

시계열 자료에 기반한 한국 무용공연시장에 대한 분석

이희영*

- I. 서론
- II. 선행연구
- III. 연구방법
- IV. 연구결과 및 논의

- V. 결론
- 참고문헌
- Abstract

I. 서론

시장의 정의는 수요와 공급의 필요에 의해 재화가 적정가격으로 거래되는 과정 또는 장소를 의미한다. 경제학적 측면에서 시장은 생산자와 소비자가 만나 상품을 유통시키는 일련의 모든 과정을 말하는 것으로 자원을 배분하기 위한 의사결정을 내리고, 어떠한 재화를 필요로 하는 수요자와 이를 공급할 수 있는 공급자가 사회구조적 틀인 시장을 통하여 서로의 필요 목적을 달성하는 사회현상을 말한다(이창진, 김재범, 2013, p. 84). 무용공연에서는 공연자를 통해서 재화가 만들어지고 관객이 관람을 함으로써 극장이란 곳에서 유통되고 있다.

예술시장을 광의적인 개념으로 보았을 때 여기에는 창작, 유통, 소비의 과정을 포함하고 있고, 이는 일반적인 시장의 개념과 같이 수요와 공급에 따라 가격이 결정되는 과정이 동일하게 일어나지만 예술 시장에서는 보통의 시장구조와는 다른 상이점을 내포하고 있다(김혜인, 2017, pp. 37-38). 예술시장에서는 수요와 공급 이외의 민간 또는 정부 지원금의 수혜를 통해 수요·공급의 불균형 문제를 해소하고 있으며, 이러한 예술시장의 만성적자인 비활성화 문제에 대해 보몰과 보웬(Baumal & Bowen)은 비용 질병으로 인한 시장실패라 정의하며 '예술을 지원은 하되 개입하지 않는다.'라는 팔 길이 원칙에 입각한 공공지원의 타당성을 제기하였다(임상오, 2002). 예술시장이 만성적자에 시달리면서도 이러한 문제를 해결하지 못하는 원인 중에 하나는 예술이 가지고 있는 재화적 특성이 일반의 재화와 다르게 취향과 기호가 쌓여야 하며, 이는 오랜 기간 교육에 의하여 내재되어야 한다는 것이다(성제환, 2012, p. 658).

공연예술에 있어서 장기간의 통계자료를 분석한 연구는 조금씩 그 연구의 수를 늘리며 진행되어 오고 는 있지만 예술시장에 대한 거시적관점의 연구는 현재 매우 부족한 상황이다. 1976년부터 발간을 시작한 문예연감은 무용계의 한 해를 뒤돌아보고 그 발자취를 논하며 앞으로의 무용계가 나아갈 방향성을

* 숙명여자대학교 무용과 강사, lee_hy@sookmyung.ac.kr

제시하여 주는 논평이 주를 이루었다면 2000년 부터는 좀 더 명확한 통계적 자료로서 무용공연에 대한 각종 영역별 수치화를 통하여 데이터를 수집하고 활용할 수 있게 되었다. 무용공연의 시장성장 상황을 집계 가능한 시점부터 살펴보면 1999년 무용공연 횟수는 527회에서 2019년 2,492회로 3.7배 성장하였고, 무용공연 건수도 2000년 761건에서 2019년 1,540건으로 1.0배 성장하며 그 질적, 양적 확대를 지속하며 꾸준히 성장하고 있음을 보여주고 있다. 이러한 꾸준한 성장을 지속할 수 있었던 것은 무용계가 시장이라는 사회적 매커니즘 속에서 지원정책과 더불어 수요와 공급의 기본적인 시장 질서를 유지하며 노력하였던 것과 함께 무용예술의 경험재적 특성에 따라 기호와 취향을 형성하여 무용예술을 향유할 수 있는 다각적인 노력을 지속하여 왔음을 수치적으로 보여주고 있는 것이다.

이에 본 연구에서는 무용공연 시장에 대한 정의를 세우고, 지난 30년간 한국의 무용 공연 시장규모의 변화가 어떻게 진행되었는지에 대한 양적 확대 추이를 살펴볼 것이다. 또한, 시장세분화를 통해서 어떠한 요소로 인해 무용공연의 증감이 이루어 졌는지 분석을 하고 무용공연시장규모와 더불어 연간성장률을 통해 1990년부터 2019년까지 한국 무용공연 시장이 어떠한 변화를 거쳐 왔는지 탐색을 해 보는 것에 연구의 목적을 두고 있다.

II. 선행연구

1. 공연예술의 재화적 특성

공연예술시장에는 공연예술가, 공연단체, 공연장, 공연기획자, 관람객, 지원 정책 등 여러 요인들의 상호작용 속에서 공연예술작품이 만들어지고 소비된다. 공연예술을 경제학에서 말하는 재화의 관점으로 접근하여 본다면 여타의 다른 예술과 달리 공연예술은 무대라는 장소를 매개로 하여 생산과 동시에 소비되어 진다는 특성을 지니고 있기 때문에 공연작품이 만들어지고 그것을 시연하는 예술가는 무대라는 공간을 사이에(통해서) 두고 관람이란 형식으로 소비된다. 이재희(2014)는 공연예술 상품에 대해서 예술 상품도 고유의 특성을 지니고 있으며, 이러한 예술상품의 특성을 잘 고려해야 한다고 하였다. 공연 예술은 무형의 서비스적 속성을 지니고 있으며, 공연예술상품은 무형성, 가변성, 소멸성, 비분리성리하는 4가지 서비스 속성과 부합된다(이재희, 2014; 곽동성, 강기두, 1999).

무형성은 상품을 경험하기 전까지는 상품에 대하여 알기 어려우며, 무용 예술은 공연을 관람하기 전에는 그 가치를 알기 어렵다는 점을 지니고 있다. 가변성은 어디서, 누구에 의해 어떻게 서비스가 제공되느냐에 따라 서비스의 품질과 내용이 달라질 수 있기 때문에 서비스의 표준화를 수립하기 어렵다는 것이며, 무용공연 또한 같은 작품을 공연하여도 그 날의 출연진이 누구이며 어느 공간에서 공연을 하는지, 그리고 출연자의 컨디션이 어떤지에 따라 작품의 질은 달라질 수 있으며, 여기에는 그 공연을 관람객의 참여도도 포함된다. 소멸성은 저장을 하거나 보관할 수 없는 개념으로 영상물이나 사진을 통한 저장은 가능하나 공연이 진행되는 순간에만 관객과 함께 존재하며, 공연이 끝난 후에는 소멸해 버리는 1회성의 예술이다. 마지막으로 비분리성은 생산과 소비가 동시에 일어나는 것을 말하며, 무용공연은 공연자와 관객이 무대라는 공간을 두고 같은 시간 안에서 소비되는 성격을 말하며 이러한 과정은 공연예술만이 가지

고 있는 비분리성의 성질이다(이희영, 2017, p. 123; 이윤택, 이준엽, 라선아, 1999, p. 310).

또한, 공연예술은 직접 경험하여야만 그 상품성을 알 수 있다는 경험재적 성격을 지니고 있으며, 예술 상품을 만들어 내는 데 인력이 얼마나 투입되느냐에 따라 상품의 질이 달라지는 노동집약적 특징을 지니고 있다. 무형성은 경험재적 성격이며, 경험재는 그 제품에 대한 기호가 형성된 후에 소비가 가능한 것으로 경험을 통하여 취향이 만들어지면 제품의 가치를 알아가며 자발적인 소비가 가능해진다. 공연예술의 경험재적 성격과 이질성¹⁾의 재화적 특성으로 인해 예술상품에 대한 지식 정보가 부족한 경우 자신의 기호보다는 대중의 의견을 따라가는 밴드웨건(Bandwagon Effect)이나 타인이나 군집의 결정에 무조건 따르는 쏠림현상(Tipping Effect)이 나타나게 된다(이희영, 2017, p. 123). 이밖에도 예술상품을 소비한다고 하여 타인에게 영향을 끼치지 않는 비경합적인 성격을 가지고 있으며, 지바(Zieba, 2009; 이희영, 박인자, 2014, pp. 117-118에서 재인용)의 연구에서 알 수 있듯 티켓가격과 가치분소득이 높아지면 공연수요가 증가하는 사치재²⁾적 성격을 지니고 있다.

