

한국 창작뮤지컬 관람동기의 중요도 연구

구은자¹, 이광호², 김혜원^{1*}

¹청운대학교 공연기획경영학과, ²동국대학교 영상문화콘텐츠연구원

A Study on IPA of Spectator Motivation in the Korean Creative Musical

Eun-ja Koo¹, Kwang-Ho Lee² and Hye-won Kim^{1*}

¹Division of Performing Arts Planning, Chungwoon University

²Research Institute for Image & Cultural Contents, Dongguk University

요약 본 논문은 한국창작 뮤지컬의 활성화를 위해 한국 창작 뮤지컬의 관람동기에 관한 중요도 연구이다. 중요도 분석(IPA, Importance Performance Analysis)는 다 속성 모델의 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교 분석하는 평가기법이다. 이 분석은 고객들이 중시하는 요소와 이들 요소에 대한 고객의 만족도를 매트릭스 상의 좌표로 표시하여 식별하는 방법으로 고객만족은 특성 속성에 대한 고객의 기대수준과 그러한 속성에 대한 실행도에 의해 결정된다. 이 분석법을 통해 본 연구는 한국 창작뮤지컬 관람동기 속성의 중요도와 만족도를 알아보았다.

Abstract This study uses the Importance Performance Analysis (IPA) on viewing motivation for the revitalization of Korean creative musicals. The IPA is the evaluation techniques to simultaneously compare and analyze relative importance and achievement of each attribute for multi-attribute models. This analysis uses the discerning method by displaying the matrix that includes the factors about which customers care and customer satisfaction on each factor. The customer satisfaction is determined by customer expectation for each attribute and its implementation level. This study, through this method, exams the importance and satisfaction level on attributes of viewing motivations for Korean creative musicals.

Key Words : Korean Creative Musical, Spectator motivation, Impertance performance analysis

1. 서론

한국의 뮤지컬 시장이 급속도로 성장하고 있다. 2012년 1분기 공연 시장 매출액이 전년 동기 대비 12.6% 성장률을 기록한 가운데 뮤지컬은 무려 30%의 증가율로 공연 시장을 주도하고 있다. 최근 뮤지컬은 5년간 연평균 성장률 20%를 웃돌며 유료 티켓 판매 기준 2527억 원의 시장규모(2010년 기준)에, 유료 관객수는 534만 명에 이른다. 이는 2004년 약 800억 원의 시장 규모와 70만 명 이상의 연간 동원 관객수에 비해 괄목할 만한 성장세다. 이처럼 우리나라 뮤지컬은 역사가 그리 길지 않음에도

불구하고 빠른 성장을 하고 있다.

이제 뮤지컬은 공연시장의 대표적인 문화상품으로 자리 잡았다. 시장의 성장과 함께 배우들의 회당 출연료도 급상승(2010년 <지킬 앤 하이드>에 출연한 조승우의 회당 출연료가 1,800만원이었다)하고 있으며 이에 따라 제작비도 급격히 상승하여 대형화되고 있다. 또한 뮤지컬 전용극장이 설립되면서 경쟁적으로 공연장들이 뮤지컬을 무대에 올리고 있다. 2010년도에 공연된 뮤지컬은 총 866건이나 되고 그 중 창작 뮤지컬은 286건이며 공연일수로 계산하면 53.8%로 전체 뮤지컬의 절반 이상을 차지하고 있다.(김균형, 2009)

본 논문은 산학협동재단 연구과제로 수행되었음.

*Corresponding Author : Hye-Won Kim(Dongguk Univ.)

Tel: +82-2-2264-3696 email: amcinema@hanmail.net

Received February 4, 2013

Revised March 5, 2013

Accepted April 11, 2013

이러한 시장의 급성장에도 불구하고 한국 뮤지컬 시장 전체가 해결해야하는 문제점과 나아가고 있는 방향은 예년과 거의 비슷하다. 가장 큰 문제는 뮤지컬 시장의 규모는 커지지만 뮤지컬 태생 자체가 외국의 산물이어서 미국 뮤지컬에 편중되어 있으며 관객들 또한 미국 뮤지컬을 선호하여 순수 국내 창작 뮤지컬이 활성화되지 않고 있다는 점이다.(김영아, 2007) 물론 창작뮤지컬의 숫자는 늘고 있지만 인기 공연 상위권에는 라이선스 뮤지컬이 대부분 차지하고 있고 총 흥행 수익도 라이선스 뮤지컬이 창작뮤지컬을 능가하고 있는 게 현실이다. 2007년 기준 연간 제작편수 207편 중 창작뮤지컬은 58%인 119편인데 반해 번안뮤지컬인 라이선스 뮤지컬을 26%인 54편, 현지 예술가들이 직접 방한해 무대를 꾸미는 투어 작품은 7%인 15편으로 나타났다.(원종원, 2010) 라이선스 뮤지컬이 뮤지컬 시장을 주도해가고 있는 것의 가장 큰 핵심적 문제는 창작 혹은 창조의 부재로 전혀 생산적이지 않은 모방이 만연하다는 점이다.(김균형, 2009; 원종원, 2010) 즉 우리나라 창작뮤지컬은 주로 대극장에서는 예술성과 실험성을 지향하는 작품들이, 소극장에서는 대중성을 지향하는 작품들이 주로 제작, 소비되고 있는 반면 수입 뮤지컬은 이익창출이 용이한 대극장에서 대중성을 지향하는 작품이 주로 제작, 소비된다. 이는 상업적인 공연장이 발달한 영미권의 시장과는 상반된 결과로 창작 콘텐츠의 발전과 이익창출에 부정적인 영향을 미치는 배경이 된다. 같은 맥락에서 국내 관객들이 국내 창작뮤지컬보다 외국의 뮤지컬을 더 선호하여 흥행에 성공하고 있으며, 국내 창작 뮤지컬은 규모가 작은 일부 소극장 뮤지컬들만이 살아남고 있는 실정이다.(김균형, 2009) 결국 흥행하는 창작뮤지컬의 부족이 야기하는 창조의 부재, 획일화, 예술적 기능부재의 문제의 해결책은 우리문화의 전통을 이어가는 새로운 레퍼토리를 개발해야 하는 것이다.(김균형, 2009)

