1	8.4	4.7	1.9	7.5
	마니아가 아니라고 인식	60	28.3	20.0	10.0	10.0	6.7	1.7	5.0

[부록표 48] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		1,155	7.4	92.6	0.6	7.3	48.7	41.6	1.8
마니아 관객	비 마니아	238	8.0	92.0	-	5.5	37.8	53.8	2.9
	마니아	917	7.3	92.7	0.8	7.7	51.6	38.4	1.5
성별	남성	199	10.1	89.9	0.5	9.0	43.7	43.2	3.5
	여성	718	6.5	93.5	0.8	7.4	53.8	37.0	1.0
연령	10대	15	6.7	93.3	-	6.7	53.3	40.0	-
	20대	206	4.9	95.1	1.5	6.3	52.4	38.3	1.5
	30대	352	7.7	92.3	0.6	10.2	50.6	37.5	1.1
	40대	239	7.5	92.5	0.4	5.4	57.3	35.6	1.3
	50대	80	8.8	91.3	1.3	8.8	40.0	45.0	5.0
	60세 이상	25	16.0	84.0	-	4.0	40.0	56.0	-
유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	917	7.3	92.7	0.8	7.7	51.6	38.4	1.5
	뮤지컬	797	6.5	93.5	0.6	7.0	52.1	38.6	1.6
	음악	348	7.8	92.2	1.1	10.9	49.4	35.9	2.6
	무용	142	8.5	91.5	1.4	14.1	51.4	30.3	2.8
	국악	107	7.5	92.5	0.9	9.3	51.4	36.4	1.9
전공 여부	관련 종사자	83	4.8	95.2	-	8.4	39.8	51.8	-
	전공자	75	16.0	84.0	-	13.3	57.3	28.0	1.3
	관련 없음	769	6.9	93.1	0.9	7.0	52.4	38.0	1.7
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	13	-	100.0	-	15.4	38.5	46.2	-
	100-200만 원	46	-	100.0	-	13.0	39.1	47.8	-
	200-300만 원	171	8.8	91.2	0.6	8.2	50.9	39.2	1.2
	300-400만 원	169	7.7	92.3	1.8	4.7	52.7	40.2	0.6
	400-500만 원	139	8.6	91.4	0.7	5.8	53.2	36.7	3.6
	500-600만 원	116	12.1	87.9	-	9.5	55.2	31.9	3.4
혼인 상태	600만 원 이상	263	4.9	95.1	0.8	8.4	51.7	38.4	0.8
	미혼	571	6.3	93.7	0.7	6.8	53.4	37.7	1.4
	기혼	319	9.1	90.9	0.9	9.1	48.3	40.4	1.3
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	27	7.4	92.6	-	11.1	51.9	29.6	7.4
	1인가구	288	8.0	92.0	0.7	5.6	50.0	42.0	1.7
	부부거주	114	14.0	86.0	0.9	6.1	49.1	42.1	1.8
	부모(또는 편부모)+자녀	484	5.2	94.8	0.6	9.9	53.7	34.7	1.0
	그 외 동거 형태	31	9.7	90.3	3.2	-	41.9	48.4	6.5

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		1,155	7.4	92.6	0.6	7.3	48.7	41.6	1.8
자녀연령 대	미취학아동	46	2.2	97.8	-	15.2	43.5	41.3	-
	초등학생	79	10.1	89.9	1.3	15.2	55.7	25.3	2.5
	중학생	29	17.2	82.8	3.4	6.9	44.8	44.8	-
	고등학생 이상	126	9.5	90.5	0.8	5.6	43.7	47.6	2.4
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	103	4.9	95.1	1.0	7.8	54.4	35.0	1.9
	5-10만원 미만	72	9.7	90.3	-	11.1	27.8	59.7	1.4
	10-20만원 미만	213	9.9	90.1	0.5	5.2	43.7	49.3	1.4
	20-30만원 미만	146	5.5	94.5	1.4	5.5	50.0	42.5	0.7
	30-50만원 미만	181	6.6	93.4	0.6	7.7	54.7	34.8	2.2
	50만원 이상	202	6.9	93.1	1.0	10.9	65.3	21.3	1.5
월 평균	1회 미만	317	6.6	93.4	-	6.9	47.0	44.8	1.3
유료공연 관람횟수	1-5회 미만	415	8.7	91.3	1.4	7.7	50.1	38.8	1.9
	5회 이상	185	5.4	94.6	0.5	9.2	62.7	26.5	1.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	541	7.8	92.2	0.7	9.1	55.8	32.9	1.5
	마니아가 아니라고 인식	376	6.6	93.4	0.8	5.9	45.5	46.3	1.6

[부록표 49] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기					
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일	
■ 전체		1,680	3.9	96.1	1.0	13.3	61.5	23.9	0.3	
마니아 관객	비 마니아	343	3.2	96.8	0.9	9.0	57.1	32.7	0.3	
	마니아	1,337	4.0	96.0	1.0	14.4	62.7	21.7	0.3	
마니아 관객	성별	남성	250	7.6	92.4	1.6	10.8	50.0	36.8	0.8
		여성	1,087	3.2	96.8	0.8	15.2	65.6	18.2	0.2
	연령	10대	28	3.6	96.4	-	7.1	64.3	28.6	-
		20대	282	3.2	96.8	0.7	12.8	69.1	17.0	0.4
		30대	504	4.0	96.0	0.8	15.5	61.5	22.0	0.2
		40대	388	4.4	95.6	1.0	15.5	62.9	20.4	0.3
		50대	98	3.1	96.9	3.1	12.2	59.2	24.5	1.0
		60세 이상	37	10.8	89.2	-	10.8	35.1	54.1	-
	유료 관람	연극	797	3.8	96.2	0.4	11.9	64.4	23.0	0.4
		뮤지컬	1,337	4.0	96.0	1.0	14.4	62.7	21.7	0.3
	장르 (복수 응답)	음악	490	4.5	95.5	1.6	16.9	58.0	22.7	0.8
		무용	168	4.2	95.8	2.4	17.9	53.6	25.0	1.2
		국악	115	4.3	95.7	0.9	15.7	60.9	22.6	-
		관련 종사자	92	4.3	95.7	2.2	7.6	55.4	34.8	-
	전공 여부	전공자	101	8.9	91.1	2.0	17.8	54.5	23.8	2.0
		관련 없음	1,156	3.7	96.3	0.8	14.5	63.6	20.9	0.2
		월 평균 가구 소득								
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	17	5.9	94.1	-	5.9	76.5	11.8	5.9
		100-200만 원	66	-	100.0	-	15.2	54.5	30.3	-
		200-300만 원	244	5.3	94.7	0.8	15.6	62.7	20.9	-
300-400만 원		252	4.4	95.6	2.0	11.9	62.7	23.4	-	
400-500만 원		187	4.3	95.7	-	11.8	63.6	24.1	0.5	
500-600만 원		164	6.1	93.9	1.2	16.5	64.0	17.7	0.6	
혼인 상태	600만 원 이상	407	2.7	97.3	1.0	15.7	62.4	20.6	0.2	
	미혼	790	3.7	96.3	0.6	13.3	64.3	21.5	0.3	
	기혼	515	4.5	95.5	1.2	16.3	60.4	21.7	0.4	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	32	6.3	93.8	6.3	9.4	59.4	25.0	-	
	1인가구	386	4.7	95.3	0.8	13.7	59.6	25.9	-	
	부부거주	170	8.8	91.2	1.8	14.7	60.6	21.8	1.2	
	부모(또는 편부모)+자녀	728	2.5	97.5	0.8	14.8	65.4	18.8	0.1	
	그 외 동거 형태	53	5.7	94.3	1.9	11.3	54.7	30.2	1.9	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		1,680	3.9	96.1	1.0	13.3	61.5	23.9	0.3
자녀연령 대	미취학아동	74	1.4	98.6	-	25.7	54.1	20.3	-
	초등학생	151	2.6	97.4	1.3	17.9	63.6	17.2	-
	중학생	46	6.5	93.5	2.2	19.6	60.9	17.4	-
	고등학생 이상	177	7.3	92.7	1.7	10.2	57.1	29.9	1.1
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	157	5.7	94.3	1.3	19.1	59.2	19.7	0.6
	5-10만원 미만	89	1.1	98.9	-	11.2	55.1	33.7	-
	10-20만원 미만	307	6.8	93.2	1.0	12.7	59.6	26.4	0.3
	20-30만원 미만	266	1.9	98.1	1.1	15.8	62.4	20.3	0.4
	30-50만원 미만	263	3.4	96.6	0.8	12.9	66.2	19.8	0.4
50만원 이상	255	3.5	96.5	1.2	14.5	67.8	16.5	-	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	537	3.0	97.0	0.4	16.2	60.9	22.3	0.2
	1-5회 미만	593	4.7	95.3	1.5	13.7	62.4	22.1	0.3
	5회 이상	207	4.8	95.2	1.0	11.6	68.1	18.8	0.5
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	751	4.7	95.3	0.8	14.6	64.2	19.8	0.5
	마니아가 아니라고 인식	586	3.2	96.8	1.2	14.0	60.8	24.1	-