2. 공연예술 시장에 대한 연구

예술작품이 창작되어 무대에 올려지기까지는 수많은 충족요건이 필요하다(이주희, 2018, p. 53). 이러한 예술적 행위에는 무용, 연극, 오페라와 음악 이 포함될 것이며 무대라는 공간적 특징을 배제할 수 없기 때문에 무대예술이라고도 한다. 무용은 인간의 신체를 통하여 사상과 감정을 표현하고 정신적 교감을 이끌어내는 창조적이고 심미적인 신체의 움직임을 표현하는 예술로서 무대라는 특정 공간을 필요로 하며, 무용공연이 이루어지기까지 무대 미술, 음악, 연출 등이 결합된 종합예술로서의 성격을 지니고 있다. 이러한 무용예술은 공연예술의 범주안에 속해져 있으며, 무대를 통하여 행해지는 모든 예술활동을 공연예술(Performing Arts)이라고 한다는 점에서, 공연예술의 범위는 매우 광범위하다(이재희, 2014, pp. 2-5).

과연 공연예술시장의 범위를 어디까지 볼 것인가, 그리고 그 예술작품의 가격을 어떻게 산정할 것인가에 대한 매커니즘에 있어서 광의적 개념의 공연예술시장과 협의적 개념의 예술공연시장으로 말할 수 있다. 광의적 개념의 공연예술시장은 예술작품의 생산에서 최종 소비까지의 전 과정을 아우르는 개념으로 예술 작품이 생산되어 유통, 소비되는 전 과정을 말한다. 협의의 개념의 공연예술시장을 살펴보면 공연티켓 매출액, 예술생산자 및 기획자의 수입과 지출비용을 포함하며, 이 중 공연티켓 매출액이 가장 중요할 것이다. 그러나 공연예술은 예술가에 의해 생산되었지만 판매되지 않은 예술작품들이 존재하며 비용질병으로 인한 외부지원이 필요하기 때문에 티켓 매출액만으로 공연시장을 파악할 수 없다(이희영, 박인자, 2014, p. 121; 이희영, 2017, p. 125).

이재희(2014)는 공연예술의 창작 즉 생산에서 유통과 소비의 전 과정인 광의적 개념으로 공연예술시장을 정의하였다. 이처럼 무형성³⁾이라는 재화적 특성을 지니고 있는 공연예술의 서비스적 속성을 고려

1) 이질성은 재화의 서비스적 속성에 따라 제품의 품질을 일정하게 관리할 수 없으며, 서비스의 제공자에 따라 품질이 달라질 수 있음을 의미한다. 즉 공연예술은 공연자의 숙련도나 공연 날의 컨디션 및 공연 당일 인력자본 투입 여부에 따라 공연의 질이 달라질 수 있다(이윤택 등, 1999, p. 301).

2) 우리가 살아가면서 반드시 필요한 것들(예를 들어 의식주에 관한 것)을 필수재라 하며, 반드시 필요하지 않은 재화를 사치재라고 한다. 공연예술이나 문화상품은 매출로유의 동기이론(욕구 5단계)에서 보여지 듯 자아실현의 욕구를 충족시켜 주며, 삶의 가치를 풍요롭게 해주지만 삶을 영위하는데 필수조건은 아니다.

한다면 공연장이나 무대를 공연예술 시장의 범위로 정의하는 것이 타당할 것이다(이재희, 2014, pp. 2-5; 김혜인, 2017, p. 40에서 재인용).

이러한 예술적 의미와 가치로 인해 공연예술 시장에 대한 정의를 단순히 금액으로 표현하는데는 주저함이 있을 수 있으나 일부 상업화가 되어있는 부분은 시장 정의가 명확하다. 대표적인 상업화된 공연예술인 뮤지컬은 연간 시장규모를 관객이 재화를 구매할 금액의 총합으로 표현한다(이희영, 2017, p. 128).

공연예술 중에 상업화 되어 있지 않는 시장은 모든 관객이 재화를 구매하지 않기 때문에 단순히 시장 규모를 금액으로 표현하는데 제약이 존재한다. 상업화가 완전하지 않다는 것은 공연이란 재화를 금액을 지불하지 않고 구매하는 행위가 나타나기 때문이다. 그렇기 때문에 선행 연구들에서는 공연예술시장 규모에 대한 논의 보다는 공연예술시장의 고객인 소비자에 대하여 논의가 많이 이루어지고 있으며 소비자의 행동과 소비자 데이터, 소비자 라이프스타일에 따라서 공연예술을 어떻게 소비하는지에 대하여 고희경(1995), 이유재 등(1999), 강기두(2001), 임승희(2011), 김선영(2017)의 지속적인 연구가 있어왔다.

시장규모에 대해서는 장르별과 공연건수, 횟수에 대한 연구에는 임상오(2002)와 이희영, 박인자(2014)의 연구가 진행이 되었다. 장기간의 통계적 자료를 근거한 예술시장에 대한 선행연구들을 살펴보면, 김정은(2009)은 1996년-2007년간의 자료를 수집하여 문화정책 소비의 지역적 격차를 살펴보고 시계열자료를 통한 1963년-2004년간의 영화의 수요·공급을 분석한 김상호(2007)의 연구에서는 문화예술시장을 거시적 관점으로 살펴보고 영화산업의 시장분석을 시도하였다.

통계청 자료를 수집하여 1990년-2009년간 문화향수 관련 조사를 분석한 서우석, 김정은(2010)의 연구에서는 문화인프라 확충이 국민의 문화향수 증진과 문화해소 격차를 줄였지만, 지역적, 교육수준에 따른 격차가 여전히 존재한다고 하였다(서우석 등, 2010, p. 21).

무용예술에 관련하여 장기적 통계자료를 활용한 선행연구에 있어서는 1990년부터 무용교육 연구를 10년 단위의 5구간으로 나누어 시계열 관점에서 무용교육학의 학문적 정체성을 탐색한 김지영, 홍애령(2019)의 연구가 있었으며, 김미경(2020)은 1971년 이후 ‘한국무용’ 키워드 네트워크 분석방법을 적용하여 한국무용의 앞으로의 연구 방향을 수립하는 기초자료를 제공하였다.

배수을(2008)은 2001년-2007년간의 문예연감 자료를 수집하여 한국 무용계의 변화를 살펴보고 앞으로의 방향성과 그 과제에 대해 고찰하며, 장기적인 자료 수집 데이터를 바탕으로 연구를 진행하였다.

한국의 무용공연시장이라는 광의적 개념으로 장기간 자료를 수집하여 분석한 연구로는 이희영, 박인자, 김세준(2016)의 연구와 이희영 등(2014)의 연구가 있으며, 이희영, 박인자(2014)의 연구에서 2000년-2012년간 자료를 토대로 한국의 무용공연시장의 규모를 알아보기 위한 대표지표로 무용공연 건수와 횟수를 선정하여 경제적·사회적 지표가 무용공연 수요에 어떠한 영향을 미쳤는지 분석하였다(이희영, 박인자, 2014, pp. 120-122). 한국 무용공연시장 결정요인 분석(이희영 등, 2016)에서 한국 무용공연시장을 경제학적 근거에 입각한 수요와 공급의 시장개념으로 시계열 자료를 바탕으로 한국 무용공연시장을 거시적 관점으로 분석하였다. 이희영 등(2016)은 2000년부터 2012년간 한국의 무용공연 시장은 수

3) 무형성이란 상품을 구매하여 경험하기 전까지는 그 재화의 가치나 내용을 알 수 없는 서비스적 속성을 말하며, 이는 재화의 특성인 경험재와 맥락을 같이 한다고 할 수 있다. 공연예술은 관객이 직접 공연을 관람하기 전까지는 그 가치를 알기 어렵다. 같은 레퍼토리의 공연이라 하더라도 공연 당일의 출연진의 변동 및 컨디션, 그 날 모인 관객의 정도와 반응 등에 따라 공연의 질이 달라질 수 있다.