본 연구는 이러한 창작뮤지컬에 대한 문제점으로부터 출발한다. 이런 문제점을 극복하여 한국 뮤지컬 시장의 활성화를 위해 창작뮤지컬 관람동기 요인들을 찾아 그 요인이 관객들에게 얼마만큼 중요하게 작용하는지를 살펴보고자 한다. 최근 뮤지컬 시장의 확대와 더불어 창작 뮤지컬의 관람동기 및 선택요인, 만족도 등의 선행연구들이 나오기 시작했다. 그러나 이 연구들은 시론이나 탐색적 연구들로서 이제는 관람동기 및 만족도 및 중요도 등에 있어서 과학적 검증이 필요한 시점이다. 따라서 본 연구는 창작뮤지컬의 관람동기 요인에 관한 실증적 연구인 동시에 관객들이 선택하는 속성들의 중요도를 요인별로 분석한 국내 최초의 창작뮤지컬의 흥행 연구로서의 의미를 지닌다. 이 연구를 통해 창작뮤지컬의 흥행요인의 이

론적 확립과 더불어 창작 뮤지컬의 성공적인 기획과 제작에 도움이 되어 한국뮤지컬 산업의 발전방안을 모색하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 국내 창작뮤지컬 기획·제작 현황

한국의 뮤지컬 작품은 유형별로 창작 뮤지컬과 수입 뮤지컬로 구분할 수 있다. 수입 뮤지컬은 다시 저작권료를 지불하고 한국어로 번안해 한국의 연출가와 한국의 배우들에 의해 무대가 재구성되는 라이선스 뮤지컬과 출연배우, 크루와 스태프가 모두 외국인으로 구성되어 한정된 기간 동안 무대에 올리는 투어뮤지컬(오리지널 뮤지컬)로 나누어진다. 2000년대 들어 급속도로 팽창한 한국 뮤지컬(원종원, 2006)의 제작 편수는 2000년대 들어 거의 매년 20% 이상의 빠른 증가세를 보여 왔다. 뮤지컬 시장이 확대되는 동기를 외국 작품들이 제공한 것은 부인할 수 없는 사실이지만, 창작 뮤지컬 역시 뮤지컬 무대의 확장이란 측면에서는 큰 몫을 담당하였다. 2005년 무대에 올라간 뮤지컬 총 110편 중 창작 뮤지컬은 63%를 차지하였고, 2006년의 총 공연 140여 편에서 64%가 창작 뮤지컬이었다. 2007년에는 이 숫자가 더욱 증가하여 총 207편의 뮤지컬 공연에서 창작 뮤지컬이 차지하는 비율은 무려 72%에 달한다. 2008년에는 총 660편의 작품 중에 창작 뮤지컬은 260편, 2010년에는 총 340편 중 공연일수로 계산하면 창작뮤지컬의 비중은 53.8%를 상회한다. 창작 뮤지컬이 제작 편수는 외국 뮤지컬의 2배정도. 하지만 재공연 비율, 장기 공연 비율을 계산하면 상황이 다르다. 결국 창작 뮤지컬은 양적인 면에서는 급속한 성장을 기록하였지만 관객 동원력에서는 여전히 외국 뮤지컬과 비교할 수 없을 만큼 뒤쳐져 있다. 더욱이 창작뮤지컬은 중소 극장, 그중에서도 소극장에서 장기 공연하는 작품들이 대부분이다. 대형 창작뮤지컬 <명성황후>를 제외하고는 <겨울 공주 평강 이야기>(2004), <오! 당신이 잠든 사이>(2005), <뮤직 인 마이 하트>(2005), <김종욱 찾기>(2006), <위대한 캣츠비>(2007) <형제는 용감했다>(2008), <셜록홈즈>(2011) 등의 중소극장의 창작뮤지컬들이 꾸준하게 관객의 호응을 얻어왔다. 즉, 한국 뮤지컬은 양적으로는 뮤지컬 선진국의 외형은 갖추었으나 내용적으로 보면 오리지널, 라이선스가 대부분 대작인 점을 고려하면 창작은 구멍가게 수준을 넘지 못한다고 볼 수 있다.

하지만 관객의 입장에서 창작뮤지컬이나 라이선스 뮤지컬을 크게 구분하여 선호하지 않음을 알 수 있다.