[부록표 50] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		1,005	5.6	94.4	3.1	15.1	52.0	28.7	1.1
마니아 관객	비 마니아	267	3.4	96.6	2.2	12.4	50.9	33.0	1.5
	마니아	738	6.4	93.6	3.4	16.1	52.4	27.1	0.9
성별	남성	178	11.2	88.8	3.9	12.9	50.6	29.8	2.8
	여성	560	4.8	95.2	3.2	17.1	53.0	26.3	0.4
연령	10대	11	9.1	90.9	-	-	63.6	36.4	-
	20대	99	5.1	94.9	2.0	10.1	57.6	30.3	-
	30대	218	9.2	90.8	2.3	17.4	50.9	28.0	1.4
	40대	261	4.6	95.4	2.7	19.2	53.6	24.5	-
	50대	112	4.5	95.5	7.1	16.1	48.2	26.8	1.8
	60세 이상	37	10.8	89.2	8.1	8.1	48.6	29.7	5.4
유료 관람	연극	348	4.3	95.7	2.0	13.5	52.0	31.3	1.1
	뮤지컬	490	5.1	94.9	2.4	14.9	52.0	30.0	0.6
장르 (복수 응답)	음악	738	6.4	93.6	3.4	16.1	52.4	27.1	0.9
	무용	168	3.6	96.4	5.4	20.8	47.0	26.2	0.6
	국악	93	4.3	95.7	4.3	14.0	57.0	24.7	-
	관련 종사자	81	2.5	97.5	6.2	11.1	46.9	35.8	-
전공 여부	전공자	71	16.9	83.1	5.6	9.9	59.2	23.9	1.4
	관련 없음	595	5.7	94.3	2.7	17.6	52.4	26.2	1.0
	100만 원 미만	9	22.2	77.8	11.1	-	55.6	33.3	-
월 평균 가구 소득	100-200만 원	22	-	100.0	-	18.2	40.9	40.9	-
	200-300만 원	101	7.9	92.1	4.0	14.9	52.5	27.7	1.0
	300-400만 원	111	10.8	89.2	1.8	16.2	52.3	28.8	0.9
	400-500만 원	112	9.8	90.2	1.8	10.7	57.1	28.6	1.8
	500-600만 원	108	6.5	93.5	1.9	19.4	46.3	30.6	1.9
	600만 원 이상	275	2.5	97.5	5.1	17.8	53.8	22.9	0.4
	혼인 상태	미혼	339	6.8	93.2	2.9	14.7	52.5	28.9
기혼		367	5.4	94.6	3.5	18.0	52.3	25.3	0.8
기타(이혼, 사별 등)		32	12.5	87.5	6.3	9.4	53.1	28.1	3.1
가구 구성 원	1인가구	179	8.9	91.1	3.4	16.8	48.0	30.2	1.7
	부부거주	133	6.0	94.0	4.5	16.5	51.1	26.3	1.5
	부모(또는 편부모)+자녀	396	4.8	95.2	3.0	15.7	55.8	25.5	-
	그 외 동거 형태	30	13.3	86.7	3.3	16.7	40.0	33.3	6.7

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		1,005	5.6	94.4	3.1	15.1	52.0	28.7	1.1
자녀연령 대	미취학아동	26	-	100.0	-	15.4	50.0	34.6	-
	초등학생	97	3.1	96.9	1.0	20.6	59.8	18.6	-
	중학생	36	5.6	94.4	8.3	13.9	44.4	33.3	-
	고등학생 이상	169	8.9	91.1	5.3	16.0	49.7	26.6	2.4
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	74	6.8	93.2	4.1	12.2	51.4	32.4	-
	5-10만원 미만	67	7.5	92.5	-	19.4	49.3	31.3	-
	10-20만원 미만	208	9.1	90.9	3.4	13.9	54.3	26.0	2.4
	20-30만원 미만	136	5.1	94.9	2.9	16.2	52.9	27.2	0.7
	30-50만원 미만	134	3.0	97.0	5.2	18.7	47.0	28.4	0.7
	50만원 이상	119	5.9	94.1	3.4	17.6	57.1	21.8	-
월 평균	1회 미만	292	5.1	94.9	-	15.4	53.8	29.8	1.0
유료공연 관람횟수	1-5회 미만	351	6.6	93.4	5.1	16.8	52.4	25.1	0.6
	5회 이상	95	9.5	90.5	7.4	15.8	48.4	26.3	2.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	396	7.3	92.7	4.8	15.9	51.0	27.0	1.3
	마니아가 아니라고 인식	342	5.3	94.7	1.8	16.4	54.1	27.2	0.6

[부록표 51] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		347	5.8	94.2	1.2	13.0	53.9	30.8	1.2
마니아 관객	비 마니아	93	4.3	95.7	-	6.5	62.4	30.1	1.1
	마니아	254	6.3	93.7	1.6	15.4	50.8	31.1	1.2
성별	남성	52	5.8	94.2	1.9	19.2	53.8	23.1	1.9
	여성	202	6.4	93.6	1.5	14.4	50.0	33.2	1.0
연령	10대	7	-	100.0	-	-	71.4	28.6	-
	20대	32	6.3	93.8	-	3.1	50.0	46.9	-
	30대	79	7.6	92.4	-	10.1	50.6	36.7	2.5
	40대	85	4.7	95.3	3.5	27.1	49.4	18.8	1.2
	50대	39	5.1	94.9	2.6	15.4	48.7	33.3	-
	60세 이상	12	16.7	83.3	-	8.3	58.3	33.3	-
유료 관람	연극	142	4.9	95.1	1.4	13.4	47.2	36.6	1.4
	뮤지컬	168	4.8	95.2	1.8	13.1	48.2	35.7	1.2
장르 (복수 응답)	음악	168	5.4	94.6	2.4	20.2	47.6	28.6	1.2
	무용	254	6.3	93.7	1.6	15.4	50.8	31.1	1.2
	국악	62	6.5	93.5	1.6	11.3	50.0	37.1	-
전공 여부	관련 종사자	42	7.1	92.9	2.4	11.9	45.2	35.7	4.8
	전공자	29	13.8	86.2	-	6.9	51.7	41.4	-
	관련 없음	190	5.3	94.7	1.6	16.8	52.1	28.9	0.5
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
	100-200만 원	9	-	100.0	-	-	55.6	44.4	-
	200-300만 원	38	-	100.0	-	10.5	42.1	44.7	2.6
	300-400만 원	38	13.2	86.8	-	13.2	52.6	34.2	-
	400-500만 원	44	9.1	90.9	-	13.6	45.5	38.6	2.3
	500-600만 원	28	17.9	82.1	3.6	10.7	60.7	21.4	3.6
	600만 원 이상	97	2.1	97.9	3.1	21.6	52.6	22.7	-
혼인 상태	미혼	117	6.8	93.2	1.7	8.5	50.4	36.8	2.6
	기혼	125	5.6	94.4	1.6	21.6	51.2	25.6	-
	기타(이혼, 사별 등)	12	8.3	91.7	-	16.7	50.0	33.3	-
가구 구성 원	1인가구	72	9.7	90.3	1.4	12.5	45.8	37.5	2.8
	부부거주	37	8.1	91.9	2.7	16.2	48.6	32.4	-
	부모(또는 편부모)+자녀	133	3.8	96.2	1.5	18.0	54.1	26.3	-
	그 외 동거 형태	12	8.3	91.7	-	-	50.0	41.7	8.3

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		347	5.8	94.2	1.2	13.0	53.9	30.8	1.2
자녀연령 대	미취학아동	8	-	100.0	-	12.5	37.5	50.0	-
	초등학생	37	2.7	97.3	-	27.0	64.9	8.1	-
	중학생	12	8.3	91.7	8.3	16.7	58.3	16.7	-
	고등학생 이상	54	5.6	94.4	1.9	20.4	46.3	31.5	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	3.8	96.2	-	15.4	53.8	30.8	-
	5-10만원 미만	15	6.7	93.3	-	20.0	53.3	26.7	-
	10-20만원 미만	69	10.1	89.9	-	10.1	53.6	36.2	-
	20-30만원 미만	44	-	100.0	2.3	20.5	45.5	31.8	-
	30-50만원 미만	53	9.4	90.6	-	17.0	50.9	30.2	1.9
	50만원 이상	47	4.3	95.7	6.4	14.9	48.9	25.5	4.3
월 평균	1회 미만	88	8.0	92.0	-	14.8	53.4	30.7	1.1
유료공연 관람횟수	1-5회 미만	128	6.3	93.8	3.1	14.8	49.2	31.3	1.6
	5회 이상	38	2.6	97.4	-	18.4	50.0	31.6	-
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	7.7	92.3	2.1	14.7	50.3	32.2	0.7
	마니아가 아니라고 인식	111	4.5	95.5	0.9	16.2	51.4	29.7	1.8