요인이 장기적성장을 가져온 것을 확인하였으나, 공급개선을 통한 시장의 개선이 필요함을 언급하였다 (이희영 등, 2016, p. 17).

III. 연구방법

1. 자료: 종류와 출처

한국의 무용공연 시장 성장에 대한 근거가 되는 자료는 한국 공연건수/횟수, 장르별 공연건수/횟수이며 1990년부터 2019년까지 30년간 시계열이며, 일부 자료는 수집의 한계로 2000년부터 2019년까지 20년으로 한정하였다. 한국문화예술위원회 문예연감자료를 근간으로 활용하였다. 문예연감의 경우 2000년부터 자료 집계가 다양해 지면서 2000년 이전의 자료에서는 공연건수 또는 장르별 자료를 찾는 데 제약이 존재하였다. 장르별 자료는 2015년부터 기준이 달라서 2001년부터 2014년까지 자료만 활용하였고, 1인당 총소득(Gross National Income, GNI)은 1990년부터 2019년까지 30년간 자료를 국가통계포털사이트를 통해서 확보하였다.

〈표 1〉 주요 자료항목의 수집기간 및 출처

자료항목	기간	출처
공연횟수	1990년~2019년	문예연감
공연건수	2000년~2019년	
장르별 공연건수 및 횟수	2001년~2014년	
1인당 총소득 (GNI)	1990년~2019년	국가통계포털사이트

2. 조사대상: 한국 무용공연 시장규모

한국 무용공연 시장을 분석하기 위해서는 시장규모를 어떻게 산정하느냐가 매우 중요하다. 공연시장 중에서 상업화가 되어 있는 뮤지컬, 연극 등은 시장규모는 다양하게 정의하지만 금액으로 접근하는 방법이 가장 일반적이며 이희영 등(2016) 연구에서 아래와 같이 정의를 하였다. 한국 무용공연 시장은 아직 상업화가 되어 있지 않게 때문에 보조금을 같이 고려하였다.

$$\text{연간 공연 시장규모} = \left(\sum_{i=0}^{i=n} \text{공연당 횟수}i \times \text{횟수당 관객수}i \times \text{인당 평균 입장료}i \right) + \text{보조금}$$

n = 1년간 공연건수

하지만 한국 무용공연 시장은 극장 뿐만 아니라 개인 발표회, 무용단 공연 등 다양한 종류가 존재하면 실질적인 관객수 및 무료공연 비중을 파악하기에는 자료 수집에 한계가 존재한다. 따라서 시장규모를 대표할 수 있는 지표로 공연건수와 공연횟수가 언급이 되고 있다. 이희영, 박인자(2014) 연구에 따르면 시장규모의 종속변수 중에 1인당 국민총소득을 기반으로 상관관계 분석을 진행을 하였고, 이를 바탕으로

로 공연횟수와 공연건수의 대표성을 검증하였다. 본 연구에서도 한국 무용공연 시장규모 (금액)을 기반으로 연구를 진행하기 보다는 대표성을 지니는 2개 지표를 가지고 한국 무용공연 시장에 대한 분석을 진행하려고 하며, 분석기간 동안의 공연횟수와 공연건수와 1인당 국민총소득 관계의 상관관계 분석을 통해서 타당성을 재 검증하도록 하겠다.

$$\text{한국 무용공연시장} \approx f(\text{공연건수}) \text{ 또는 } f(\text{공연횟수})$$

3. 조사도구: 시장세분화(Segmentation), 연평균성장률 (CAGR)

본 연구에서는 한국 무용공연시장의 규모 및 성장에 대한 분석을 위해서 시장세분화 및 연평균성장률을 기본적으로 적용하였다. 시장을 균등한 기준에 따라 같은 성질의 소비집단으로 분류하는 것을 시장세분화라고 하며, 세분화 시장은 다른 세분화 시장과 구분되는 특징을 갖고 있다 (안광호, 하형원, 유시진, 박홍수, 2018, pp.176-182). 본 연구에서는 장르 특성에 따라서 시장을 세분화 하려고 한다.

Compound Annual Growth Rate (CAGR)은 직역하면 "복리 연간 성장률"이다. Compound라는 단어의 의미는 "복합적인, 복리식의"이라는 의미를 띄는데 이것은 '복리'를 의미하기도 한다. 국내에서는 연평균 성장률이라는 말로 불리는데 엄밀히 말하면 그 앞에 복리 계산 시라는 말이 붙어줘야 한다. CAGR는 시간이 지남에 따라 일정한 비율의 반환(수익)을 제공하는 등비수열 비율에 대한 비즈니스, 투자와 산업군의 시장규모를 계산할 때도 사용이 되는 용어이다(마크 앤슨, 프랭크 파보지, 프랭크 존, Mark, J. P Anson, Frank J. Pabozzi & Frank J. Jones, 2010, p. 489). CAGR은 회계학 용어는 아니지만 시장, 소득, 가입 사용자 등의 비즈니스적 일부 요소를 기술하기 위해 사용된다.

CAGR 공식은 다음과 같이 정의한다.

$$CAGR(t_0, t_n) = \left(\frac{V(t_n)}{V(t_0)} \right)^{\frac{1}{t_n - t_0}} - 1$$

$V(t_0)$ 는 시작값, $V(t_n)$ 는 끝값, $t_n - t_0$ 는 년수이다.

4. 분석모델 및 자료처리방법

자료처리는 시장규모 산정, 연간성장률을 공연횟수, 공연건수를 기반으로 분석이 되었다. 시장규모는 공연횟수 또는 공연건수로 분석하였으며, 성장률은 CAGR을 기반으로 산출하였다. 공연건당 횟수 지표를 도출하여 시장규모 변화를 설명하는 지표로 사용하였다. 또한 시장규모 성장을 설명하는 과정에서 1인당 국민소득과 시장규모의 회귀분석 (Regression analysis)를 적용하였다. 코헨(Cohen, 1998)은 사회과학 분야의 조사방법에서 $R > 13\%$ 이면 상관관계가 있으며, 공학연구에서는 $R > 70\%$ ($R^2 > 49\%$)를 기준으로 삼고 있다. 본 연구에서는 공학연구기준의 상관관계를 적용하여 연구의 상관관계 신뢰성을 개선시켰다. 회귀분석(Regression analysis)에 대한 통계처리는 SPSS/WIN 통계프로그램 18.0을 활용하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 공연건수 및 공연회수 지표 검증

시장규모를 측정하는데 금액을 기반으로 하는 것이 일반적이나 연구방법에 언급했듯이 데이터 확보 제약으로 공연건수와 공연회수를 대표 지표로 선정하여 분석하려고 한다. 이희영 등(2014)에 따르면 공연시장 수요동인 지표로 경제적 관점에서 1인당 국민총소득을 선정을 하였고 이를 기반으로 공연건수와 공연회수의 회귀분석을 통해 상관관계를 증명하였다. 본 연구에서도 동일한 접근방법을 사용하여 <표 3>, <표 4>에서 회귀분석을 통해 검증을 진행을 하였다. 공연시장의 수요 결정요인 중 핵심지표인 1인당 국민총소득과 공연건수 및 공연회수는 유의한 ($p < 0.1$, $p < 0.001$)상관이 있는 것으로 나왔으며 상관관계는 각각 $R^2=82.5\%$, $R^2=77.6\%$ 으로 분석되었다.