2008 연극뮤지컬 관람객 조사보고서(문화체육관광부, 2008)에 따르면 가장 선호하는 뮤지컬 유형에서 국외 라이선스 뮤지컬과 창작 뮤지컬을 크게 상관하지 않는다는 비율이 50%정도이며, 국외 라이선스와 국내 창작 뮤지컬에 대한 선호도는 비슷하게 나타난다. 하지만 최근에 관람한 뮤지컬 유형으로는 압도적으로 국외 라이선스 뮤지컬이 차지하는 비중이 높게 나타나고 있다. 선호도에는 크게 차이가 없지만, 실제로 관람을 할 경우에는 국외 라이선스 뮤지컬을 선택한다는 의미다.

이에 본 연구는 창작 뮤지컬 관람의 문제점을 인식하고 관객들의 창작뮤지컬에 대한 선택속성을 탐색하여 공연에 대한 만족도를 높일 수 있는 방안을 마련하고자 한다.

2.2 뮤지컬의 관람동기에 관한 선행연구

뮤지컬의 관람요인이나 선택속성에 관한 연구는 많지 않다. 하지만 이중 선행연구들이 제시한 관람 속성들을 살펴보았다.

김소영, 신혜선(2006)은 세분시장별 뮤지컬 선택 시 중요하게 고려하는 기준으로 작품의 내용, 작품의 흥행성적, 티켓가격, 공연작품의 장르, 티켓가격과 출연배우를 제시하였다. 남소영(2009)은 관객이 공연 상품을 재구매 하도록 하기 위해서는 관람동기, 공연상품 기본 요소·형식, 출연배우에 대한 관심 및 공연 상품의 스토리라는 중심현상에 의해 선택된 공연상품에 공연장의 여건이나 공연상품의 가격 및 기타 공연에 영향을 미치는 요소가 고려되어야 한다고 했다. 또한 원종원(2006)은 관극동기에 관한 유형 중 유의미한 진술 중에서 '창작선호형'들이 중요하게 생각하는 관극동기 요인이 뮤지컬을 만드는 제작 인력과 연출, 안무 등임을 알아냈다.

3. 연구방법

창작뮤지컬 관람객들을 대상으로 창작뮤지컬 선택속성을 조사하고 각 변수간의 관련성을 연구하기 위하여 2012년 5월부터 7월까지 설문조사법을 활용하였다. 판단 표본추출법으로 표본을 추출하여 하여 476개의 표본수 중 436의 유효표본 수를 자기기입법으로 자료 수집을 하였다.

설문조사는 <형제는 용감했다>(코엑스 현대아트홀), <빨래>(학전그린소극장), <스페셜레터>(아트원씨어터 1관), <오 당신이 잠든 사이>(타임스퀘어 CGV팝아트홀), <블랙메리 포핀스>(대학로 SM아트홀)의 공연 후, 공연관람객들을 상대로 하였다. 작품선정은 한국의 창작뮤지컬

중에서 재공연이 이루어지고 있는 대중적으로 흥행에 성공한 작품들로 동시기에 공연하고 있는 작품 중심으로 이루어졌다.

설문지 항목들은 뮤지컬의 관람동기, 선택속성, 흥행 변수들과 관련된 위의 선행연구와 전문가들의 인터뷰를 통해 다음과 같이 선정하였다. 창작뮤지컬 선택속성 중 내적요인(배우 캐스팅, 연출, 내용 구성, 무대구성), 창작뮤지컬 선택속성 중 외적요인(공연장, 관람비용, 직원들의 서비스), 구전(수상경력, 전문가평, 일반인평)의 영향력, 공연의 만족도 및 추천, 일반소비자들의 뮤지컬 관람행태, 인구통계학적 특성을 위해 Table 1과 같이 구성되었다.

[Table 1] Survey Statements

survey items	question number	constitution line-up
actor	5	acting & dancing & singing ability, image, awareness
stage structure	4	set design, scale, sound equipment, lighting
direction	6	dance composition, music, casting, stage harmony, quality, completion
content composition	5	storyline, genre, material, ending scene, character
theatre	7	scale, facilities, seat comfort, cleanliness, transportation, parking facilities, awareness
viewing cost	4	ticket price, discount, accessory facilities cost, program book price
employees service	3	kindness, professionalism, proper control
word of mouth	3	prize-giving career, expert criticism, general public criticism
satisfaction and action intention	6	satisfaction(3), action intention(3)

4. 중요도-만족도 분석(IPA)방법 및 결과

4.1 분석방법

4.1.1 IPA의 개요

IPA(Importance Performance Analysis)는 1970대의 다속성 모델(Multi-attribute Model)을 기초로 하고 있는 분석방법으로, 다속성 모델의 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 평가기법이다. 이 분

석은 고객들이 중시하는 요소와 이들 요소에 대한 고객의 만족도를 매트릭스 상의 좌표로 표시하여 식별하는 방법으로 고객만족은 특성 속성에 대한 고객의 기대수준과 그러한 속성에 대한 실행도에 의해 결정된다. 또한 기업이나 특정 상품에 대한 고객만족도 제고에 초점이 맞추어진 분석방법으로 고객만족도 조사를 위해 두 가지 차원의 조사가 진행되는데 X축에 사용되는 속성의 실제 성취도(만족도)와 Y축에 사용되는 속성의 중요도를 조사한다.