[부록표 52] 공연 입장권 구매처 및 구매시기:국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		226	8.0	92.0	1.3	9.3	50.9	35.8	2.7
마니아 관객	비 마니아	59	5.1	94.9	1.7	5.1	57.6	32.2	3.4
	마니아	167	9.0	91.0	1.2	10.8	48.5	37.1	2.4
성별	남성	38	10.5	89.5	-	7.9	47.4	42.1	2.6
	여성	129	8.5	91.5	1.6	11.6	48.8	35.7	2.3
연령	10대	3	-	100.0	-	-	100.0	-	-
	20대	18	5.6	94.4	-	5.6	38.9	50.0	5.6
	30대	40	12.5	87.5	2.5	12.5	45.0	35.0	5.0
	40대	65	9.2	90.8	-	12.3	52.3	33.8	1.5
	50대	30	3.3	96.7	3.3	10.0	36.7	50.0	-
	60세 이상	11	18.2	81.8	-	9.1	72.7	18.2	-
유료 관람	연극	107	7.5	92.5	0.9	11.2	43.0	42.1	2.8
	뮤지컬	115	10.4	89.6	1.7	11.3	45.2	38.3	3.5
장르 (복수 응답)	음악	93	9.7	90.3	2.2	12.9	47.3	34.4	3.2
	무용	62	9.7	90.3	1.6	11.3	46.8	37.1	3.2
	국악	167	9.0	91.0	1.2	10.8	48.5	37.1	2.4
	국악	167	9.0	91.0	1.2	10.8	48.5	37.1	2.4
전공 여부	관련 종사자	23	8.7	91.3	-	8.7	34.8	52.2	4.3
	전공자	26	11.5	88.5	-	-	57.7	38.5	3.8
	관련 없음	123	8.9	91.1	1.6	13.0	49.6	33.3	2.4
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	1	-	100.0	-	-	-	100.0	-
	100-200만 원	10	-	100.0	-	20.0	40.0	40.0	-
	200-300만 원	25	16.0	84.0	-	12.0	44.0	40.0	4.0
	300-400만 원	28	17.9	82.1	3.6	7.1	60.7	25.0	3.6
	400-500만 원	26	11.5	88.5	-	15.4	34.6	42.3	7.7
	500-600만 원	20	5.0	95.0	-	5.0	60.0	35.0	-
	600만 원 이상	57	3.5	96.5	1.8	10.5	49.1	38.6	-
혼인 상태	미혼	76	9.2	90.8	1.3	11.8	44.7	39.5	2.6
	기혼	85	9.4	90.6	1.2	9.4	52.9	34.1	2.4
	기타(이혼, 사별 등)	6	-	100.0	-	16.7	33.3	50.0	-
가구 구성 원	1인가구	46	15.2	84.8	2.2	13.0	34.8	45.7	4.3
	부부거주	28	10.7	89.3	3.6	10.7	42.9	39.3	3.6
	부모(또는 편부모)+자녀	91	5.5	94.5	-	9.9	56.0	33.0	1.1
	그 외 동거 형태	2	-	100.0	-	-	100.0	-	-

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	구매처		구매 시기				
			현장 구매	온라인 구매	공연 전 1년 이내	공연 전 3-6개월 이내	공연 전 1-3개월 이내	공연 전 1주-1개월 이내	공연 당일
■ 전체		226	8.0	92.0	1.3	9.3	50.9	35.8	2.7
자녀연령 대	미취학아동	5	20.0	80.0	-	20.0	40.0	20.0	20.0
	초등학생	17	-	100.0	-	5.9	58.8	35.3	-
	중학생	10	10.0	90.0	-	-	80.0	20.0	-
	고등학생 이상	43	9.3	90.7	2.3	9.3	51.2	37.2	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	8.7	91.3	-	4.3	56.5	34.8	4.3
	5-10만원 미만	9	-	100.0	-	-	44.4	55.6	-
	10-20만원 미만	40	5.0	95.0	2.5	5.0	57.5	30.0	5.0
	20-30만원 미만	26	7.7	92.3	-	23.1	34.6	38.5	3.8
	30-50만원 미만	29	17.2	82.8	-	24.1	48.3	27.6	-
50만원 이상	40	10.0	90.0	2.5	5.0	45.0	47.5	-	
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	7.5	92.5	-	7.5	50.9	37.7	3.8
	1-5회 미만	77	9.1	90.9	2.6	10.4	48.1	36.4	2.6
마니아 인식여부	5회 이상	37	10.8	89.2	-	16.2	45.9	37.8	-
	마니아 관객으로 인식	107	11.2	88.8	0.9	11.2	48.6	37.4	1.9
	마니아가 아니라고 인식	60	5.0	95.0	1.7	10.0	48.3	36.7	3.3

[부록표 53] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):연극-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 연극 관람자

(단위:명,%)

		표본수	배우	연출가	스태프(무대/조명/음향 등)	창작자(작가 등)	작품	그냥 연극에 관한 관심으로	기타	
■ 전체		1,155	78.5	22.3	2.9	7.8	76.4	11.9	0.3	
마니아 관객	비 마니아	238	71.8	23.1	1.3	7.6	78.2	17.6	0.4	
	마니아	917	80.3	22.0	3.3	7.9	75.9	10.4	0.3	
마니아 관객	성별	남성	199	81.4	33.2	6.0	9.5	62.3	7.5	-
		여성	718	79.9	18.9	2.5	7.4	79.7	11.1	0.4
	연령	10대	15	80.0	20.0	13.3	20.0	66.7	-	-
		20대	206	73.8	14.6	4.4	8.7	83.5	15.0	-
		30대	352	80.4	25.0	4.0	7.4	72.2	10.2	0.9
		40대	239	82.0	21.3	2.1	8.4	76.2	10.0	-
		50대	80	91.3	28.8	-	2.5	75.0	2.5	-
		60세 이상	25	80.0	28.0	-	12.0	72.0	8.0	-
	유료 관람 장르(복수 응답)	연극	917	80.3	22.0	3.3	7.9	75.9	10.4	0.3
		뮤지컬	797	80.9	20.3	2.9	7.4	77.4	10.7	0.4
		음악	348	78.4	30.2	4.9	6.3	71.3	8.9	-
		무용	142	73.2	33.8	4.9	12.7	67.6	7.7	-
		국악	107	78.5	31.8	3.7	7.5	69.2	9.3	-
	전공 여부	관련 종사자	83	67.5	38.6	4.8	12.0	69.9	7.2	-
		전공자	75	65.3	30.7	13.3	9.3	69.3	12.0	-
		관련 없음	769	82.6	19.9	2.3	7.3	77.1	10.4	0.4
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	13	84.6	23.1	-	-	84.6	7.7	-
		100~200만 원	46	76.1	15.2	2.2	8.7	84.8	13.0	-
		200~300만 원	171	84.8	17.0	2.3	7.0	78.9	9.9	-
		300~400만 원	169	79.9	24.9	4.7	8.9	72.2	9.5	-
400~500만 원		139	77.7	34.5	5.0	9.4	64.7	7.9	0.7	
500~600만 원		116	80.2	16.4	2.6	5.2	81.0	14.7	-	
혼인 상태	600만 원 이상	263	79.5	20.5	2.7	8.4	77.9	10.3	0.8	
	미혼	571	80.2	21.4	3.2	7.0	77.8	10.0	0.5	
	기혼	319	80.9	23.5	3.8	8.8	72.7	10.3	-	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	27	74.1	18.5	-	14.8	74.1	18.5	-	
	1인가구	288	79.2	27.8	2.8	8.3	73.3	8.3	0.3	
	부부거주	114	79.8	24.6	3.5	7.0	73.7	11.4	-	
	부모(또는 편부모)+자녀	484	80.6	18.0	3.5	7.9	78.7	11.0	0.4	
	그 외 동거 형태	31	87.1	22.6	3.2	6.5	64.5	16.1	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	배우	연출가	스태프(무대/조명/음향 등)	창작자(작가 등)	작품	그냥연극에관한관심으로	기타
■ 전체		1,155	78.5	22.3	2.9	7.8	76.4	11.9	0.3
자녀연령대	미취학아동	46	71.7	21.7	8.7	8.7	67.4	21.7	-
	초등학생	79	75.9	25.3	3.8	19.0	63.3	12.7	-
	중학생	29	86.2	27.6	3.4	3.4	75.9	3.4	-
	고등학생 이상	126	88.9	23.0	0.8	3.2	79.4	4.8	-
월평균공연관람비용	5만원 미만	103	74.8	17.5	3.9	8.7	76.7	18.4	-
	5-10만원 미만	72	76.4	19.4	2.8	6.9	80.6	13.9	-
	10-20만원 미만	213	77.5	23.5	3.8	8.0	77.0	10.3	-
	20-30만원 미만	146	79.5	21.2	3.4	6.2	76.7	13.0	-
	30-50만원 미만	181	81.2	28.7	3.9	9.9	69.1	6.6	0.6
	50만원 이상	202	87.1	18.3	2.0	6.9	78.2	6.4	1.0
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	317	79.5	19.9	2.5	5.0	78.5	14.2	0.3
	1-5회 미만	415	78.1	26.3	4.6	9.4	71.8	9.9	-
	5회 이상	185	86.5	16.2	1.6	9.2	80.5	4.9	1.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	541	83.0	23.1	3.5	8.5	74.9	6.5	0.6
	마니아가 아니라고 인식	376	76.3	20.5	2.9	6.9	77.4	16.0	-

[부록표 54] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):뮤지컬-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 뮤지컬 관람자 (단위:명,%)