<표 2> 공연건수 증가와 1인당 국민총소득 회귀분석

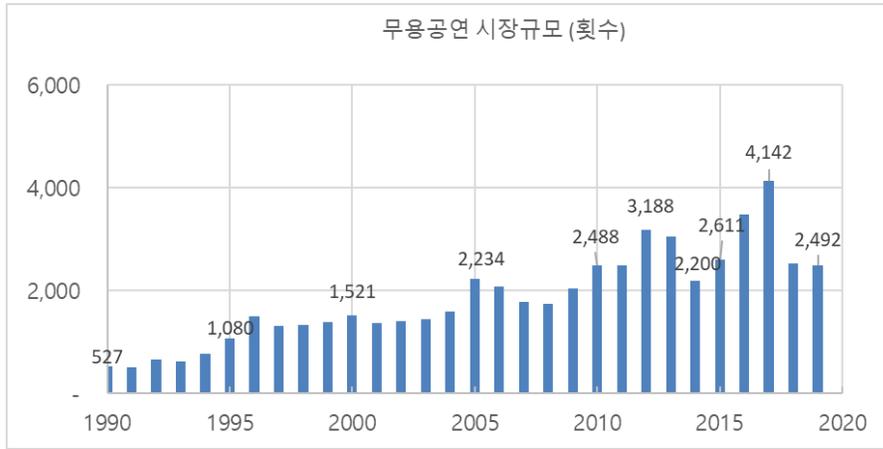
	B(계수)	표준편차	β	t 통계량	p-값
(상수)	249.6813	156.1999		1.598473	0.121163
1인당 국민총소득	0.799547	0.06955	0.90839	11.49598	4.07E-12
$R^2=0.825$			$F=132.1576$		

<표 3> 공연 회수 증가와 1인당 국민총소득 회귀분석

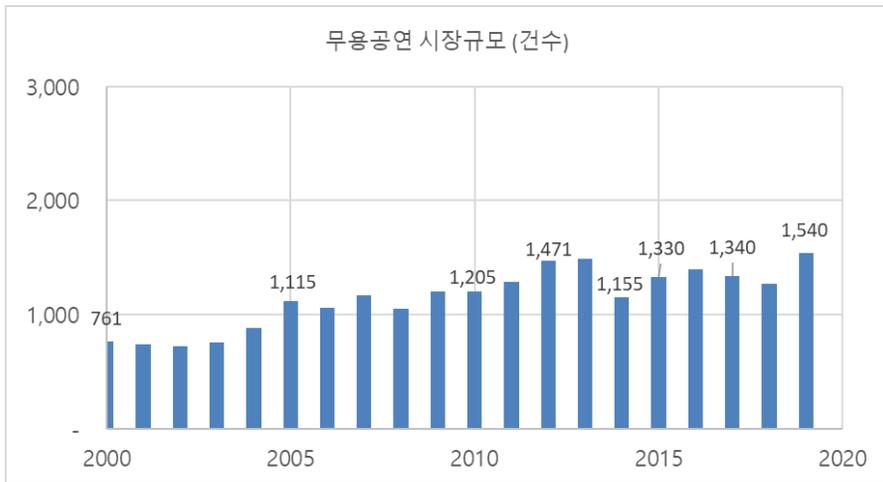
	B(계수)	표준편차	β	t 통계량	p-값
(상수)	371.1894	101.9907		3.639444	0.001875
1인당 국민총소득	0.302232	0.038164	0.881471	7.919235	2.83E-07
$R^2=0.776$			$F=132.1576$		

2. 한국의 무용공연 시장규모 및 성장

공연회수 기준 2019년 기준 한국의 무용공연 시장규모는 2,492회이다. 지난 30년간 한국의 무용시장 규모를 살펴보면 1990년도 대비 3.7배 이상 성장한 것으로 분석된다. <그림 1>을 살펴보면 1990년도 527회에서 2000년 1,521회, 2010년 2,478회, 2015년 2,611회, 2019년 2,492회임을 알 수 있으며, 2017년까지 지속 성장하다 2018년 전년비 -39.1%, 2019년 전년비 -1.9% 역성장을 하였다. 2017년 4,142회로 지난 30년간 가장 큰 시장규모를 보이고 있다. 이는 2017년이 2016년 대비 공연건수는 감소 하였으나, 초연보다는 재공연 비중이 높아지면서 이로 인해 공연건당 회수가 증가한 것으로 분석이 되고 있다. <그림 2>, <그림 3>에서 이러한 분석의 결과를 알 수 있다. 2017년 공연건수는 전년대비 감소 하였으나, 한 건당 공연회수는 3.1로 전년대비 24%로 증가하였다. 2017년 무용공연시장의 상위 시장인 한국 공연예술시장은 117,740회로 2016년 138,535회보다 -15% 감소하였으나, 무용, 국악, 양악 등은 약진을 하였다.



〈그림 1〉 1990-2019년 한국 무용공연 시장규모 (공연횟수)



〈그림 2〉 2000-2019년 한국 무용공연 시장규모 (공연건수)

연도별로는 성장과 감소가 관측되지만 30년 전반적으로는 지속적으로 성장을 하고 있다고 판단된다. 〈표 4〉를 보면 무용공연 시장은 횟수기준 30년간 5.3%로 성장을 하였고, 1990년대, 2000년대, 2010년 대는 각각 10.2%, 3.0%, 0.0% 성장률을 보이고 있다. 시장규모 관점에서는 시장성장율이 둔화되고 있다고 판단되며 이는 공연건수로 보는 분석에서도 유사하게 나타나고 있다. 시장규모를 횟수로도 볼 수 있으나 건수로 해석이 될 수 있다. 〈그림 2〉를 보면 공연건수는 2000년 761건에서 2019년 1,540건으로 1.0배 성장한 것으로 보이며 20년간 전반적으로 소폭의 성장을 하고 있음을 관측할 수 있다. 연평균 성장률 관점에서 보면 공연건수도 2000년대 4.7%에서 2010년대 2.5%로 성장률이 감소하고 있음을 보인다. 공연횟수, 공연건수 모두다 10년 단위 연평균 성장률을 감소하고 있음을 확인할 수 있다. 시장초기 단계에는 연평균 성장률이 느리게 진행이 되다가 성장기 단계에서는 높은 성장률을 일반적으로 나타낸다. 그리고 시장 성숙기에는 성장률이 감소하다가 이후에 시장 자체가 축소되는 것이 특정 재화의 시장 사이클이다. 따라서 2010-2019년 연평균 성장률 둔화에 대해서는 추가 분석이 필요하다.

〈표 4〉 공연횟수 및 건수의 기간별 연평균 성장률 (CAGR)

	1990-1999	2000-2009	2010-2019	전체기간
공연횟수	10.2%	3.0%	0.0%	5.3% (30년)
공연건수	-	4.7%	2.5%	3.6% (20년)