4.1.2 IPA의 측정

중요도를 평가하는 방법은 크게 2가지로 구분되는데, 소비자 또는 관람객에게 직접 설문을 이용하여 측정하는 직접 측정법과 각 요소별 만족도와 전반적 만족도 간의 상관계수로 중요도를 추정하는 간접 측정법이 있다.

중요도 직접 측정법은 각 응답자가 중요하게 생각하는 것을 측정해 낼 수 있는 장점이 있으나, 이는 구매경험 또는 관람 전에 측정해야 하며, 만족도와 동시에 측정할 때에는 경험의 결과를 중요도에 반영하여 응답하는 경향이 강하기 때문에 정확한 중요도를 판단할 수 없는 단점이 있다.

따라서 본 연구에서는 각 항목별 만족도와 각 요소에 대한 전반적 만족도 간의 상관계수를 이용하여 중요도 점수를 산출하고자 한다. 그러나 본 연구에서 만족도 및 중요도는 척도가 상이하기 때문에 <수식 1>을 이용하여 Z-score를 산출하여 만족도와 중요도 점수를 표준화하고자 한다.

$$Z-score = \frac{X - \mu}{\sigma} \quad \text{<Formula 1>}$$

<식 1>로 산출한 Z-score는 -3 < z-score < +3의 값을 갖게 되며, 평균 '0', 표준편차 '1.0'의 정규분포를 이루는 자료로 변환된다.

4.1.3 IPA의 분석절차

제 1단계는 창작 뮤지컬의 속성을 각 항목별 만족도, 항목을 대표하는 요소에 대한 전반적 만족도, 뮤지컬 관람에 대한 전반적 관람만족도로 구성되는 계층적 구조(hierarchical structure)로 구성한다. 제 2단계는 구조화된 설문지를 실제 뮤지컬 관람객에게 배포하여 만족도를 평가하고 제 3단계는 정제과정을 거친 표본자료를 토대로 이변량 상관분석을 실시하여 각 항목별 중요도를 산출한다. 제 4단계는 각 항목별 만족도와 중요도를 표준화하여

z-score를 산출하고 제 5단계는 각 항목별 중요도를 X축, 만족도를 Y축으로 하는 산점도를 4분면 모형에 도식화하여 분석한다.

[Table 2] Standardization Scores of Importance - Satisfaction

	attribution	Satisfaction	Importance
actor factor	acting ability	0.68	0.95
	dancing ability	0.21	0.03
	singing ability	0.64	0.59
	image	0.22	0.1
	awareness	-1.74	-1.66
stage factor	set design	1.02	0.78
	stage scale	-0.16	-1.47
	sound facility	-1.32	0.31
	lighting	0.46	0.38
direction factor	dance composition	-1.91	-1
	music	0.13	-0.72
	casting	0.94	-0.81
	stage harmony	0.03	0.22
	quality	0.65	0.95
	completion	0.15	1.36
content factor	storyline	-0.33	1.12
	material	0.62	-0.2
	genre	1.25	-1.58
	ending scene	-1.39	0.24
	character	-0.15	0.42
theatre factor	scale	1.15	-1.45
	facilities	0.46	1.05
	seat comfort	-0.83	0.37
	cleanliness	0.88	0.62
	transportation	0.62	0.78
	parking facilities	-1.01	-1.29

4.1.4 IPA 4분면 모형

제 1사분면(지속/유지) : 중요도와 만족도가 모두 높은 항목 및 요소로 해당 속성이 경쟁력을 가지고 있는 경우를 의미한다. 이 경우 상대적 우위를 유지하기 위해 지속적인 노력이 요구된다.

제 2사분면(개선/노력 집중화) : 관람객들이 매우 중요하게 생각하는 속성임에도 불구하고 해당 속성에 대한 만족도는 낮은 경우를 의미한다. 따라서 이 경우 만족도 수준을 높이기 위해 가장 집중적으로 투자되어야 할 분야이며, 최소한의 투자로 최대의 효과를 기대할 수 있기 때문에 집중적 노력이 요구된다.

QUADRANT I Possible Overkill Low Importance High Satisfaction	QUADRANT II Keep up the Good Work High Importance High Satisfaction
QUADRANT III Low priority Low Importance Low Satisfaction	QUADRANT IV Concentrate Here High Importance Low Satisfaction

[Fig. 1] Importance Performance Analysis (Martilla, & James,1977)

제 3사분면(낮은 우선순위) : 중요도와 만족도가 모두 낮은 경우이며, 이 경우 해당 속성에 대한 추가적인 자원을 배분할 필요성이 상대적으로 매우 낮은 것을 의미한다. 따라서 투자자의 재원 가용여부에 따라 투자여부를 고려해야 한다.

제 4사분면(과잉 노력) : 관람객들이 중요하지 않은 속성으로 생각함에도 불구하고 과도한 노력으로 만족도가 높게 형성된 것을 의미한다. 따라서 이 경우에 해당되는 속성에 대한 노력을 다른 분야에 투입한다면 효율적인 운영이 가능하다. 단, 투자나 노력이 이미 낮음에도 불구하고 만족도가 높게 형성된 것이라면, 지속적인 노력을 시도해 유지해야할 필요가 있다.