		표본수	배우	연출가 (음악감독)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	창작자 (작가/작 곡가 등)	작품	그냥 뮤지컬에 관한 관심으로	기타	
■ 전체		1,680	86.7	16.0	4.7	8.1	75.8	8.0	0.7	
마니아 관객	비 마니아	343	83.4	15.2	2.6	4.4	81.0	12.5	0.9	
	마니아	1,337	87.6	16.2	5.2	9.1	74.4	6.8	0.7	
마 니 아 관 객	성별	남성	250	83.2	29.6	8.0	9.6	61.6	7.6	0.4
		여성	1,087	88.6	13.2	4.6	8.9	77.4	6.6	0.7
	연령	10대	28	89.3	14.3	7.1	14.3	71.4	3.6	-
		20대	282	90.1	9.9	5.7	10.3	76.6	6.7	0.7
		30대	504	88.3	17.7	5.6	8.5	73.2	6.2	0.6
		40대	388	84.3	16.5	4.6	10.3	75.8	7.5	1.0
		50대	98	89.8	23.5	5.1	5.1	68.4	8.2	-
		60세 이상	37	86.5	24.3	2.7	-	78.4	8.1	-
	유료 관람	연극	797	89.7	17.4	4.0	8.5	75.2	4.6	0.4
		뮤지컬	1,337	87.6	16.2	5.2	9.1	74.4	6.8	0.7
	장르 (복수 응답)	음악	490	85.9	21.0	5.9	8.0	73.1	5.5	0.4
		무용	168	86.9	21.4	7.7	7.1	70.8	6.0	-
		국악	115	84.3	20.0	2.6	12.2	76.5	3.5	-
		관련 종사자	92	80.4	29.3	8.7	12.0	65.2	4.3	-
	전공 여부	전공자	101	69.3	18.8	8.9	23.8	69.3	8.9	1.0
		관련 없음	1,156	89.7	15.1	4.7	7.5	75.6	6.7	0.7
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	17	100.0	5.9	5.9	11.8	76.5	-	-
		100~200만 원	66	89.4	13.6	1.5	7.6	72.7	15.2	-
		200~300만 원	244	88.9	12.7	6.6	9.4	75.0	7.0	0.4
		300~400만 원	252	86.9	16.3	6.7	11.9	72.6	5.2	0.8
400~500만 원		187	85.6	23.5	6.4	8.0	68.4	7.0	1.1	
500~600만 원		164	89.0	17.7	4.9	7.3	71.3	8.5	1.2	
혼인 상태	600만 원 이상	407	86.7	15.2	3.7	8.4	79.4	5.9	0.5	
	미혼	790	89.7	14.2	5.4	9.9	74.9	5.1	0.8	
	기혼	515	84.5	19.2	5.0	7.8	73.4	9.5	0.6	
	기타(이혼, 사별 등)	32	84.4	18.8	3.1	9.4	78.1	6.3	-	
가구 구성 원	1인가구	386	87.0	17.9	8.5	11.4	70.5	4.7	0.3	
	부부거주	170	88.8	21.2	4.1	7.6	67.1	10.0	1.2	
	부모(또는 편부모)+자녀	728	87.0	14.0	3.6	8.5	78.7	7.3	0.8	
	그 외 동거 형태	53	96.2	18.9	7.5	3.8	67.9	5.7	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	배우	연출가 (음악감독)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	창작자 (작가/작 곡가 등)	작품	그냥 뮤지컬에 관한 관심으로	기타
■ 전체		1,680	86.7	16.0	4.7	8.1	75.8	8.0	0.7
자녀연령 대	미취학아동	74	77.0	16.2	6.8	9.5	77.0	13.5	-
	초등학생	151	75.5	20.5	6.6	9.3	76.2	9.9	2.0
	중학생	46	91.3	26.1	2.2	15.2	63.0	2.2	-
	고등학생 이상	177	90.4	18.1	4.5	4.0	74.6	8.5	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	157	86.0	15.9	7.0	11.5	71.3	7.6	0.6
	5-10만원 미만	89	84.3	16.9	2.2	4.5	78.7	11.2	2.2
	10-20만원 미만	307	83.7	16.9	5.5	10.7	76.9	6.2	-
	20-30만원 미만	266	89.5	14.3	5.3	6.4	76.7	7.9	-
	30-50만원 미만	263	90.1	17.1	5.7	9.5	71.1	5.7	0.8
	50만원 이상	255	89.8	16.5	4.3	9.4	72.9	5.5	1.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	537	88.6	16.0	4.7	6.3	76.5	6.9	1.1
	1-5회 미만	593	86.0	17.9	5.6	10.1	73.9	6.6	-
	5회 이상	207	89.4	12.1	5.8	13.0	70.5	7.2	1.4
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	751	88.7	16.6	5.3	10.7	72.3	5.6	0.8
	마니아가 아니라고 인식	586	86.2	15.7	5.1	7.0	77.1	8.4	0.5

[부록표 55] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):음악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 음악공연 관람자
(단위:명,%)

		표본수	연주자	성악가 (오페라 가수)	창작자 (작/편곡 자/작가 등)	연출가 (예술감독 /지휘자)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	작품 (레퍼토리)	그냥 음악(클래 식/오페라)에 관한 관심으로	
■ 전체		1,005	63.1	34.6	9.6	19.5	2.6	51.3	18.8	
마니아 관객	비 마니아	267	65.9	27.7	6.0	17.2	2.6	57.3	23.2	
	마니아	738	62.1	37.1	10.8	20.3	2.6	49.2	17.2	
마 니 아 관 객	성별	남성	178	61.2	44.9	13.5	18.0	3.4	43.8	13.5
		여성	560	62.3	34.6	10.0	21.1	2.3	50.9	18.4
	연령	10대	11	81.8	9.1	18.2	18.2	9.1	45.5	18.2
		20대	99	55.6	29.3	15.2	23.2	5.1	52.5	19.2
		30대	218	58.7	35.3	11.5	24.3	5.0	44.0	20.2
		40대	261	67.8	36.0	10.0	17.2	0.4	50.2	17.6
		50대	112	65.2	46.4	8.9	16.1	0.9	51.8	9.8
		60세 이상	37	43.2	56.8	5.4	24.3	-	56.8	13.5
	유료 관람	연극	348	63.5	36.5	12.1	18.1	2.3	49.1	17.2
		뮤지컬	490	61.8	37.6	10.2	18.6	2.0	49.8	19.2
	장르 (복수 응답)	음악	738	62.1	37.1	10.8	20.3	2.6	49.2	17.2
		무용	168	66.7	31.5	10.7	19.6	3.0	53.0	15.5
		국악	93	54.8	37.6	14.0	20.4	2.2	54.8	16.1
	전공 여부	관련 종사자	81	59.3	34.6	22.2	22.2	4.9	43.2	12.3
		전공자	71	54.9	32.4	19.7	26.8	9.9	45.1	11.3
		관련 없음	595	63.7	37.8	8.2	19.2	1.5	50.3	18.7
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	9	55.6	33.3	11.1	44.4	-	33.3	22.2
		100-200만 원	22	40.9	45.5	18.2	9.1	4.5	50.0	31.8
		200-300만 원	101	54.5	41.6	11.9	25.7	5.0	42.6	18.8
		300-400만 원	111	60.4	31.5	16.2	21.6	4.5	49.5	15.3
400-500만 원		112	56.3	39.3	12.5	20.5	4.5	47.3	18.8	
500-600만 원		108	61.1	40.7	5.6	17.6	0.9	51.9	22.2	
혼인 상태	600만 원 이상	275	70.2	34.9	9.1	18.9	0.7	51.6	13.5	
	미혼	339	61.1	35.4	13.6	23.6	4.1	45.4	16.2	
	기혼	367	63.8	38.7	7.6	16.9	0.8	52.9	18.5	
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	32	53.1	37.5	18.8	25.0	6.3	46.9	12.5	
	1인가구	179	59.8	34.6	15.6	24.0	5.0	45.3	15.1	
	부부거주	133	59.4	42.1	8.3	16.5	0.8	54.9	17.3	
	부모(또는 편부모)+자녀	396	63.4	36.1	9.6	19.4	2.0	50.3	18.4	
	그 외 동거 형태	30	70.0	43.3	10.0	26.7	3.3	33.3	13.3	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	연주자	성악가 (오페라 가수)	창작자 (작/편곡 자/작가 등)	연출가 (예술감독 /지휘자)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	작품 (레퍼토리)	그냥 음악(클래 식/오페라)에 관한 관심으로
■ 전체		1,005	63.1	34.6	9.6	19.5	2.6	51.3	18.8
자녀연령 대	미취학아동	26	57.7	34.6	7.7	11.5	3.8	57.7	26.9
	초등학생	97	70.1	35.1	8.2	15.5	1.0	51.5	18.6
	중학생	36	69.4	30.6	5.6	16.7	-	61.1	16.7
	고등학생 이상	169	57.4	45.0	8.3	19.5	1.2	52.1	14.8
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	74	62.2	35.1	9.5	24.3	2.7	43.2	23.0
	5-10만원 미만	67	68.7	32.8	13.4	22.4	3.0	44.8	10.4
	10-20만원 미만	208	62.5	35.6	8.2	17.8	2.9	55.8	16.8
	20-30만원 미만	136	56.6	36.0	10.3	25.0	1.5	51.5	19.1
	30-50만원 미만	134	66.4	40.3	9.7	16.4	1.5	48.5	16.4
	50만원 이상	119	58.8	41.2	16.8	20.2	4.2	42.0	16.8
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	292	63.4	36.3	9.9	19.2	2.4	49.3	18.5
	1-5회 미만	351	62.4	38.2	10.3	21.9	2.3	49.3	15.1
	5회 이상	95	56.8	35.8	15.8	17.9	4.2	48.4	21.1
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	396	61.9	38.4	11.4	20.7	2.0	48.7	16.7
	마니아가 아니라고 인식	342	62.3	35.7	10.2	19.9	3.2	49.7	17.8