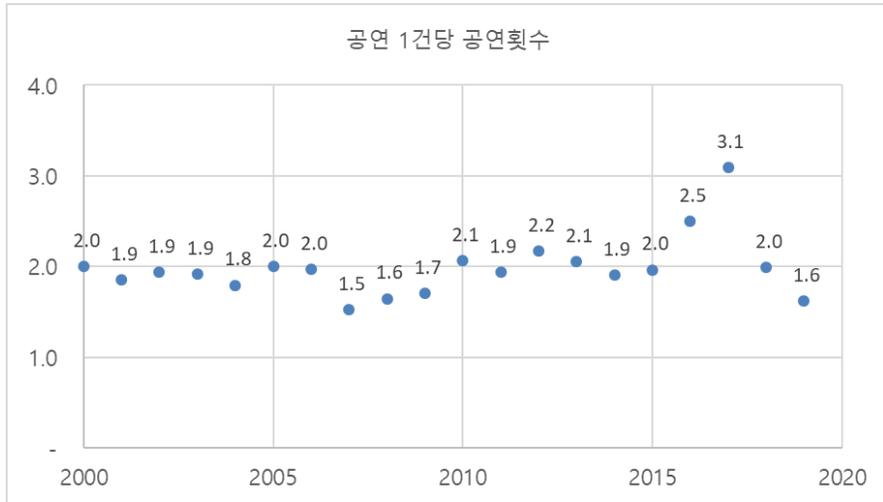
이희영 등(2016) 연구에 따르면 시장결정을 수요요인, 공급요인으로 구분하고 장기적인 관점에서는 수요요인, 단기적인 관점에서는 공급요인(공연비용, 공연인프라)로 설명을 하고 있다. 2010-2019년 장기간 동안 성장률 둔화에 대한 인프라 영향을 분석하기 위해 위해 동일한 기간동안 공연장수 조사를 진행하였다. 〈표 5〉를 보면 2010년 이후 공연장 수는 계속 증가함을 확인할 수 있다. 공급관점에서의 의한 성장 정체는 아닌 것으로 분석 되었다. 등록공연장은 공연법에 의해 시장, 군수에게 등록한 객석수 100석 이상의 공연장을 의미하며, 다목적 공연장인 문예회관은 공연이나 전시 등 다양한 문화프로그램을 운영할 수 있다. 등록공연장 수에 문예회관은 포함되었다.

〈표 5〉 국내 등록공연장 및 문예회관 (단위: 개)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
등록공연장	637	751	826	881	992	991	1,024	1,024	1,029	1,062
문예회관	193	209	211	220	232	229	229	236	251	255

수요관점에서 분석을 하기 위해 경제적 요인의 대표지표인 1인당 국민총소득을 확인해 본 결과 〈그림 7〉에서 확인할 수 있듯이 지속적인 증가를 확인할 수 있었으며 문화체육관광부에서 발간한 국민문화예술활동조사 보고서를 보면 문화예술행사 관람률(무용)은 2016년 1.3%, 2018년 1.7%, 2019년 2.4%로 증가함을 나타내고 있다.

2010년-2019년 무용횟수 시장규모 성장률 원인에 대해서 공급, 수요, 고객의 관람률을 확인하였으나, 명확한 답을 찾을 수 없었다. 〈그림 1〉의 연도별 시장규모를 보면 2014년에 감소 후 2015년-2017년 증가한 후 2018년-2019년 회복이 되지 못하고 있음을 알 수 있다. 공연건수와는 다른 패턴이 관측이 되어 한 작품당 몇 번의 공연을 하였는지를 분석하는 건수당 횟수를 추가 확인하였다. 〈그림 3〉을 보면 1990-2014년까지는 공연 1건당 2번 정도 공연을 함을 알 수 있으나, 2017년은 3.1회/건으로 1.5배 증가함을 알 수 있다. 이로 인해서 공연횟수 기준의 무용공연 시장규모가 상승했다고 분석될 수 있다. 2017년 공연건당 횟수의 증가 요인과 이후 이러한 트렌드가 반영되지 못한 사항 그리고 2017년 이후 공연건수는 증가하였는데 공연횟수가 감소한 부분이 원인이다.



〈그림 3〉 2000-2019년 한국 무용공연 1건당 횟수

공연건수당 횟수의 감소는 지역적으로 수도권 지역의 공연횟수가 2018년 전년대비 45% 감소한 이후 회복이 되고 있지 않기 때문이다. 〈표 6〉을 보면 2018년 서울, 경기지역의 공연횟수가 큰 폭으로 감소를 하고 있다. 공연건수 관점에서는 큰 폭이 하락이 없었으나, 공연횟수에서 감소폭이 크게 발생하면서 전체 시장의 건당 횟수 비율을 낮춘 효과를 가져왔다. 2019년에도 이러한 감소는 유지됨을 알 수 있다. 서울, 경기지역의 공연횟수 감소는 공연컨텐츠의 구성비율로 전망이 된다. 초연과 재공연중에 재공연 비율이 감소하면서 상대적으로 횟수가 감소한 것으로 분석되고 있다.

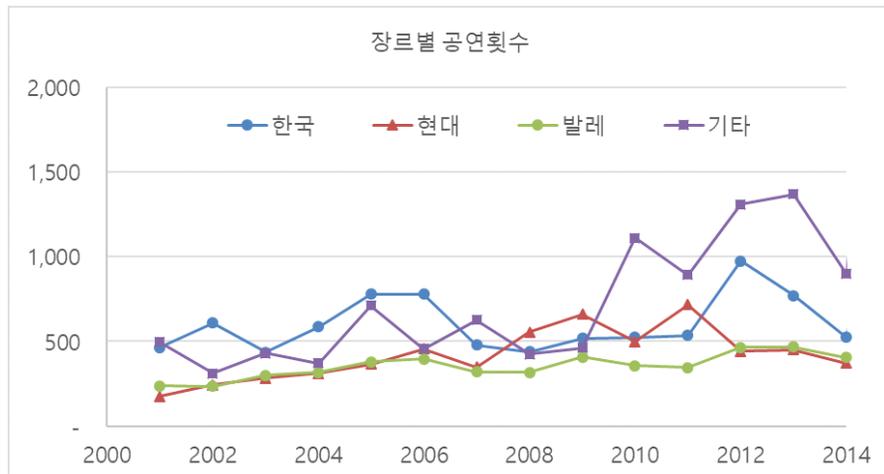
〈표 6〉 수도권 및 비수도권 공연횟수

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
수도권	1,826	1,348	1,979	2,298	1,458	1,797	1,768	3,061	1,683	1,493
서울	1,640	1,176	1,744	2,104	1,304	1,623	1,158	1,332	1,016	1,045
경기	159	137	187	161	104	146	574	1,684	601	363
인천	96	44	37	58	56	84	35	66	67	78
비수도권	652	663	1,209	758	742	814	1,723	1,081	842	999

3. 장르별 시장세분화 (Segmentation) 분석

무용공연 시장은 장르 특성에 따라 한국, 현대, 발레, 기타로 분류되며 기타는 몇 개의 장르가 함께 공연되거나 다른 장르가 합쳐진 공연 등을 포함하고 있다. 〈그림 4〉를 보면 2000년대 초반에는 횟수 기준으로 한국무용이 가장 큰 세분화 시장이었으나, 2010년대를 넘어오면서는 혼합, 복합 등으로 분류되는 기타 시장의 시장 성장이 매우 뚜렷함을 알 수 있다. 한국무용 시장은 2000년대 중반은 시장규모가 오히려 감소를 하다 2010년대에 다시 성장 후에 감소하는 형태를 나타내고 있다. 현대무용과 발레는 일정하게 성장을 하고 있으며, 기타는 2010년 이후 가장 높은 성장세를 보이고 있다. 2010년 기타 세분화

시장이 전년대비 140% 높은 성장을 보이고 있는데, 이는 년별 형식의 댄스뮤지컬인 댄스컬 “사랑하면 춤을 춰라”가 연간 419회 공연을 진행을 하였기 때문이다. 2012년에는 한국무용 세분화 시장이 전년대비 81.7% 높은 성장을 하는데 이는 정동극장 “미소”가 연간 공연 420회를 진행한 영향이다. 한국무용의 경우 공연 1건당 평균적으로 2회를 넘지 못하는데, 이와 비교해 보면 매우 높은 수치임을 짐작할 수 있다. 현대무용 세분화 시장은 2011년 전년대비 44.1% 성장을 하였다. 지원금의 지속적인 축소에도 현대무용이 강세를 이어갈 수 있었던 것은 각종 축제들-서울공연예술제(SPAF), 국제현대무용제(Modafe), 서울세계무용축제(SIDance), 국제즉흥춤축제 등의 행사에서 공연의 질적수준이나 외관적 규모를 잘 유지하며 공연을 찾는 관객들과 전문가들의 시선을 끌었다는 점 또한 주목할 부분이다(문예연감, 2011, p. 350).