4.2 뮤지컬에 대한 각 항목별 IPA결과분석

4.2.1 배우요소에 대한 IPA 결과 분석

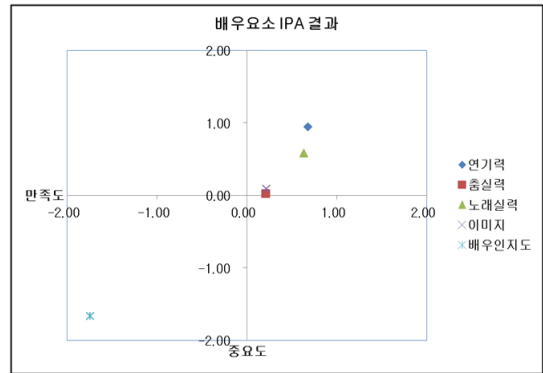
배우요소에 대한 IPA 결과 Fig. 2와 같이 관람객들은 배우의 연기력, 충실력, 노래실력, 이미지를 중요하게 생각하며, 이에 대한 만족도도 ‘높은 지속/유지’에 해당하는 것으로 나타났다. 배우의 인지도(유명도)는 중요도와 만족도가 모두 낮아 ‘낮은 우선순위’에 해당한다. 따라서 유명 스타배우를 캐스팅하는 것보다 유명하지 않은 배우라 하더라도 배우의 연기력, 춤 실력, 노래실력 등이 검증되었다면 우선적으로 캐스팅하는 것이 창작뮤지컬 흥행을 비용 효율적으로 실행할 수 있을 것으로 분석된다.

4.2.2 무대구성요소에 대한 IPA 결과 분석

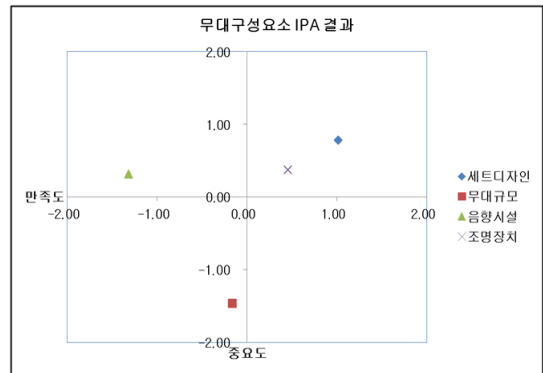
무대구성요소에 대한 IPA 결과 Fig. 3과 같이 관람객들은 세트디자인, 조명장치에 를 중요하게 생각하며, 이에 대한 만족도도 ‘높은 지속/유지’이며 무대규모는 중요도와 만족도가 모두 낮아 ‘낮은 우선순위’에 해당하는 것으로 나타났다. 음향시설에 대하여 관람객들은 중요하게

생각하지만 이에 대한 만족도는 낮아 ‘개선/노력 집중화’에 해당하는 것으로 나타났다.

따라서 창작뮤지컬의 흥행을 위해서는 무작정 무대 규모가 큰 무대를 만드는 것 보다 세트디자인, 조명장치에 대해 현 상태를 유지하는 것이 경쟁우위를 확보할 수 있는 방법이 될 수 있으며, 무대규모에 투자하기 보다는 음향시설을 개선하기 위한 노력에 집중하는 것이 창작뮤지컬 운영자의 입장에서 매우 중요한 것으로 분석할 수 있다.



[Fig. 2] IPA result of actor factor



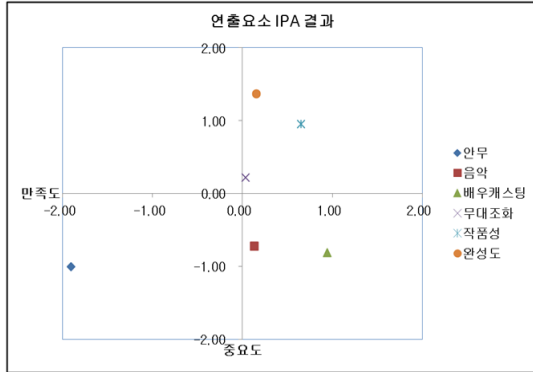
[Fig. 3] IPA result of the stage structure factor

4.2.3 연출요소에 대한 IPA 결과 분석

연출요소에 대한 IPA 결과는 Fig. 4처럼 관람객들은 무대조화, 작품성, 완성도를 중요하게 생각하고 있으며 이에 대한 만족도도 ‘높은 지속/유지’임으로 나타났다. 안무는 중요도와 만족도가 모두 낮아 ‘낮은 우선순위’에 해당하는 것으로 나타났다. 음악과 배우캐스팅에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하지 않지만 이에 대한 만족도는 높아 ‘과잉노력’임이 드러났다.