[부록표 56] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):무용-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자 (단위:명,%)

		표본수	무용가 (배우)	연출가 (예술감독)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	창작자 (안무가 등)	작품	그냥 무용에 관한 관심으로	기타	
■ 전체		347	62.5	31.1	8.1	21.6	57.9	17.9	0.9	
마니아 관객	비 마니아	93	63.4	19.4	8.6	15.1	68.8	22.6	2.2	
	마니아	254	62.2	35.4	7.9	24.0	53.9	16.1	0.4	
마 니 아 관 객	성별	남성	52	67.3	42.3	7.7	34.6	40.4	7.7	-
		여성	202	60.9	33.7	7.9	21.3	57.4	18.3	0.5
	연령	10대	7	71.4	28.6	-	28.6	57.1	14.3	-
		20대	32	65.6	34.4	6.3	21.9	53.1	18.8	-
		30대	79	48.1	35.4	16.5	38.0	41.8	20.3	-
		40대	85	67.1	36.5	4.7	11.8	63.5	15.3	1.2
		50대	39	69.2	33.3	2.6	28.2	53.8	12.8	-
		60세 이상	12	83.3	41.7	-	8.3	66.7	-	-
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	142	59.9	40.8	4.2	23.2	53.5	17.6	0.7
		뮤지컬	168	58.9	35.7	4.8	23.2	59.5	17.3	0.6
		음악	168	63.1	39.3	7.1	20.8	54.8	14.9	-
		무용	254	62.2	35.4	7.9	24.0	53.9	16.1	0.4
	전공 여부	국악	62	62.9	48.4	8.1	24.2	46.8	9.7	-
		관련 종사자	42	57.1	54.8	11.9	33.3	40.5	2.4	-
		전공자	29	55.2	48.3	20.7	37.9	24.1	13.8	-
	월 평균 가구 소득	관련 없음	190	64.2	30.5	4.7	20.5	60.5	18.9	0.5
		100만 원 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
		100~200만 원	9	55.6	33.3	11.1	22.2	44.4	33.3	-
		200~300만 원	38	55.3	34.2	2.6	23.7	55.3	28.9	-
		300~400만 원	38	52.6	31.6	5.3	31.6	57.9	18.4	2.6
400~500만 원		44	65.9	50.0	11.4	25.0	36.4	11.4	-	
500~600만 원		28	78.6	35.7	3.6	7.1	64.3	10.7	-	
600만 원 이상	97	62.9	30.9	10.3	25.8	57.7	12.4	-		
혼인 상태	미혼	117	54.7	34.2	8.5	30.8	50.4	20.5	0.9	
	기혼	125	69.6	33.6	7.2	18.4	58.4	12.8	-	
	기타(이혼, 사별 등)	12	58.3	66.7	8.3	16.7	41.7	8.3	-	
가구 구성 원	1인가구	72	56.9	44.4	11.1	34.7	40.3	12.5	-	
	부부거주	37	73.0	35.1	5.4	21.6	54.1	10.8	-	
	부모(또는 편부모)+자녀	133	62.4	31.6	6.0	20.3	60.9	18.0	0.8	
	그 외 동거 형태	12	58.3	25.0	16.7	8.3	58.3	33.3	-	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	무용가 (배우)	연출가 (예술감독)	스태프 (무대/조 명/음향 등)	창작자 (안무가 등)	작품	그냥 무용에 관한 관심으로	기타
■ 전체		347	62.5	31.1	8.1	21.6	57.9	17.9	0.9
자녀연령 대	미취학아동	8	25.0	37.5	12.5	37.5	62.5	25.0	-
	초등학생	37	73.0	43.2	8.1	13.5	48.6	13.5	-
	중학생	12	83.3	16.7	16.7	25.0	50.0	8.3	-
	고등학생 이상	54	74.1	37.0	3.7	13.0	61.1	11.1	-
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	76.9	26.9	-	11.5	61.5	23.1	-
	5-10만원 미만	15	73.3	53.3	13.3	13.3	33.3	13.3	-
	10-20만원 미만	69	65.2	30.4	4.3	15.9	65.2	18.8	-
	20-30만원 미만	44	59.1	38.6	2.3	27.3	59.1	13.6	-
	30-50만원 미만	53	58.5	39.6	17.0	34.0	41.5	9.4	-
	50만원 이상	47	53.2	34.0	10.6	31.9	48.9	19.1	2.1
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	88	69.3	38.6	8.0	14.8	50.0	19.3	-
	1-5회 미만	128	59.4	34.4	7.8	27.3	57.0	14.1	-
	5회 이상	38	55.3	31.6	7.9	34.2	52.6	15.8	2.6
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	64.3	34.3	6.3	26.6	51.0	16.8	0.7
	마니아가 아니라고 인식	111	59.5	36.9	9.9	20.7	57.7	15.3	-

[부록표 57] 공연 관람시 주요 고려요인(복수응답):국악-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 국악공연 관람자 (단위:명,%)

		표본수	연주자	가창자	창작자 (작/편곡 자 등)	연출가	스태프 (무대/조 명/음향 등)	작품	그냥 국악에 관한 관심으로	
■ 전체		226	42.0	41.2	15.9	13.7	3.1	56.2	27.4	
마니아 관객	비 마니아	59	37.3	39.0	16.9	11.9	1.7	59.3	33.9	
	마니아	167	43.7	41.9	15.6	14.4	3.6	55.1	25.1	
마 니 아 관 객	성별	남성	38	47.4	55.3	18.4	13.2	7.9	39.5	18.4
		여성	129	42.6	38.0	14.7	14.7	2.3	59.7	27.1
	연령	10대	3	33.3	66.7	33.3	-	33.3	33.3	-
		20대	18	16.7	61.1	11.1	5.6	5.6	55.6	44.4
		30대	40	37.5	52.5	27.5	10.0	5.0	50.0	15.0
		40대	65	52.3	32.3	9.2	21.5	3.1	52.3	29.2
		50대	30	53.3	36.7	13.3	10.0	-	66.7	20.0
		60세 이상	11	36.4	36.4	18.2	18.2	-	63.6	27.3
	유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	107	39.3	49.5	15.0	9.3	1.9	57.0	28.0
		뮤지컬	115	39.1	46.1	12.2	13.0	2.6	59.1	27.0
		음악	93	47.3	41.9	11.8	12.9	5.4	55.9	23.7
		무용	62	45.2	45.2	21.0	17.7	4.8	48.4	17.7
	전공 여부	국악	167	43.7	41.9	15.6	14.4	3.6	55.1	25.1
		관련 종사자	23	65.2	34.8	30.4	8.7	4.3	30.4	26.1
		전공자	26	46.2	50.0	26.9	3.8	-	42.3	30.8
	월 평균 가구 소득	관련 없음	123	40.7	42.3	11.4	17.1	4.1	60.2	23.6
		100만 원 미만	1	100.0	-	-	-	-	100.0	-
		100~200만 원	10	20.0	60.0	10.0	20.0	-	40.0	50.0
		200~300만 원	25	28.0	36.0	20.0	16.0	12.0	56.0	32.0
		300~400만 원	28	50.0	42.9	14.3	17.9	7.1	53.6	10.7
400~500만 원		26	53.8	57.7	15.4	11.5	3.8	42.3	15.4	
500~600만 원		20	40.0	35.0	25.0	15.0	-	55.0	30.0	
600만 원 이상	57	47.4	36.8	12.3	12.3	-	63.2	28.1		
혼인 상태	미혼	76	31.6	51.3	15.8	14.5	6.6	52.6	26.3	
	기혼	85	54.1	32.9	16.5	14.1	1.2	57.6	23.5	
	기타(이혼, 사별 등)	6	50.0	50.0	-	16.7	-	50.0	33.3	
가구 구성 원	1인가구	46	28.3	45.7	15.2	21.7	6.5	50.0	30.4	
	부부거주	28	46.4	46.4	25.0	3.6	3.6	53.6	21.4	
	부모(또는 편부모)+자녀	91	50.5	38.5	13.2	14.3	2.2	58.2	23.1	
	그 외 동거 형태	2	50.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	연주자	가창자	창작자 (작/편곡 자 등)	연출가	스태프 (무대/조 명/음향 등)	작품	그냥 국악에 관한 관심으로
■ 전체		226	42.0	41.2	15.9	13.7	3.1	56.2	27.4
자녀연령 대	미취학아동	5	20.0	-	20.0	20.0	-	100.0	40.0
	초등학생	17	76.5	47.1	5.9	17.6	-	29.4	23.5
	중학생	10	70.0	10.0	20.0	20.0	-	70.0	10.0
	고등학생 이상	43	51.2	34.9	14.0	16.3	-	60.5	23.3
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	43.5	26.1	17.4	21.7	-	65.2	26.1
	5-10만원 미만	9	55.6	33.3	22.2	11.1	11.1	33.3	33.3
	10-20만원 미만	40	35.0	40.0	15.0	10.0	2.5	65.0	30.0
	20-30만원 미만	26	50.0	23.1	23.1	23.1	3.8	65.4	11.5
	30-50만원 미만	29	51.7	44.8	13.8	10.3	10.3	44.8	24.1
	50만원 이상	40	40.0	65.0	10.0	12.5	-	45.0	27.5
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	49.1	35.8	18.9	15.1	3.8	49.1	28.3
	1-5회 미만	77	48.1	36.4	13.0	10.4	3.9	62.3	24.7
	5회 이상	37	27.0	62.2	16.2	21.6	2.7	48.6	21.6
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	107	42.1	45.8	20.6	12.1	2.8	53.3	22.4
	마니아가 아니라고 인식	60	46.7	35.0	6.7	18.3	5.0	58.3	30.0