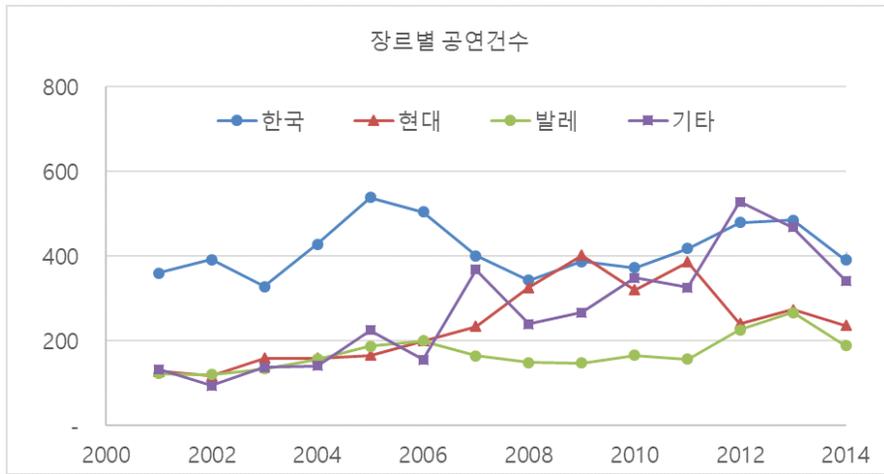


〈그림 4〉 2001년-2014년 무용장르별 공연 회수

11월 1일-27일까지 유럽 8개국(영국, 스페인, 아일랜드, 독일 포르투갈, 스웨덴, 에스토니아, 네덜란드 등)에서 <코리아 무브스>가 열렸으며, 여기에 한국의 8개 현대무용단체(전미숙, 안성수, LDP, 온 & 오프, NOW, 장은정, 이선아, 밝넝쿨 등) 및 2개의 전통춤단체가 참여하였으며, 한국과 독일의 평론가들 및 무용가들이 참여하여 한국의 현대무용을 상세히 소개하며 알릴 기회가 마련되었다. CID 한국 본부의 이종호회장은 마스단사 안무경연대회와 카리브 댄스 비엔날레에 심사위원으로 위촉되어 스페인어권과의 교류를 본격화하였고, 예술경영지원센터와 핀란드 댄스 인포(Dance Info Finland)가 주관한 한국-핀란드 커넥션은 서울공연예술마켓(PAMS) 기간동안 한국과 핀란드 무용인들이 활발히 교류하며 앞으로의 공동제작 및 다각적 교류 등의 협력에 대한 시발점이 만들어지기도 하였다(문예연감, 2011, p. 352).

이밖에도 2010년 7월에 창설된 국립현대무용단 일부 영향과 성암아트홀, 댄스컴퍼니 마목, 박명숙댄스시어터등의 기획공연이 활발하게 이루어지면서 공연회수 증가에 기인을 하였던 것으로 분석된다. 성남아트홀 “New From New Stage”는 30회, 댄스컴퍼니 마목의 “하얀코끼리” 10회, 박명숙댄스시어터의 “윤무” 10회가 진행이 되었다(문예연감, 2012, p. 353).

공연건수 관점에서 세분화 시장규모의 변화는 유사하지만 조금 다른 형태임이 <그림 5>에서 확인되고 있다. 공연횟수 기준보다 공연건수 기준으로 보면 2000년대 초반 한국무용 세분화 시장이 현대, 발레, 기타 장르 보다 월등하게 많은 공연건수가 있음이 분석되고 있다. 이러한 현상은 한국무용이 공연건수는 높으나 공연횟수 측면에서는 시장점유율 관점이 낮다고 할 수 있으며, 이는 공연건수당 횟수에 다른 장르 대비 낮다는 것을 보여주고 있는 것이다. 2010년대 초반에는 발레를 제외한 한국무용, 현대무용, 기타 장르가 유사한 시장점유율을 나타내고 있다.

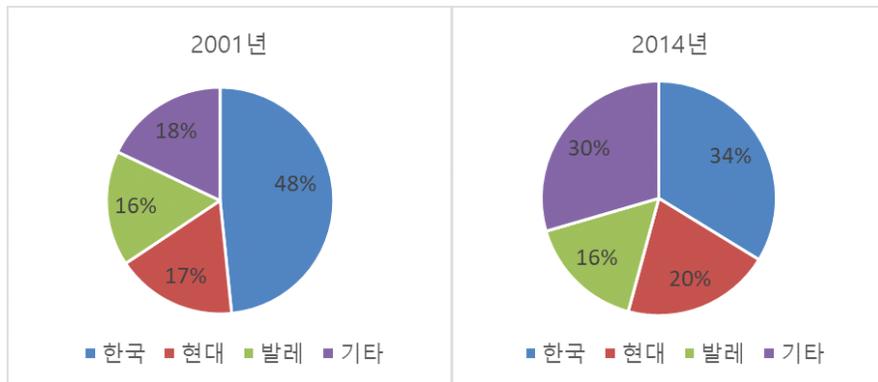


<그림 5> 2001년-2014년 무용 장르별 공연 건수

현대무용의 경우는 앞서서도 언급한 국내외의 활발한 활동과 국립현대무용단 창설이 주요한 동인으로 볼 수 있으며, 기타의 경우는 지역 및 특정축제의 경우 한 개의 장르가 아닌 여러 장르의 무용공연이 진행되었기 때문으로 분석이 되고 있다. 2012년 현대무용 세분화 시장의 감소는 현대무용 장르에 특별한 이슈라기 보다는 기타장르에 현대무용이라고 불릴만한 요소가 많이 포함되어 있는데 복합 또는 혼합 장르로 구분되다 보니 현대무용 장르가 감소한 것처럼 분석되고 있다. 2012년에는 2011년 1,170건의 공연 대비 301편이 늘어난 총, 1,471건의 무용공연이 진행되었다. 이러한 증가 원인은 기획프로그램의 증가 및 무용공연장의 확대와 상설공연이 늘어난 것을 주요 원인으로 보았다 (문예연감, 2013, p 407). 전체 무용공연의 증가와는 상반되게 전년 대비 현대무용이 2011년 359회 공연에서 2012년 240회로 줄어든 것에 대하여 문예연감(2013)에서는 현대무용가들의 활발한 국내외 활동에도 불구하고 공연이 줄어든 이유에 대해 '복합'장르와 '혼합'장르 그리고 '기타'(힙합, 비보이, 재즈댄스)장르에서 그 원인을 찾고 있다. '복합'장르는 여러 장르의 무용(2개 이상)이 함께 공연되어지는 것이며, '혼합'장르는 타예술(연극, 음악 등)과 함께 공연되는 것을 말한다. '복합'장르는 2011년 대비 2배이상 증가하였고(2011년 122편에서 2012년 250편), 기타장르에서는 현대무용이라 견주어도 될 만한 작품들이 다수 포함된 것으로 보여진다. 그러나 '퍼포먼스'라는 새로이 등장한 장르에 대해 과연 뮤지컬, 서커스, 너버벌, 연극들의 공연에서 무용이 들어간 경우 이를 어떠한 범주로 보아야 할지에 대한 명확한 가이드라인이 아직 없다는 점을 주의해야하며, 이러한 세부 장르에 대하여는 논의가 필요함을 피력하고 있다. 이와 함께 2012년

현대무용 공연의 감소에 대한 원인으로 현대무용가들의 해외활동이다. 이전에는 1-2년의 해외무용단과의 계약이 많았다면, 과거와는 달리 장기적인 계약과 협업으로 해외활동에 참여하는 현대무용가와 안무가들이 많아졌다는 점도 현대무용 공연의 감소원인으로 들고 있다(문예연감, 2012, p 413).