따라서 연출가는 배우캐스팅이나 음악 및 안무와 같은 세부적 연출요소보다는 무대의 조화, 작품성 및 완성도와

같은 뮤지컬 전체의 큰 그림에 대한 조화를 고려하여 연출하여야 효과적인 흥행을 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

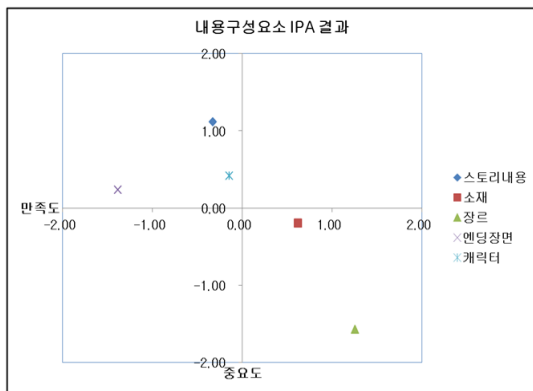


[Fig. 4] IPA result of directing factor

4.2.4 내용구성요소에 대한 IPA 결과 분석

내용구성요소에 대한 IPA 결과는 Fig. 5와 같다. 관람객들은 스토리내용, 캐릭터, 엔딩장면을 중요하게 생각하지만 이에 대한 만족도는 낮아 '개선/노력 집중화'를 해야 하는 것으로 나타났다. 소재, 장르에 대하여 중요하게 생각하지 않지만 이에 대한 만족도는 높아 '과잉노력'임으로 판명됐다. 결국 관람객들은 소재 및 장르를 중요하게 생각하지 않으며, 이에 대한 만족도는 현재 상황으로 충분하다고 판단할 수 있다.

따라서 향후에는 소재 및 장르에 관계없이 스토리 내용의 짜임새 및 엔딩장면의 구성과 각 등장인물의 캐릭터에 각별한 관심과 노력을 기울여야 할 것으로 판단된다.

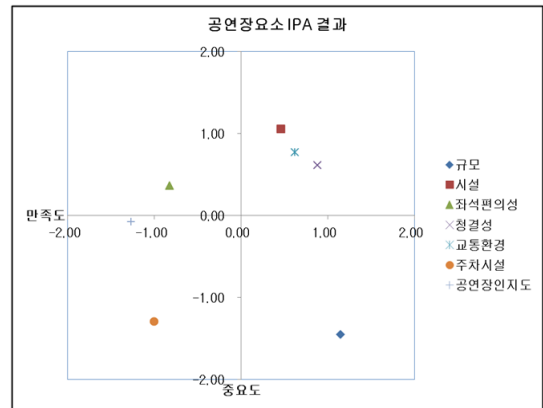


[Fig. 5] IPA result of content structure factor

4.2.5 공연장요소에 대한 IPA 결과 분석

공연장요소에 대한 IPA 결과 Fig. 6처럼 관람객들은 시설, 교통환경, 청결성을 중요하게 생각하며 이에 대한 만족도도 '높은 지속/유지'임으로 나타났다. 또한 관람객들은 좌석편의성을 중요하게 생각하지만 이에 대한 만족도는 낮아 '개선/노력 집중화'를 해야 하는 것으로 나타났다. 주차시설 및 공연장 인지도는 중요도와 만족도가 모두 낮아 '낮은 우선순위'임으로 나타났다. 규모에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하지 않지만 이에 대한 만족도는 높아 '과잉노력'에 해야 하는 것으로 나타났다.

따라서 창작뮤지컬의 흥행을 위해 운영자가 공연장을 선택할 때, 시설, 교통환경, 청결성은 현재 큰 문제가 없지만 이 부분을 유지하기 위해 노력을 지속하여야 한다. 또한 공연장의 규모와 인지도만을 고려하기보다는 관람객의 입장에서 좌석이 얼마만큼 편안하고 좌석의 배치가 적절한 지도 집중적으로 고려하여야 한다.



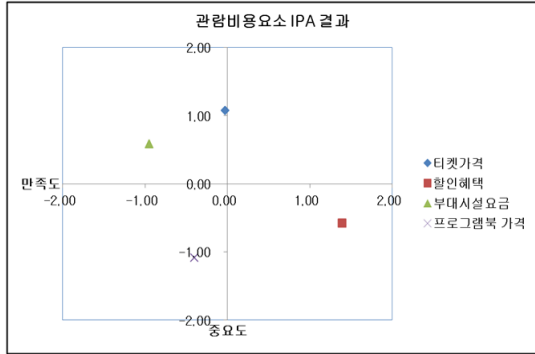
[Fig. 6] IPA result of performing halls factor

4.2.6 관람비용요소에 대한 IPA 결과 분석

공연장요소에 대한 IPA 결과는 Fig. 6처럼 티켓가격과 부대시설요금을 관람객들은 중요하게 생각하지만 만족도는 낮아 '개선/노력 집중화'부분에 해당하는 것으로 나타났다. 프로그램 북 가격은 중요도와 만족도가 모두 낮아 '낮은 우선순위'에 해당하며 할인혜택에 대하여는 중요도는 낮지만 만족도는 높아 '과잉노력'임으로 나타났다.

따라서 티켓가격을 결정할 때는 비싼 가격을 설정하고 다양한 할인혜택을 통해 할인을 해주기보다는 최초 가격을 저렴하게 하는 것이 창작뮤지컬 흥행을 위한 효과적 가격전략임을 의미한다고 볼 수 있다. 프로그램 북 가격은 우선순위가 낮기 때문에 현재 수준을 유지하는 것이 충분하다고 판단된다. 부대시설 요금에 대해서 관람객들

은 중요하게 생각하지만 이에 대한 만족도는 매우 낮기 때문에 부대시설 이용요금에 대한 조정이 필요하다고 분석할 수 있다.