[부록표 58] 국악 장르 비중-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 마니아 항목 3개이상 해당 & 국악공연 관람자
(단위:명,%)

		표본수	전통적인 국악 공연 관람 비율	여러 장르가 혼합된 퓨전 공연 관람 비율	
■ 전체		226	41.3	58.7	
마니아 관객	비 마니아	59	43.2	56.8	
	마니아	167	40.6	59.4	
마니아 관객	성별	남성	38	43.7	56.3
		여성	129	39.7	60.3
	연령	10대	3	30.0	70.0
		20대	18	32.8	67.2
		30대	40	44.6	55.4
		40대	65	36.7	63.3
		50대	30	46.7	53.3
		60세 이상	11	48.6	51.4
	유료 관람	연극	107	39.9	60.1
		뮤지컬	115	37.7	62.3
	장르 (복수 응답)	음악	93	40.3	59.7
		무용	62	42.2	57.8
		국악	167	40.6	59.4
		전공 여부	관련 종사자	23	46.5
		전공자	26	42.7	57.3
		관련 없음	123	39.6	60.4
	월 평균 가구 소득	100만 원 미만	1	10.0	90.0
		100-200만 원	10	39.0	61.0
		200-300만 원	25	32.8	67.2
		300-400만 원	28	43.9	56.1
400-500만 원		26	48.8	51.2	
500-600만 원		20	34.3	65.8	
600만 원 이상		57	41.8	58.2	
혼인 상태	미혼	76	39.1	60.9	
	기혼	85	42.5	57.5	
	기타(이혼, 사별 등)	6	33.3	66.7	
가구 구성 원	1인가구	46	40.5	59.5	
	부부거주	28	44.1	55.9	
	부모(또는 편부모)+자녀	91	40.3	59.7	
	그 외 동거 형태	2	10.0	90.0	

(계속→)

(단위:명.%)

		표본수	전통적인 국악 공연 관람 비율	여러 장르가 혼합된 퓨전 공연 관람 비율
■ 전체		226	41.3	58.7
자녀연령 대	미취학아동	5	48.0	52.0
	초등학생	17	31.8	68.2
	중학생	10	49.0	51.0
	고등학생 이상	43	43.6	56.4
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	23	43.0	57.0
	5-10만원 미만	9	36.7	63.3
	10-20만원 미만	40	38.0	62.0
	20-30만원 미만	26	36.8	63.2
	30-50만원 미만	29	42.8	57.2
	50만원 이상	40	43.7	56.3
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	53	46.5	53.5
	1-5회 미만	77	40.0	60.0
	5회 이상	37	33.5	66.5
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	107	42.3	57.7
	마니아가 아니라고 인식	60	37.7	62.3

[부록표 59] 선호하는 무용가의 행사에 참여여부(복수응답)-분기별 1회 이상 유료공연 관람자 & 무용공연 관람자

(단위:명,%)

		표본수	강연이나 교육프로그램 에 참석한 적 없음	행사에 참석함	교육프로그램 에 참석함	강연에 참석함	무용가(안무가) 의 지역별 공연을 많이 관람
■ 전체		347	52.4	20.5	18.2	14.4	13.5
마니아 관객	비 마니아	93	65.6	14.0	11.8	6.5	10.8
	마니아	254	47.6	22.8	20.5	17.3	14.6
성별	남성	52	40.4	36.5	17.3	19.2	17.3
	여성	202	49.5	19.3	21.3	16.8	13.9
연령	10대	7	57.1	14.3	14.3	-	14.3
	20대	32	62.5	15.6	15.6	12.5	15.6
	30대	79	41.8	30.4	29.1	19.0	15.2
	40대	85	49.4	20.0	16.5	11.8	17.6
	50대	39	43.6	23.1	20.5	33.3	-
	60세 이상	12	41.7	16.7	8.3	16.7	33.3
유료 관람 장르 (복수 응답)	연극	142	48.6	23.9	19.7	20.4	12.0
	뮤지컬	168	51.2	21.4	19.6	20.2	12.5
	음악	168	46.4	23.2	20.2	20.2	13.1
	무용	254	47.6	22.8	20.5	17.3	14.6
	국악	62	37.1	22.6	27.4	27.4	14.5
전공 여부	관련 종사자	42	26.2	35.7	38.1	31.0	21.4
	전공자	29	24.1	34.5	31.0	13.8	31.0
	관련 없음	190	54.7	20.0	16.3	15.3	10.5
월 평균 가구 소득	100만 원 미만	-	-	-	-	-	-
	100~200만 원	9	44.4	11.1	44.4	11.1	11.1
	200~300만 원	38	44.7	21.1	18.4	26.3	13.2
	300~400만 원	38	50.0	21.1	21.1	15.8	21.1
	400~500만 원	44	43.2	25.0	29.5	15.9	15.9
	500~600만 원	28	46.4	25.0	17.9	14.3	17.9
혼인 상태	600만 원 이상	97	50.5	23.7	15.5	16.5	11.3
	미혼	117	48.7	26.5	22.2	19.7	12.8
	기혼	125	46.4	20.0	19.2	16.8	14.4
가구 구성 원	기타(이혼, 사별 등)	12	50.0	16.7	16.7	-	33.3
	1인가구	72	44.4	26.4	22.2	20.8	13.9
	부부거주	37	45.9	21.6	21.6	21.6	13.5
	부모(또는 편부모)+자녀	133	51.9	20.3	15.8	12.8	15.8
	그 외 동거 형태	12	25.0	33.3	58.3	33.3	8.3

(계속→)

(단위:명,%)

		표본수	강연이나 교육프로그램 에 참석한 적 없음	행사에 참석함	교육프로그램 에 참석함	강연에 참석함	무용가(안무가) 의 지역별 공연을 많이 관람
■ 전체		347	52.4	20.5	18.2	14.4	13.5
자녀연령 대	미취학아동	8	62.5	25.0	-	-	25.0
	초등학생	37	43.2	24.3	27.0	10.8	13.5
	중학생	12	16.7	50.0	16.7	33.3	16.7
	고등학생 이상	54	48.1	9.3	16.7	22.2	13.0
월평균 공연관람 비용	5만원 미만	26	38.5	26.9	23.1	15.4	11.5
	5-10만원 미만	15	66.7	13.3	13.3	13.3	6.7
	10-20만원 미만	69	53.6	18.8	18.8	10.1	15.9
	20-30만원 미만	44	59.1	15.9	18.2	15.9	13.6
	30-50만원 미만	53	30.2	26.4	28.3	24.5	20.8
	50만원 이상	47	46.8	31.9	17.0	23.4	10.6
월 평균 유료공연 관람횟수	1회 미만	88	55.7	18.2	22.7	12.5	13.6
	1-5회 미만	128	43.0	24.2	19.5	20.3	17.2
	5회 이상	38	44.7	28.9	18.4	18.4	7.9
마니아 인식여부	마니아 관객으로 인식	143	42.7	28.7	20.3	17.5	15.4
	마니아가 아니라고 인식	111	54.1	15.3	20.7	17.1	13.5

부록3. 설문조사표

공연예술 마니아 관객 확인을 위한 현황조사

안녕하세요.

(재)예술경영지원센터는 전체 공연시장 내 마니아 관객의 규모와 관객 성향을 조사하여 공연시장 활성화를 위한 공연특성별 마니아 양성 환경을 조성하고자 본 조사를 실시하고 있습니다.

귀하가 응답해주신 내용은 향후 공연시장 활성화를 위한 다양한 지원의 근거자료로 활용됩니다. 귀하가 응답하신 내용은 통계법 33조(비밀의 보호 등)에 따라 보호되며 본 연구를 위한 통계분석 자료로만 사용됨을 약속드립니다.

많이 바쁘시겠지만, 공연시장의 지속적인 성장과 발전에 도움이 될 수 있도록 응답을 부탁드립니다. 응답자 분들께는 추첨을 통해 다양한 사례품도 제공하고 있으니 많은 참여 부탁드립니다. 감사합니다.