공연횟수와 공연건수와 세분화 시장에 대한 변화는 시장점유율로 분석하면 좀 더 명확해 질 수 있다. 시장점유율은 전체 시장에서 특정 세분화 시장이 차지하고 있는 비중으로 <그림 6>을 보면 2001년 한국무용 비중은 48% 가장 높으며 현대, 발레, 기타가 각각 17%, 16%, 18%로 유사하였다. 하지만 2014년 한국무용 비중은 34%로 감소하였고 현대무용, 기타 비중이 20%, 30%로 증가했음이 분석되었다. 14년 동안 한국무용 중심에서 현대, 기타(복합, 혼합 등) 등의 확대 다양성이 증가하였고, 시장 규모가 지속 증가함에 따라 한국무용은 비중은 감소하였으나, 절대 공연건수 규모는 유지 및 소폭 증가하였다.



<그림 6> 장르별 시장 점유율 2001년 vs 2014년 (공연 건수)

<표 7>을 보면 실제 한국무용은 횟수기준으로 14년동안 0.9% 연간 성장을 하였으며 2000년대에는 1.3% 성장을 보이다가 2010년대에는 성장보다는 유지를 하였다. 현대무용의 경우 2000년대에는 12.3%로 가장 높은 연간성장률을 보였으나, 2010년대에는 오히려 역 성장하는 형태로 분석되며, 이는 기타무용도 유사한 형태를 지니고 있음을 확인할 수 있다. 발레는 2000년대 4.6%, 2010년대 3.3%로 성장하고 있음을 알 수 있다. 공연건수는 큰 틀에서는 비슷한 형태를 보이고 있으며, 다만 실제 연간 성장률 숫자는 상이함을 알 수 있다.

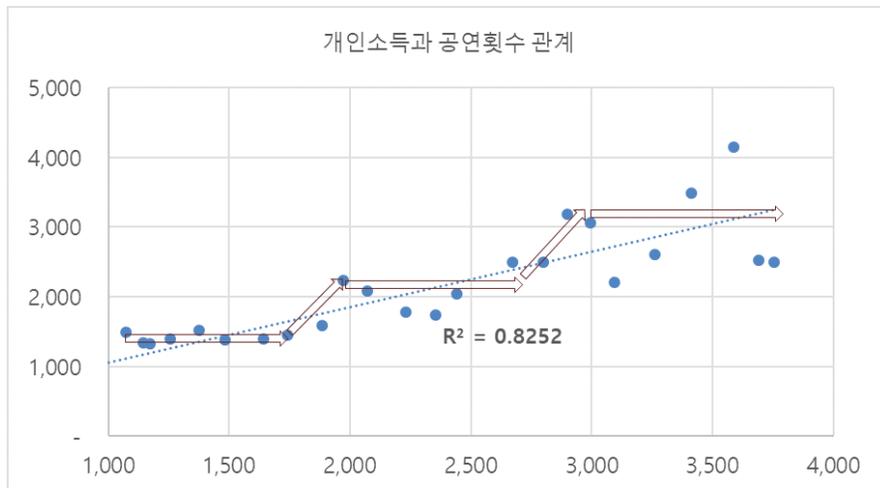
<표 7> 공연횟수 및 건수의 기간별 연평균 성장률 (CAGR)

	공연횟수			공연건수		
	2000-2010	2010-2014	전체	2000-2010	2010-2014	전체
한국	1.3%	0.0%	0.9%	0.4%	1.2%	0.6%
현대	12.3%	-7.0%	6.0%	10.7%	-7.3%	4.8%
발레	4.6%	3.3%	4.2%	3.4%	3.3%	3.4%
기타	9.4%	-5.2%	4.7%	11.3%	-0.5%	7.5%

4. 개인소득과 한국의 무용공연 시장규모 관계에 대한 분석

한국 무용공연 시장 성장률 변화에 대한 접근 방식 중 대표적인 변수가 개인소득(1인당 Gross National Income, GNI)으로 설명하는 것이다. 1900년-2019년 동안 개인소득 변화와 한국 무용공연횟수 단회기 분석 결과를 보면 $R^2=0.8252$ 로 나타났다. 공학기준으로도 높은 수준의 상관관계이지만, 사회과학분야에서는 매우 높은 수치로 해석이 된다. 30년 기간 동안 개인소득이 증가할수록 한국 무용공연 시장도 성장을 했다고 분석을 할 수 있는 이유이다.

하지만, 4~6년 기간으로 세분화를 해보면 연관관계는 <그림 7>과 같이 조금 다른 형태로 나타남을 확인할 수 있다. 일정 구간은 소득이 증가해도 공연건수는 증가하지 않다가 특정 시점에는 가파르게 증가함을 알 수 있다. 개인소득 2,000만원과 3,000만원 도달하는 시점에 높은 성장을 보이고 있음을 관찰되고 있다. 이희영, 박인자(2014)에 따르면 2,000만원을 넘는 2004년 시점에 대중화, 탈서울화로 설명을 하고 있으며, 3,000만원 근처인 2012년에는 상업화로 이러한 현상을 설명하고 있다.



〈그림 7〉 개인소득과 한국의 무용공연시장 성장 간의 관계분석

수도권과 비수도권 공연횟수 분석을 살펴보면 탈서울화 현상은 지속으로 관찰이 되기 때문에 유효한 이론으로 판단이 되어지고 있다. 하지만 상업화에 대한 설명은 수정이 필요할 것으로 판단된다. 상업화의 주요 조건으로는 손익분기점 (Break Even Point)을 달성을 해야 하는 것이고, 이를 위해서 공연건당 횟수가 많아가 가능하다. 무용공연의 고정비와 변동비 성격을 분석해 보면 공연 1회나 10회나 고정비 요소는 동일하면 1회가 추가될 때마다 증가하는 변동비는 고정비 대비 매우 적은 수준이다. 즉, 공연건수 당 횟수를 늘리게 됨으로서 동일한 관객이 모집이 되면 일정 공연횟수에 BEP를 달성하고, 그 이후 공연부터는 이윤이 발행하는 것이 상업화의 시작이기 때문이다. <그림 4>를 보면 공연 1건당 횟수가 2회 수준으로 유지되다 2017년 3회로 상승하였으나, 다시 2회로 수렴이 되었다. 2018년 2019년 건당 횟수가 4회, 5회 등으로 증가를 하였다면 상업화 가설을 뒷받침 하는 분석이 되겠으나 다시 횟수가 감소함으로 아직 상업화를 설명하기에는 조금 어려운 점이 있다.

소득이 3,000만원을 넘어가면서 공연횟수 시장규모에 2,000회 초반부터 4,000회 초반까지 넓은 스펙트럼을 가짐을 볼 수 있다. <그림 2>에서 보면 시장규모의 변화는 상대적으로 높지 않음을 알 수 있다. 이러한 시장규모 변화의 차이는 창작 초연과 재공연 비중으로 분석이 되었다. 2015년부터 2017년까지 재공연 공연건수는 지속적으로 증가하다 2018년 감소하였다.

V. 결론

본 연구에서는 30년간 시계열 자료를 이용해서 한국의 무용공연 시장규모의 변화, 즉 시장성장률에 대해서 분석을 하였고 규모 변화에 대해서 공연횟수, 공연건수 뿐만 아니라 장르별 세분화를 통해 추가 분석을 진행하였다. 한국 무용공연 시장규모는 1990년 527회에서 2019년 2,492회로 지난 30년간 3.7배 성장을 하였고, 연간 성장률은 5.3%로 분석이 되지만, 성장률을 10년 단위로 살펴보면 10.2% (1990-1999년), 3.0%(2000-2009년), 0.0%(2010-2019년)으로 성장률이 둔화되고 있음이 분석되었다. 시장이 성장함에 따라 성장률이 둔화될 수는 있지만 2010-2019년 성장이 멈춘 것에 대해서 일부 우려스러운 부분이 있다.