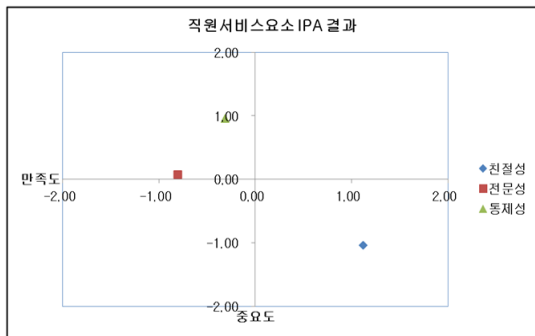


[Fig. 7] IPA result of spectating factor

4.2.7 직원서비스요소에 대한 IPA 결과 분석

직원서비스요소에 대한 IPA 결과 Fig. 8과 같이 직원의 전문성과 통제성에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 하지만 만족도는 낮아 '개선/노력 집중화'에 해당하는 것으로 나타났다. 직원의 친절성에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하지 않지만 이에 대한 만족도는 높아 '과잉노력'임이 밝혀졌다.

따라서 직원들의 친절성은 '과잉노력'에 해당되지만 전문성과 통제성은 '개선해야할 사항'으로 나타났다. 이러한 결과는 직원교육에 있어서 친절성에 초점을 맞추기 보다는 공연장 내의 질서유지를 위한 통제성 제고와 공연장 직원의 서비스 전문성을 확보를 위한 직원의 재교육이 필요한 것으로 판단된다.



[Fig. 8] IPA result of employees service

4.2.8 속성요소의 대표항목에 대한 IPA 결과 분석

각 요소별 항목의 중요도를 가중치로 산정하여 요소만

족도를 <식 2>를 사용하여 산출했다.

$$S_i = \sum_{i=1}^n \overline{X}_i \cdot \omega_t \quad \omega_t = \frac{\rho_t}{\sum_{t=1}^k \rho_t}$$

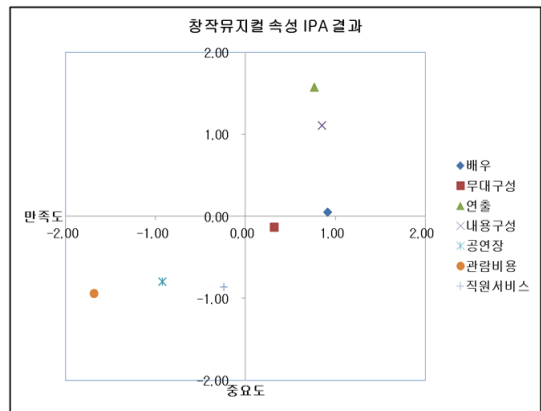
S_i =요소만족도 ω_t =항목별 가중치

\overline{X}_i =항목별 만족도 평균 ρ_t =항목별 중요도

(상관계수)

<Formula 2>

각 요소만족도와 관람만족간의 이변량 상관계수를 표준화하여 각 요소중요도의 z-score를 산출하고 각 요소만족도도 표준화하여 z-score를 산출했다. 각 요소만족도와 요소중요도의 표준화된 척도를 사용하여 IPA를 실시한 결과 Fig. 9와 같이 나타났다.



[Fig. 9] IPA result of total factor

배우, 연출, 내용구성에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하며 이에 대한 만족도도 '높은 지속/유지'에 해당하며, 공연장, 관람비용, 직원서비스는 중요도와 만족도가 모두 낮아 '낮은 우선순위'에 해당하는 것으로 나타났다. 무대구성에 대하여 관람객들은 중요하게 생각하지 않지만 이에 대한 만족도는 높아 '과잉노력'을 하는 것으로 나타났다.

결과적으로 창작뮤지컬 제작자에게 배우, 연출, 내용구성에 대하여는 지속적으로 많은 노력을 기울여야 하며 이 부분의 완성도가 높다면 무대구성은 너무 신경쓰지 않아도 되는 것으로 생각할 수 있다. 그렇기에 창작뮤지

컬 제작자는 배우, 연출, 내용구성 등과 같은 뮤지컬 자체에 대한 기획에 많은 투자를 해야만 하며, 공연장, 관람비용, 직원서비스는 가용 자원배분에 대한 순위를 낮게 운영하는 것이 보다 효율적인 것으로 판단할 수 있다.

5. 결론

뮤지컬시장의 급성장으로 인해 한국 창작 뮤지컬에 대한 관심도 많아지기 시작했다. 영화와의 크로스오버를 통해 극장에서 흥행한 영화들의 뮤지컬 제작(<번지점프를 하다>, <내마음의 풍금> 등의 뮤지컬)도 활발해지며 순수 창작물 시장은 더욱 성장할 가능성을 내포하고 있다. 이런 상황에서 본 연구는 실질적으로 한국 창작뮤지컬을 더욱 성공적으로 만들기 위해서 창작뮤지컬 관람 시 관객들이 중요하게 생각하는 요인들을 IPA를 통해 분석해 보았다. 그 연구결과를 통해 한국 창작뮤지컬의 방향성은 다음과 같다.