2023. 11

응답자 성명		휴대폰번호	
<개인정보 수집 동의> <input type="checkbox"/> ①동의합니다 <input type="checkbox"/> ②동의하지 않습니다			

(재)예술경영지원센터는 「개인정보보호법」에 의거하여, 아래와 같은 내용으로 개인정보를 수집하고 있습니다. 귀하께서는 아래 내용을 자세히 읽어 보시고, 모든 내용을 이해하신 후에 동의 여부를 결정해 주시기 바랍니다.

1. 개인정보의 수집 및 이용 동의서

이용자가 제공한 모든 정보는 다음의 목적을 위해 활용하며, 하기 목적 이외의 용도로는 사용되지 않습니다.

① 개인정보 수집항목 및 수집이용 목적

가) 수집 항목 (필수항목) : 성명, 연락처, 휴대폰번호, 성별, 나이	나) 수집 및 이용 목적 : 설문 후 답례품 증정용, 응답자료 확인용
--	--

② 개인정보 보유 및 이용기간 : 수집 이용 동의일로부터 개인정보의 수집이용목적을 달성할 때까지

③ 동의거부관리

- 귀하께서는 본 안내에 따른 개인정보 수집, 이용에 대하여 동의를 거부하실 권리가 있습니다. 다만, 귀하가 개인정보의 수집/이용에 동의를 거부하시는 경우에는 사례품 발송이 어려우니 정확한 기재를 부탁드립니다.

A. 응답자 특성 항목

1. 귀하는 최근 1년(2022.11~2023.10) 이내 연극, 뮤지컬, 음악(클래식/오페라), 무용, 국악 공연을 극장이나 공연장에서 직접 관람하신 경험이 있습니까? 관람 경험이 있는 공연을 모두 선택해 주십시오.
 - 1) 연극 2) 뮤지컬 3) 음악(클래식/오페라) 4) 무용(현대무용, 한국무용, 발레)
 - 5) 국악 6) 그 외 공연 7) 직접 관람한 경험 없음(설문종료)

2. (@@1에서 선택한 공연만 노출) 귀하가 최근 1년(2022.11~2023.10) 이내 관람한 공연 중 무료 공연이 아닌 입장권을 구매(타인 구매 포함)하여 관람한 공연은 무엇입니까? 유료로 관람한 경험이 있는 공연을 모두 선택해 주십시오.
 - 1) 연극 2) 뮤지컬 3) 음악(클래식/오페라) 4) 무용(현대무용, 한국무용, 발레)
 - 5) 국악 6) 그 외 공연(설문종료) 6) 유료 공연 관람 경험 없음(설문종료)

3. 공연의 종류와 상관없이 귀하가 최근 1년(2022.11~2023.10) 이내 관람한 유료 공연들은 얼마나 자주 관람하신 것 같습니다?

- 1) 1년 총 3회 이하(설문종료)
- 2) 분기별 1회 이상(연 4회 내외 수준)
- 3) 월 1회 이상(연 12회 내외 수준)
- 4) 공연 관람이 가능할 때마다 자주 관람하였음(거의 매월 1~2회 이상의 공연을 관람)

3-1. 공연의 종류와 상관없이 최근 1년(2022.11~2023.10) 이내 관람한 유료 공연들은 얼마나 자주 관람하신 것 같습니다? 예시를 보시고 기준 빈도와 횟수를 기재하여 주십시오

<예시> 월평균 유료 공연을 1회 정도 관람하는 경우에는 아래와 같이 기재

1) 빈도 : 1) 주 평균 2) 월평균 3) 분기 평균 4) 연평균

2) 횟수 : _____ 1 _____ 회

- 1) 빈도 : 1) 주 평균 2) 월평균 3) 분기 평균 4) 연평균
- 2) 횟수 : _____ 회

B. 공연 관람 빈도/일반적 행동 특성

1. 귀하는 평소 단일 공연의 입장권을 구매할 때 여러 회차의 입장권을 구매하시는 편입니까? 아니면 1회 공연만 구매하시는 편입니까?

- 1) 1회 공연만 구매
- 2) 날짜별 여러 회차 구매
- 3) 공연 참여 인력을(출연진/스태프 등) 고려해 여러 회차 구매
- 4) 첫 번째 관람 후 공연 작품이 괜찮으면 반복 구매
- 5) 기타()

1-1. 그렇다면 귀하는 최근 1년(2022.11~2023.10) 이내 아래 장르의 공연을 얼마나 관람하셨습니다? 공연장 등에서 유료로 직접 관람한 공연 횟수를 선택하여 주십시오(반복 관람 포함). (@@A2에서 선택한 공연만 노출)

장르 구분	A. 공연 관람 빈도		
1) 연극	1) 일주일에 1회 이상 4) 분기별 1회 이상	2) 월 3-4회 이상 5) 연 1회 이상	3) 월 1회 이상
2) 뮤지컬	1) 일주일에 1회 이상 4) 분기별 1회 이상	2) 월 3-4회 이상 5) 연 1회 이상	3) 월 1회 이상
3) 클래식 음악	1) 일주일에 1회 이상 4) 분기별 1회 이상	2) 월 3-4회 이상 5) 연 1회 이상	3) 월 1회 이상
4) 국악	1) 일주일에 1회 이상 4) 분기별 1회 이상	2) 월 3-4회 이상 5) 연 1회 이상	3) 월 1회 이상
5) 무용	1) 일주일에 1회 이상 4) 분기별 1회 이상	2) 월 3-4회 이상 5) 연 1회 이상	3) 월 1회 이상

2. 귀하는 평소 공연을 관람하기 전 해당 공연에 대한 정보를 확인하시는 편입니까?

- 1) 매번 사전 정보 확인 후 관람하는 편
- 2) 대부분 사전 정보 확인 후 관람하는 편
- 3) 가끔 사전 정보 확인 후 관람하는 편
- 4) 대부분 사전 정보 확인 없이 관람하는 편

3. 귀하는 평소 공연 관람 전후로 본인의 SNS나 블로그, 공연 웹사이트 등에 공연에 대한 리뷰 또는 관람 인증 등의 게시글을 작성하시는 편입니까?

- 1) 대부분 공연 관람 전후 작성하는 편
- 2) 가끔 관람 전후 작성하는 편
- 3) 리뷰를 전혀 작성하지 않음

4. 귀하는 평소 공연 관련 부가 상품(기념품, 음반, 음원 등)을 구매하고 있습니까?

- 1) 매번 부가 상품 구매를 하는 편
- 2) 대부분 부가 상품 구매를 하는 편
- 3) 가끔 부가 상품 구매를 하는 편
- 4) 부가 상품을 구매하지 않음

5. 귀하는 평소 공연 관련 동호회나 커뮤니티, 모임, 동아리 등의 활동을 하고 계십니까?

- 1) 동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있음
- 2) 동호회/동아리/커뮤니티/모임 등의 활동을 하고 있지 않음

6. 귀하는 평소 좋은 공연이 있다면 다른 사람에게도 관람을 추천하는 편인가요? 그렇다면 주로 누구에게 추천하시는 편입니까?

- 1) 다른 사람에게는 추천하지는 않는 편임
- 2) 대부분 가족에게 관람할 것을 추천하는 편임
- 3) 대부분 친구나 직장동료, 연인에게 관람할 것을 추천하는 편임
- 4) 대부분 동호회/커뮤니티에 관람할 것을 추천하는 편임
- 5) 기타()

7. 귀하가 생각하기에 공연 마니아 관객은 어떤 관객을 뜻한다고 생각하시나요? 아래 보기 중 귀하께서 생각하시는 마니아 관객의 기준을 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 한 개의 공연 작품을 반복해서 관람
- 2) 공연에 대한 소개/줄거리/요약/비평/간략한 후기 등을 웹상에 작성
- 3) 공연 관련 부가 상품을 구매
- 4) 평소 공연에 대한 정보를 수집
- 5) 공연 분야 동호회 등의 활동 또는 비정규 교육과정 이수
- 6) 직접 작품에 출연하거나 제작 스태프/서포터즈로 활동
- 7) 출연진의 팬카페/팬덤 활동
- 8) 공연 단체/공연장 홈페이지에 유료로 가입하여 활동
- 9) 공연 단체/공연장/출연진 대상 정기/비정기적 후원 활동 참여

8. 이상의 조건을 고려했을 때, 귀하는 공연 마니아 관객이라고 생각하십니까?

- 1) 예, 마니아 관객이라고 생각합니다.
- 2) 아니오, 마니아 관객이 아니라고 생각합니다.(→C파트 이동)

9. 지금까지 응답한 내용을 기준으로 귀하가 마니아 관객이라고 생각한다면, 귀하는 어떤 계기로 마니아 관객이 되었다고 생각하십니까? 가장 결정적인 계기 한 가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 관람한 작품의 출연진(배우/연주자 등)이 좋아서
- 2) 관람한 작품의 스태프(무대/조명/음향 등)가 좋아서
- 3) 관람한 작품의 연출자(지휘자/예술감독/음악감독)가 좋아서
- 4) 관람한 작품의 창작자(작가/작곡가/안무가 등)가 좋아서
- 5) 관람한 작품 자체가 좋아서
- 6) 관람한 작품의 원작이 좋아서
- 7) 실제 공연장의 분위기, 관람객 태도 등이 좋아서
- 8) 실제 공연 작품 제작 또는 상연 시 스태프/서포터즈 또는 출연진(이벤트성 출연도 포함)으로 참여하게 되면서
- 9) 해당 분야에 대한 교육 경험/전공자/종사자라 공연을 자주 접하게 되면서
- 10) 공연장까지 접근성(거리가 가깝거나 교통편이 좋아서)이 좋아 자주 공연 볼 수 있는 환경이어서
- 11) 기타()

8-1. 귀하는 해외에서 개최되는 공연을 보기 위해 공연이 열리는 해외 지역을 방문한 경험이 있습니까?