다행히 공연건수 기준으로는 2010-2019년 2.5% 연간성장률을 보이지만, 무용공연 시장규모는 공연예술회장(국악, 양악, 연극, 무용, 혼합) 중에서 2019년 시장점유율 1.9%로 매우 낮은 수준임을 감안하면 성장둔화는 무용공연시장을 향후 전망을 긍정적으로만 볼 수 없는 이유가 된다. 국악, 연극, 혼합의 경우는 공연 1건당 각각 2.4회, 10.1회, 2.2회로 무용공연 1.6회보다 1.5배에서 6배 정도 높은 수치로 무용공연도 공연 1건당 공연횟수를 늘리기 위해서는 장기 공연이 가능한 콘텐츠 개발과 공연1건을 위한 공연원가를 낮출 수 있는 방안이 지속적으로 고민되고 연구가 되어야 할 것으로 사료된다. 콘텐츠 개발의 중요성이 지속 강조되어 왔던 주제이다. 문화체육관광부에서 2019년, 2020년 발간한 국민문화예술활동조사 보고서에 따르면 문화예술행사 관람의향에서 무용은 2019는 4.5%에서 2020년 1.7%로 감소되었다. 2020년 관람의향 감소는 코로나 영향으로 전 영역에 영향을 준 것으로 큰 이슈라고 할 수는 없다. 하지만 2020년 기준 문화행사 (3.3%), 미술전시회 (10.0%), 서양음악 (3.4%), 전통예술 (5.7%) 등 대중화가 진행되지 않은 다른 문화예술 영역대비 매우 낮은 수준의 지표를 나타내고 있으며, 2019년에도 동일한 패턴이 조사되고 있다.

2010년-2019년 한국의 무용공연 시장규모는 건수와 횟수 기준에 따라 소폭성장 또는 정체로 분석이 되었다. 그렇다면 2020년 이후 10년간 한국무용 공연시장에 대한 전망을 어떻게 바라봐야 하는 것인가에 대해서는 일단 지속 성장으로 보는 것이 옳을 것이다. 시장규모를 결정하는 수요요인, 공급요인의 대표지표가 지속성장을 하고 있기 때문에 이러한 주장은 일단 뒷받침이 될 수 있다. 2017년 이후 공연횟수 기준의 시장규모 감소는 숫자적으로는 확인되고 있으나, 일시적인 초연, 재연 공연의 비중 변화로 보는 것이 타당할 것이다. 따라서 10년 단위 관점에서는 지속 성장에 좀더 설득력이 있다. 하지만 연간성장률의 감소는 여전히 큰 리스크 요인으로 해석이 될 수 있다. 한국의 무용공연 시장의 성장이 둔화되고 있고 향후 감소할 수 있는지에 대한 연구가 필요하며, 향후 후속연구에서는 수요, 공급 관점이 추가 분석뿐만 아니라, 5년 단위의 시장규모 관찰과 분석이 요구되어진다.

■ 참고문헌

- 곽동성, 강기두(1999). **서비스 마케팅**. 동영사.
- 안광호, 하영원, 유시진, 박홍수 (2018). **마케팅 원론**. 학현사.
- 이재희(2014). **무대의 경제학**. 삼영사.
- Cohen, J.(1998). **Statistical Power Analysis for the Behavioral Science**(2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Mark J. P. Anson, Frank J. Fabozzi & Frank J. Jones (2010). **The Handbook of Traditional and Alternative Investment Vehicles: Investment Characteristics and Strategies**. John Wiley & Sons.
- 강기두, 이지희(2001). 문화예술 공연관람객의 라이프스타일에 관한 탐색적연구. **한국경영학회**, 30(4), 1,143-1,167.
- 고희경 (1995). **마케팅전략 수립을 위한 공연예술 소비자의 정보탐색 연구**. 석사학위논문. 서강대학교 언론대학원.
- 김상호(2007). 한국 영화의 수요·공급 결정요인. **경제학연구**, 55(2), 35-55.
- 김정은(2009). **문화정책과 문화소비의 지역격차**. 석사학위 논문. 서울시립대학교 대학원.
- 김선영, 이의신(2017). 관객개발을 위한 공연예술 소비자 빅데이터 분석 사례 고찰. **한국산학기술학회논문지**, 18(12), 286-299.
- 김혜인(2017). 예술시장의 신소비층 성향 및 특징에 대한 탐색적 연구. **예술경영학회**, 42, 35-64.
- 배수을(2008). 문예연감(2001-2007) 분석을 통한 한국 무용계의 화두와 과제. **한국체육철학학회지**, 16(4), 365-380.
- 서우석, 김정은(2010). 문화격차 해소에 대한 평가와 전망. **문화경제연구**, 13(2), 3-26.
- 성제환(2012). 문화소비자본이 문화·예술상품 수요에 미치는 효과분석. **산업경제연구**, 25(1), 657-677.
- 이주희(2018). 국가 문화예술지원 정책에 따른 무용공연예술의 지속적 지원체계 구축방안. **무용예술학연구**, 68(1), 53-68.
- 이유재, 이준엽, 라선아 (1999). 공연예술시장의 소비자 행동 연구에 대한 고찰. **서울대학교 경영대학 경영논집**, 33(3), 308-340.
- 이희영, 박인자(2014). 경제적·사회적 요인에 의한 무용공연 시장 수요분석. **무용예술학연구**, 50(5), 115-135.
- 이희영, 박인자, 김세준(2016). 한국 무용공연시장의 결정요인 분석. **예술경영학회**, 38, 27-54.
- 이희영(2017). Cost Volume Profit 분석법에 기반한 해외공연예술 수익모델연구. **무용예술학연구**, 67(5), 121-123.
- 임상오(2002). 문화산업과 순수예술의 발달. **정신문화연구**, 25(4), 3-19.
- 임승희, 김소영(2011). 여성 소비자 유형별 공연 구매 행동 비교. **한국소비문화학회**, 14(2), 69-87.
- 정달영(2012). 비영리 공연단체의 손익산정에 관한 연구. **예술경영연구**, 26, 65-82.
- 정중은(2017). '예술의 산업화' 지원정책을 위한 비즈니스 모델 연구- 예술 스타트업의 사례를 중심

으로. *예술경영연구*, 43, 155-184.

최동길, 전병준, 박찬희(2011). 국내공연산업의 수익구조에 관한 연구. *예술경영연구*, 18, 5-34.

Ziba, M.(2009). Full-income and price elasticities of demand for German public theatre-income. *Journal of cultural Economics*, 33(2), 85-108.

국민문화예술활동조사(2019-2020). 문화관광부.

문예연감(1990-2019). 한국문화예술위원회.

KOSIS 국가통계포털. <www.kosis.kr>.

논문투고일 2021. 11. 14.

심사일 2021. 11. 19.

심사완료일 2021. 12. 10.

Analysis of Dance Performances in Korea Based on Time-series Database

Lee, Heeyoung

Lecture, Department of Dance, Sookmyung University, Seoul, Korea

The purpose of this study was to understand and to analyze the market of dance performances in Korea during for the last 30 years, from 1990 to 2019. The market analysis was performed qualitatively as well as quantitatively. The market size in 2019 encompassed 2,492 dance performances. GAGR has been grown 5.3% for the last 30 years. Compared to 527 performances in 1990, it is almost 3.7 times larger market size. The market size based on performance pieces in 2019 was 1,540. GAGR has been grown 3.6% for the last 20 years. The decrease of market growth rate is 10.2%, 3.0%, and 0.0%, analyzed from 1990s to 2000s, and 2010s.

The dance market could be increased when dance performance pieces had contents enough to lead more than tens performances. The development of high quality contents needs to be discussed and studied more for the dancemarket growth.

Keywords: Market of dance performances in Korea (한국 무용공연시장), Market segmentation (시장세분화), Performing dance genre (무용공연장르), CAGR (연간 성장률), Market growth (시장성장)