첫째, 개런티 비싼 스타 중심의 캐스팅으로 제작비를 상승시키는 것 보다는 실력과 뮤지컬 배우들의 알찬 캐스팅이 더 중요하다는 사실이다. 따라서 같은 비용이라면 인지도 높은 스타배우보다는 인지도는 낮아도 춤과 노래, 연기력이 있는 뮤지컬 전문 배우의 캐스팅이 관람 후 만족도를 더 높여줄 수 있다. 둘째, 창작뮤지컬은 제작비의 규모보다는 짜임새 있는 스토리 전개나 재미있는 캐릭터 등의 작품 내용이 더 중요하다. 아직 우리나라 창작뮤지컬은 스토리 내용과 캐릭터, 엔딩 장면 면에서 부족하기 때문에 이 부분에 더욱 심혈을 기울일 필요가 있고 이를 위해서는 뮤지컬 전문 작가의 양성도 필요하다. 이는 창작뮤지컬의 문제점인 전문 인력의 부족이나 창작의 부재 및 획일화의 문제에 대한 극복방안으로 제시될 수 있다. 셋째, 뮤지컬 공연장 무대는 디자인이나 조명 등의 무대 조화 면에서는 만족할 만한 수준이지만 음향시설은 앞으로 개선해야할 부분이 많고 공연장 시설은 청결성이나 주차시설 등은 많이 향상되었지만 여전히 좌석의 불편함은 개선해야 될 문제로 남아있다. 넷째, 관람비용 면에서는 좀 더 합리화가 필요하다. 지나친 할인혜택은 관객들을 위한 서비스처럼 보이지만 실질적으로 가격시장을 불안하게 하는 요인이 된다. 오히려 지나친 할인보다는 작품의 완성도를 높이고 그에 합당한 가격을 책정하여 흥행수익을 낸다면 창작뮤지컬 제작 시스템의 선순환구조로 이끌어 다시 좋은 작품을 제작할 수 있는 자원을 확보할 수 있는 기반을 마련할 수 있다.

따라서 본 연구는 한국의 창작뮤지컬의 활성화를 위해 한국 창작 뮤지컬의 선택속성의 모든 요인들을 종합하여

중요도 및 만족도를 통해 어느 분야에 노력을 집중하고 개선해야 하는지를 종합적 보여주는 최초의 연구라고 할 수 있다. 이를 바탕으로 앞으로의 뮤지컬의 흥행요인에 관한 실증연구는 더욱 많이 이루어져 학술적으로나 실무적인 측면에서 기여할 수 있어야 할 것으로 생각된다.

Reference

- [1] Jung, Giune, *A Study on Industry State and Development Plans of Korean Theatre Musical*, Korean Culture & Tourism Institute, 2010.
- [2] Kim, Gyunheong, "Les problemes et Les solution de theatre musical coreen", *Performance Culture Study*, vol.18, pp.257-282. 2009.
- [3] Kim, Younga, "Future Challenges for Korean Musicals Improved Under the Influence of Broadway", *Human Contents of Association*, vol.10, pp.363-382. 2007. DOI: <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2010.10.9.363>
- [4] Martilla, & James, Importance-performance analysis, *Journal of Marketing*. 41(1), pp.13-17, 1977.
- [5] Nam, Soyung, "A Study of Repurchasing Factors of Audiences' Performing Products: Focusing on Musical "Hedwig", *The Graduate School of International Tourism of Hanyang University*, a master's degree, 2008
- [6] Won, Jongwon, "A Study on distinction of Korean Theatre Musical Industry" *Journal of Service Marketing*, vol.3 No.1, pp. 5-16, 2010.
- [7] Won, Jongwon, "Motivation and Preference of Musical-going in Korea", Korean Society for the Scientific Study of Subjectivity, *Journal of Korean Society for the Scientific Study of Subjectivity*, No.12, pp.14-31, 2006, 6.
- [8] Korea Economy Magazine, "Light and shade of fast growing Musical Market", 20th June, 2012.
- [9] *Research Report of Performing Musical Viewers*, Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2008

이 광 호(Kwang-Ho Lee)

[정회원]



- 1988년 2월 : 한남대학교 산업경영학과 (경영학석사)
- 1996년 2월 : 대전대학교 경영학과 (재무관리 경영학박사)
- 1996년 12월 ~ 현재 : (주) PMC 프리텍션 회장
- 2005년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 공연기획경영학과 교수

<관심분야>

예술경영, 극장운영, 뮤지컬제작, 조직운영

구 은 자(Eun-Ja Koo)

[정회원]



- 2003년 8월 : 성균관대학교 공연예술학과 (공연예술학석사)
- 2012년 8월 : 경희대학교 공연예술학과 (예술경영 박사수료)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 공연기획경영학과 교수

<관심분야>

예술경영, 공연예술, 뮤지컬, 관객개발

김 혜 원(Hye-Won Kim)

[정회원]



- 2009년 2월 : 중앙대학교 신문방송학과 (언론학 석사)
- 2012년 8월 : 동국대학교 문화콘텐츠학과 (문화예술학 박사 수료)
- 2009년 3월 ~ 2012년 2월 : 청운대학교 영화학과 교수
- 2012년 9월 ~ 현재 : 동국대학교 영상문화콘텐츠연구원 전임연구원

<관심분야>

영화마케팅, 공연 및 영상마케팅, 구전마케팅