- 1) 예, 해외 공연 관람을 위해 방문한 적이 있음
- 2) 다른 목적의 여행이었지만 해외에서 좋은 공연이 있다면 관람하기도 함
- 3) 해외 공연 관람을 위해 해외를 방문한 경험도 없고, 해외 여행지에서 공연을 관람한 경험도 없음
(→9번으로 이동)

8-2. 귀하는 귀하가 좋아하는 예술가가 해외에서 공연하는 경우 해당 공연을 관람하기 위해 해외 공연장을 방문한 경험이 있습니까?

- 1) 예, 좋아하는 예술가의 공연을 보기 위해 해외 공연을 관람한 경험이 있음
- 2) 아니오, 해당 목적으로 해외 공연을 관람하지는 않았음

9. 귀하는 공연 기획사/제작사 또는 극단/단체의 공연 관련 불만족스러운 부분에 대해 직접 개선 요청을 하십니까?

- 1) 온오프라인을 이용해 개선 요청을 하는 편
- 2) 별도로 개선 요청을 하지 않음

D. 공연 장르별 관람 행태

1. 귀하는 같은 공연 작품을 출연진이나 스태프, 또는 회차에 따라 여러 번(반복해서) 관람하시나요? 그렇다면 평균 몇 회 정도 반복해서 관람하시나요? (@@A2에서 선택한 공연만 노출)

장르 구분	A. 반복 관람 여부	B. 한 작품 평균 반복 관람 횟수
1) 연극	<input type="checkbox"/> 1) 반복 관람하는 편임→ <input type="checkbox"/> 2) 반복 관람하지 않음↓	평균 _____ 회
2) 뮤지컬	<input type="checkbox"/> 1) 반복 관람하는 편임→ <input type="checkbox"/> 2) 반복 관람하지 않음↓	평균 _____ 회
3) 클래식 음악	<input type="checkbox"/> 1) 반복 관람하는 편임→ <input type="checkbox"/> 2) 반복 관람하지 않음↓	평균 _____ 회
4) 국악	<input type="checkbox"/> 1) 반복 관람하는 편임→ <input type="checkbox"/> 2) 반복 관람하지 않음↓	평균 _____ 회
5) 무용	<input type="checkbox"/> 1) 반복 관람하는 편임→ <input type="checkbox"/> 2) 반복 관람하지 않음↓	평균 _____ 회

2. 귀하는 최근 1년간 공연을 관람하기 위해 입장권 구매와 부가 상품을 구매하기 위해 각각 얼마를 지급하셨습니까? 평균 구매액을 기재하여 주십시오.(@@A2에서 선택한 공연만 노출)

장르 구분	A. 입장권 평균 구매비(원)	B. 부가 상품(기념품, 음원, 음반 등) 구매비(원)
1) 연극	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함 8) 구입하지 않음
2) 뮤지컬	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함 8) 구입하지 않음
3) 클래식 음악	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함 8) 구입하지 않음
4) 국악	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함 8) 구입하지 않음
5) 무용	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함	1) 1만원 이하 2) 1~3만원 이하 3) 3~5만원 4) 5~10만원 5) 10~20만원 6) 20~30만원 7) 원하는 작품이라면 비용 상관없이 구매함 8) 구입하지 않음

3. 귀하는 관람하실 공연의 입장권을 보통 언제 어디서 구매하시는 편이십니까?(@A2에서 선택한 공연만 노출)

장르 구분	A. 구매처	B. 구매 시기
1) 연극	<input type="checkbox"/> 1) 현장 구매 <input type="checkbox"/> 2) 온라인 구매	<input type="checkbox"/> 1) 공연 전 1년 이내 <input type="checkbox"/> 2) 공연 전 3-6개월 이내 <input type="checkbox"/> 3) 공연 전 1-3개월 이내 <input type="checkbox"/> 4) 공연 전 1주-1개월 이내 <input type="checkbox"/> 5) 공연 당일
2) 뮤지컬	<input type="checkbox"/> 1) 현장 구매 <input type="checkbox"/> 2) 온라인 구매	<input type="checkbox"/> 1) 공연 전 1년 이내 <input type="checkbox"/> 2) 공연 전 3-6개월 이내 <input type="checkbox"/> 3) 공연 전 1-3개월 이내 <input type="checkbox"/> 4) 공연 전 1주-1개월 이내 <input type="checkbox"/> 5) 공연 당일
3) 클래식 음악	<input type="checkbox"/> 1) 현장 구매 <input type="checkbox"/> 2) 온라인 구매	<input type="checkbox"/> 1) 공연 전 1년 이내 <input type="checkbox"/> 2) 공연 전 3-6개월 이내 <input type="checkbox"/> 3) 공연 전 1-3개월 이내 <input type="checkbox"/> 4) 공연 전 1주-1개월 이내 <input type="checkbox"/> 5) 공연 당일
4) 국악	<input type="checkbox"/> 1) 현장 구매 <input type="checkbox"/> 2) 온라인 구매	<input type="checkbox"/> 1) 공연 전 1년 이내 <input type="checkbox"/> 2) 공연 전 3-6개월 이내 <input type="checkbox"/> 3) 공연 전 1-3개월 이내 <input type="checkbox"/> 4) 공연 전 1주-1개월 이내 <input type="checkbox"/> 5) 공연 당일
5) 무용	<input type="checkbox"/> 1) 현장 구매 <input type="checkbox"/> 2) 온라인 구매	<input type="checkbox"/> 1) 공연 전 1년 이내 <input type="checkbox"/> 2) 공연 전 3-6개월 이내 <input type="checkbox"/> 3) 공연 전 1-3개월 이내 <input type="checkbox"/> 4) 공연 전 1주-1개월 이내 <input type="checkbox"/> 5) 공연 당일

E. 응답자 특성

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- 1) 남성 2) 여성

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- 1) 10대 2) 20대 3) 30대 4) 40대 5) 50대 6) 60대
7) 70세 이상

3. 귀하는 어느 지역에 거주하고 계십니까?

서울/수도권	<input type="checkbox"/> 1) 서울 <input type="checkbox"/> 2) 경기 <input type="checkbox"/> 3) 인천
부산/울산/경남	<input type="checkbox"/> 4) 부산 <input type="checkbox"/> 5) 울산 <input type="checkbox"/> 6) 경남
대구/경북	<input type="checkbox"/> 7) 대구 <input type="checkbox"/> 8) 경북
대전/충청/세종	<input type="checkbox"/> 9) 대전 <input type="checkbox"/> 10) 충남 <input type="checkbox"/> 11) 충북 <input type="checkbox"/> 12) 세종
광주/전라	<input type="checkbox"/> 13) 광주 <input type="checkbox"/> 14) 전남 <input type="checkbox"/> 15) 전북
강원/제주	<input type="checkbox"/> 16) 강원 <input type="checkbox"/> 17) 제주

4. 귀하는 공연예술 관련 분야에 종사하시거나 혹은 관련 분야를 전공하셨습니까? (모두 선택)

- 1) 관련 종사자(예술 분야에서 활동 중인 예술인(생활예술인 포함), 예술 관련 단체/업체 종사자, 예술 분야 활동 프리랜서 등)
2) 전공자(또는 전공 중인 학생)(현업에 종사하지는 않으나 문화예술 관련 전공을 한 경우)
3) 관련 없음

5. 귀댁의 월평균 가구 소득은 얼마나 되십니까?

- 1) 100만 원 미만 2) 100-200만 원 3) 200-300만 원 4) 300-400만 원
5) 400-500만 원 6) 500-600만 원 7) 600만 원 이상

6. 귀하는 결혼하십니까?

- 1) 미혼 2) 기혼 3) 기타(이혼, 사별 등)

7. 귀댁의 가족 구성원은 어떤 형태입니까?

- 1) 1인가구 2) 부부거주 3) 부모(또는 편부모)+자녀 4) 그 외 동거 형태

8. (@@6번에서 2), 3)인 경우만 귀하는 자녀와 함께 살고 있습니까?

- 1) 같이 살고 있음
2) 자녀가 있으나 따로 살고 있음
3) 자녀가 없음(→6으로 이동)

8-1. (@@8번에서 1), 2)인 경우만) 자녀의 연령대는 어떻게 됩니까? 자녀가 여러 명일 때 경우 첫째 자녀를 중심으로 응답하여 주십시오.

- 1) 미취학아동 2) 초등학생 3) 중학생 4) 고등학생 이상

9. 귀하는 월평균 공연을 관람하는 비용으로 얼마를 지급하십니까? 교통비, 입장권 구매비, 부가 상품, 팬카페 활동 등 공연을 관람하기 위해 드는 비용 전체를 기준으로 응답하여 주십시오.

_____원

2023 아트코리아랩 관객개발 중점과제
공연시장 마니아 관객 성향조사

